ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Comissão Executiva

Senac Bauru: Emmanuel Flores de Andrade

Senac Presidente Prudente: Mauro de Nardi Costa

Senac Ribeirão Preto: Juliano Marcio Calderero

Senac Santo André: Erika Rohrbacher

Senac São José do Rio Preto: Luis Carlos de Souza

Comissão Organizadora

Senac Bauru: Silvie Liane Alves de Mello

Senac Presidente Prudente: Renata Benisterro Hernandes

Senac Ribeirão Preto: Ana Cristina Osakabe Giacomini

Senac Santo André: Kátia Soares Falchi

Senac São José do Rio Preto: Georgia Padiar Peres

Comissão de Comunicação e Divulgação

Senac Bauru: Giovana Carolina Stopa

Senac Presidente Prudente: Helga Moncao Shirane Korch

Senac Ribeirão Preto: Thais Frateschi Monteiro de Carvalho

Senac Santo André: Rodrigo Jose Nunes Gasques

Senac São José do Rio Preto: Fernanda de Castro Baltazar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Comissão Editorial e Científica

Senac Bauru: Flavio Mangili Ferreira

Senac Presidente Prudente: Ivan Márcio Gitahy Júnior

Senac Ribeirão Preto: Marinêz de Fátima Ricardo

Senac Santo André: Lupércio Aparecido Rizzo

Senac São José do Rio Preto: Elizabeth Abelama Somera, Fernando Martins Silva, João Marcelo Rondina, Felipe Colombelli Pacca.

Secretaria

Senac Bauru: Sueli Aparecida Teixeira Manduca

Senac Presidente Prudente: Eliane Rigolin Mendes de Araujo

Senac Ribeirão Preto: Lilian Celia Dantas Alecrim

Senac Santo André: Marinete Bento da Silva Dioli

Senac São José do Rio Preto: Ana de Fátima Barro

Comissão de Infraestrutura

Senac Bauru: Daniel Vicente da Silva

Senac Presidente Prudente: Evelise Raquel de Pontes Massuiaf

Senac Ribeirão Preto: Bruno Santos Teixeira

Senac Santo André: Cassia Bitu

Senac São José do Rio Preto: Mariani Gasperini Nunes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Apresentação

A primeira edição do Encontro Senac de Conhecimento Integrado: *interfaces da ciência, tecnologia e mercado de trabalho*, realizado em circuito pelas unidades Senac Bauru, Presidente Prudente e São José do Rio Preto no período de 5 a 11 de novembro de 2012, oportunizou a alunos, egressos da graduação e pós-graduação, professores, pesquisadores e profissionais dialogarem e apropriarem-se, de forma ampla e integrada, das inovações e tecnologias germinadas a partir da pesquisa científica, reconhecendo a significativa contribuição que a mesma traz para o mercado de trabalho.

Em 2013, a segunda edição do Encontro Senac de Conhecimento Integrado: *gestão, contemporaneidade e mercado de trabalho,* contou com a adesão da unidade Senac de Ribeirão Preto. Com mais uma edição do Encontro, buscou-se intensificar a atuação em eventos entre Unidades da GO3 que ofertam pós-graduação *lato sensu.* Essa edição, proporcionou, o desenvolvimento de pessoas, por meio de fóruns de discussão, pesquisa e apresentação de trabalhos científicos, não perdendo o foco no mercado de trabalho.

Para a terceira edição do Encontro Senac de Conhecimento Integrado: *empreendedorismo e inovação e mercado de trabalho*, em 2014*,* contou-se com mais duas unidades Senac São Paulo: Santos e São José dos Campos. Dessa forma, foram no total, seis unidades envolvidas em um evento que gerou o diálogo entre prática de mercado e pesquisa acadêmica, proporcionou uma visão ampla dos diferentes temas trabalhados em palestras, oficinas, debates e publicações, gerando um compartilhar de conhecimento.

Para 2015, a quarta edição do Encontro Senac de Conhecimento Integrado: *gestão de carreira e oportunidades no mercado de trabalho,* propõe a participação de cinco unidades no evento: Bauru, Presidente Prudente, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto bem como a unidade de Santo André que é a mais nova integrante do grupo.

Dessa forma, o Encontro é uma excelente oportunidade de compartilhar conhecimento e gerar discussão sobre temas atuais. Além disso, proporcionará a divulgação e o fortalecimento da marca Senac São Paulo, principalmente na modalidade pós-graduação; sendo, ainda, ocasião propícia para atrair para as unidades o público alvo desejável para os cursos de pós-graduação ofertados nas unidades Senac participantes.

Comissão Organizadora

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROGRAMAÇÃO

BAURU

Mesa-redonda: Gestão de Carreira – visões empreendedoras e intraempreendedoras
11/11/2015 das 19 às 21 horas

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
11/11/2015 das 21 às 22 horas

Palestra: O Profissional do Futuro
12/11/2015 das 19h30 às 21 horas

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
12/11/2015 das 21 às 22 horas

Mesa-redonda: Construindo Carreiras de Sucesso – relatos de pós-graduados do Senac Bauru
13/11/2015 das 19h30 às 21 horas

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
14/11/2015 das 8h30 às 9 horas

Oficina: Design Thinking como Instrumento para Otimizar Custos em Tempos de Crise
14/11/2015 das 9 às 12 horas

Workshop: Entendendo Indicadores na Gestão de Projetos Ágeis
14/11/2015 das 9 às 12 horas

Workshop: Logística Reversa e Responsabilidade Pós-consumo
14/11/2015 das 9 às 12 horas

Workshop: Legislação Previdenciária Atual e suas Perspectivas Futuras
14/11/2015 das 9 às 12 horas

Workshop: Inovação no Desenvolvimento de Produtos
14/11/2015 das 9 às 12 horas

Oficina: Cidadania Corporativa – Perspectivas de Carreira
14/11/2015 das 9 às 12 horas

PRESIDENTE PRUDENTE

Palestra: O Profissional do Futuro
17/11/2015 das 19 às 21h30

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
17/11/2015 das 21h30 às 22h30

Workshop: Career Coaching – Planejamento Estratégico da Carreira Profissional
18/11/2015 das 19 horas às 22h30

Mesa-redonda: Reflexões Sobre a Política Pública Municipal
20/11/2015 19 horas às 21h30

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

20/11/2015 das 21 horas às 22h30

Palestra: Certificação PMP e a Carreira de Gerente de Projetos
21/11/2015 das 10h30 às 11h30

Apresentação de Trabalhos: Comunicação Oral
21/11/2015 das 7h30 às 10h30

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
21/11/2015 das 12 horas às 13h30

RIBEIRÃO PRETO

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
28/11/2015 das 8h30 às 16 horas

Palestra: A Regulamentação Profissional do Design de Interiores
28/11/2015 das 9 horas às 10h30

Apresentação de Trabalhos: Comunicação Oral
28/11/2015 das 9 às 10 horas

Palestra: O Profissional do Futuro
28/11/2015 das 10 às 12 horas

Mesa-redonda: Gestão Interdisciplinar da Ergonomia – Um Olhar sobre o Controle de Doenças Ocupacionais
28/11/2015 das 13 às 15 horas

Workshop: Ferramentas Gratuitas para Mídias Digitais
28/11/2015 das 14 às 16 horas

Palestra: Como Empreender no Mercado da Moda – Cases de Sucesso
28/11/2015 das 14 horas às 15h30

Palestra: O Que É Design Gráfico?
28/11/2015 das 14h30 às 16h30

Palestra: Dicas de Preparação para o Exame de Suficiência do CRC
02/12/2015 das 20 horas às 21h30

Palestra: Perícia Ambiental e Análise Ergonômica do Trabalho
03/12/2015 das 19h30 às 21 horas

Mesa-redonda: Mostra de Empresas com Sistemas de Gestão
05/12/2015 das 8h20 às 16h30

Workshop: Thinking and Doing – Como Pensar e Compartilhar Respostas Imediatas e Executá-las em um Mercado Competitivo
05/12/2015 das 8h20 das 16h30

Palestra: Gestão de Pessoas e o Reflexo nos Resultados Empresariais
05/12/2015 das 10 horas às 11h30

Palestra: Certificação PMP e a Carreira de Gerente de Projetos
05/12/2015 das 14h30 às 16 horas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Mesa-redonda: Propaganda, Marketing e Comunicação em Tempos de Crise – Pergunte-me como!
07/12/2015 das 19h30 às 21 horas

Palestra: Design de Mobilidade Urbana
08/12/2015 das 19h30 às 21 horas

Palestra: Operações e Funcionamento da BM&F Bovespa e Opções de Investimentos
08/12/2015 das 20 horas às 21h30

Palestra: Mídias Digitais e Redes Sociais – Como Melhorar a Comunicação do Seu Negócio
09/12/2015 das 19h30 às 21 horas

SANTO ANDRÉ

Palestra: Os Desafios da Aprendizagem nas Organizações
23/11/2015 das 19h15 às 20h15

Palestra: O Desafio do Líder na Gestão das Diferentes Gerações
23/11/2015 das 20h30 às 22 horas

Palestra: O Profissional do Futuro
24/11/2015 das 19h30 às 21 horas

Palestra: O Papel do Controller na Gestão Empresarial
25/11/2015 das 19h15 às 20h15

Apresentação de Trabalhos
25/11/2015 das 20h30 às 22h30

Oficina: Como Criar Vídeos para o Youtube – O Mercado de Vídeo para Web
26/11/2015 das 14 às 17 horas

Palestra: Integração dos Sistemas de Gestão de Qualidade, Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Trabalho
26/11/2015 das 19h15 às 20h15

Apresentação de Trabalhos
26/11/2015 das 20h30 às 22h30

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
11/11/2015 das 18 às 19 horas

Palestra: O Profissional do Futuro
11/11/2015 das 13h30 às 21 horas

Palestra: A Queima da Palha da Cana-de-açúcar e a Qualidade do Ar em São José do Rio Preto e Catanduva
11/11/2015 das 21h15 às 22h15

Palestra: Marketing para Produtos Difíceis – Criatividade, Relacionamento e Pesquisa como Ferramentas de Direcionamento do 4 Os
11/11/2015 das 21h15 às 22h15

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Palestra: O Empoderamento da Mulher e o Mercado de Trabalho
11/11/2015 das 21h15 às 22h15

Palestra: Gestão de Negócios – O Caminho de uma Ideia até a Realidade de Sucesso
12/11/2015 das 19 às 20 horas

Palestra: Análise da Utilização do Prontuário Eletrônico do Paciente em um Hospital Universitário
12/11/2015 das 19 às 20 horas

Palestra: Design de Interiores – Navegando Através do Tempo
12/11/2015 das 19 às 20 horas

Palestra: Revolução 3.0 – A Tecnologia Móvel Como Aliada da Comunicação
12/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: O Contexto Brasileiro e os Desafios para a Educação da Geração Z
12/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: Justificar o Injustificável – Transgênico, Agrotóxico, Agronegócio, Agricultura Familiar e Orgânico
12/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: Aplicando Gestão Visual no Gerenciamento de Projetos
12/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: Gestão da Qualidade em Micro e Pequenas Empresas
13/11/2015 das 19 às 20 horas

Workshop: Home Care – Uma Atuação Multidisciplinar na Atenção Domiciliar
13/11/2015 das 19 às 20 horas

Palestra: Auditoria Independente
13/11/2015 das 19 às 20 horas

Palestra: Surtos da Mosca-dos-estábulos na Região de São José do Rio Preto
13/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: Tendências por Macro Categorias em Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
13/11/2015 das 20h15 às 21h15

Palestra: Hospitalidade – A Arte de Bem Receber
13/11/2015 das 20h15 às 21h15

Apresentação de Trabalhos: Pôsteres
14/11/2015 das 9 às 10 horas

Apresentação de Trabalhos: Comunicação Oral
14/11/2015 das 9 às 10 horas

Palestra: Inteligência Emocional – Desenvolva essa Competência
14/11/2015 das 10h30 às 12 horas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Sumário

BAURU 13

CULTURA E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS 14

TEORIAS X E Y: UM DIAGNÓSTICO SOBRE AS CONCEPÇÕES DA NATUREZA HUMANA JUNTO AOS FUTUROS ADMINISTRADORES 26

TREINAMENTO COMO SOLUÇÃO DE CONFLITOS DENTRO DE UMA INDUSTRIA 37

A UTILIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DO CALÇADO FEMININO 49

O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA: ESTUDO DE CASO DA FANPAGE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA 61

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO E INTEGRAÇÃO DAS NORMAS ISO 14001 E OHSAS 18001 EM UMA INDÚSTRIA SUCROENERGÉTICA NO ESTADO DE SÃO PAULO. 88

ETAPAS NECESSÁRIAS PARA IMPLANTAÇÃO DE UM SGI 101

GESTÃO DA QUALIDADE E DO MEIO AMBIENTE: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE UMA EMPRESA DESENVOLVEDORA DE SOFTWARE PARA GESTÃO PÚBLICA 111

PROPOSTA DE SISTEMA INTEGRADO DE MEIO AMBIENTE E SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO EM UMA INDÚSTRIA QUÍMICA DE PEQUENO PORTE PRODUTORA DE GLICERINA 120

A INTEGRAÇÃO DA GESTÃO AMBIENTAL COM OUTROS SISTEMAS DE GESTÃO 130

AUTOMAÇÃO E MONITORAMENTO DE PROCESSOS: SDADA E ARDUINO 141

ATIVIDADE PRÁTICA COM ESTUDANTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE ITEANA DE BOTUCATU PARA REALIZAÇÃO DE WORKSHOP DE MARKETING E VENDAS 152

ESTILOS DE LIDERANÇA: UM ESTUDO DE CASO JUNTO AOS GESTORES DA COMPLETA COMÉRCIO DE FERRAGENS E UTILIDADES EIRELI. 157

ANÁLISE DE EXPERIÊNCIA NO SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE NA FARMÁCIA UNIMED BAURU 163

RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL - SGA - DO SENAC BAURU 167

O PROFISSIONAL SUSTENTÁVEL EM BUSCA DE UM COMPORTAMENTO HOLÍSTICO 178

ENDOMARKETING EM RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA REFLEXÃO ACERCA DA COMUNICAÇÃO INTERNA DAS ORGANIZAÇÕES VOLTADA AOS COLABORADORES COM DEFICIÊNCIA 182

UMA REFLEXÃO SOBRE O MARKETING ESPORTIVO E AS PARAOLIMPÍADAS SOB O OLHAR DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS 187

DILEMAS DA PROFISSÃO PROFESSOR 192

CONSTRUCIONISMO COMO VARIAÇÃO DO CONSTRUTIVISMO 196

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LEVANTAMENTO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE BASEADO NA NORMA NBR ISO 9001:2008 EM UMA MICROEMPRESA DE SERVIÇOS 200

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS SISTEMAS DE QUALIDADE HACCP (APPCC – ANÁLISE CRÍTICA DOS PERIGOS E PONTOS CRÍTICOS DE CONTROLE) E OHSAS 18001, EM UMA INDÚSTRIA DE SECAGEM DE LEVEDURAS. 205

RELATO DE EXPERIÊNCIA COM A ORGANIZAÇÃO NACIONAL DE ACREDITAÇÃO ONA IMPLANTADA NO 0HOSPITAL UNIMED BAURU 210

ANÁLISE DO SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE, MEIO AMBIENTE E SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO DA EMPRESA LBR ENGENHARIA E CONSULTORIA 215

GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO DESENVOLVIMENTO DE UM CURSO A DISTÂNCIA: UM ESTUDO DE CASO 220

A UTILIZAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS DO GUIA PMBok NO PROJETO CRIANÇA EM AÇÃO 224

IMPLANTAÇÃO DO PMO DE PRIMEIRO NÍVEL: PARA EMPRESAS DE PEQUENO À MÉDIO PORTE 229

DESENVOLVIMENTO DE PROJETO PARA AUTOMATIZAÇÃO DO PROCESSO DE PEDIDOS DO RESTAURANTE MIX MASSAS 235

REVITALIZAÇÃO DO PARQUE VITÓRIA RÉGIA 240

PRESIDENTE PRUDENTE 245

O MEIO AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO COMO DIREITO FUNDAMENTAL E A IMPORTÂNCIA DOS CENÁRIOS PROSPECTIVOS COMO MECANISMOS AUXILIARES DE SUA EFETIVA PROTEÇÃO 246

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA O POSICIONAMENTO DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE COLCHOARIA 252

PLANEJAMENTO E GESTÃO DO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP: UM ESTUDO PROSPECTIVO UTILIZANDO O MÉTODO GRUMBACH 261

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO E OS SEUS DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL 278

GESTÃO DE PESSOAS: UM ESTUDO SOBRE A VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NAS EMPRESAS CONTEMPORÂNEAS 291

A IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ORGANIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO TV BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE. 299

CURRÍCULO ADAPTADO E AVALIAÇÃO CONTÍNUA NA PERSPECTIVA DE INCLUSÃO ESCOLAR 311

A EDUCAÇÃO INCLUSIVA NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR 324

O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM NO CURSO DE PÓS- GRADUAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE METODOLOGIAS 337

A MOTIVAÇÃO DOS SERVIDORES PÚBLICOS 342

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O TÚNEL: UMA EXPERIÊNCIA COMO SANITARISTA SOB O OLHAR DE ERGONOMISTA 354

TERRITÓRIOS E FRONTEIRAS: "DAS RELAÇÕES AOS LIMITES: AS FRONTEIRAS VIRTUAIS DE UM MUNDO REAL" 360

UMA DISCUSSÃO SOBRE O APRENDIZADO DO DISCENTE: UMA ANÁLISE DO MÉTODO "MAURI VIEIRA" 364

RECURSOS TECNOLÓGICOS: UM ESTUDO SOBRE O ENSINO SUPERIOR 369

FORMAÇÃO PROFISSIONAL: LICENCIATURA OU BACHARELADO 374

RIBEIRÃO PRETO 378

EMPRESAS JUNIORES: UM ESTUDO DE CASO NA FACULDADE JABOTICABAL – FAJAB. 379

ESTUDO DE CASO SOBRE A CRISE HÍDRICA AFETANDO O PROCESSO PRODUTIVO DAS EMPRESAS 390

FORMAÇÃO INICIAL DE PROFESSORES DE QUÍMICA: OS IMPACTOS DAS PROPOSTAS INTERNACIONAIS NAS UNIVERSIDADES ESTADUAIS PAULISTAS 415

PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E DO TRABALHO: CAMPO DE ATUAÇÃO DO PSICÓLOGO NAS ORGANIZAÇÕES 424

ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM EM AÇÕES DE TREINAMENTO A DISTÂNCIA 434

INDICADORES DE DESEMPENHO EM SEGURANÇA DO TRABALHO E SAÚDE OCUPACIONAL A PARTIR DE NORMAS REGULAMENTADORAS 443

COLETIVO FULIGEM, REDES SOCIAIS E AS NOVAS FORMAS DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL 455

LUXO CONTEMPORÂNEO 469

O PAPEL DA AMBIENTAÇÃO NO DESEJO DE COMPRA ESTUDO DE CASO DA LOJA BO.BÔ – RIBEIRÃO PRETO/SP 482

IMPLANTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GERENCIAMENTO ELETRÔNICO DE DOCUMENTOS 495

APRENDIZAGEM NA ERA DIGITAL 505

RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE A INFLUÊNCIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW NA PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES 514

EXPERIÊNCIA EM GRUPO DE PESQUISA DE DESENVOLVIMENTO DE FÁRMACOS 521

SANTO ANDRÉ 525

A IMPORTÂNCIA DO PEDAGOGO EM AMBIENTES HOSPITALARES 526

A IMPORTÂNCIA DA PSICOLOGIA DA EDUCAÇÃO NA FORMAÇÃO DOCENTE 533

PERFIL DOCENTE: CONSIDERAÇÕES ACERCA DO PERFIL DOCENTE NO SÉCULO XXI 541

A MÚSICA E SUAS CONTRIBUIÇÕES NA EDUCAÇÃO INFANTIL 547

INCLUSÃO EDUCACIONAL: Formação e informação superam mitos e preconceitos 554

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A INTENÇÃO DE ROTATIVIDADE E SEU REFLEXO NA ADOÇÃO INDIVIDUAL DO LINKEDIN 560

A CONSTRUÇÃO DE UMA POSSÍVEL COMPETÊNCIA PARA A FORMAÇÃO DO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO À LUZ DA URGÊNCIA DA INCLUSÃO 576

A IMPORTÂNCIA DA MATEMÁTICA NA EDUCAÇÃO 588

O DOCENTE DE MARKETING DIGITAL NO ENSINO SUPERIOR 597

APLICAÇÃO DO PARADIGMA DO PENSAMENTO COMPLEXO A EDUCAÇÃO 605

A VIOLÊNCIA NAS ESCOLAS: O BERÇO DA EDUCAÇÃO OU A DECADÊNCIA DA SOCIEDADE 617

TECNOLOGIAS PARA O PROFESSOR NO ENSINO SUPERIOR 626

GERAÇÃO Z: A GERAÇÃO QUE TORNOU A TECNOLOGIA UM DIVISOR DE ÁGUAS NA EDUCAÇÃO 632

EDUCAÇÃO INTERATIVA: O SISTEMA BRASILEIRO DE TV DIGITAL E SUAS APLICAÇÕES NA PRÁTICA DE EAD 642

COMPETÊNCIAS NECESSÁRIAS PARA A FORMAÇÃO DOCENTE DO SÉCULO XXI 655

O BRINCAR E A APRENDIZAGEM NA EDUCAÇÃO 664

CRISE AMBIENTAL: DEPREDAÇÃO PARA SUSTENTO DO CONSUMO 671

O TRANSITÓRIO E O PERMANENTE NA SÉTIMA ARTE 684

CONECTAR PESSOAS EM REDE:UMA PROPOSTA PARA SÃO BERNARDO DO CAMPO 693

OS DESAFIOS DO ENSINO-APRENDIZAGEM E A FORMAÇÃO DE INDIVÍDUOS INSPIRADORES PARA A SOCIEDADE 699

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO 702

LIDERANÇA SUSTENTÁVEL: A CONTRIBUIÇÃO DOS LÍDERES NOS TEMPOS ATUAIS 703

A DISLEXIA E SEU IMPACTO EDUCACIONAL E SOCIAL 707

A IMPORTÂNCIA DA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PARA UMA MARCA DE MODA 718

APLICAÇÃO DE TÉCNICAS DE GESTÃO VISUAL EM GERENCIAMENTO DE PROJETOS 729

AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS ENGENHARIA DE REQUISITOS, MODELAGEM DE ANÁLISE E PROJETO DE SOFTWARE 741

ASPECTOS E BENEFÍCIOS ECONÔMICOS GERADOS PELA ECOEFICIÊNCIA E IMPLANTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL DE UMA EMPRESA DO SETOR DE ALIMENTOS 752

EDUCAÇÃO E TRABALHO: DESAFIOS E PERSPEVTIVAS NO ÂMBITO DA FORMAÇÃO E PRÁTICA PROFISSIONAL DO ASSISTENTE SOCIAL 759

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DETERMINANTES PARA GARANTIR A MELHOR FUNCIONALIDADE DA COMUNICAÇÃO ENTRE O *PMO* E GERENTES DE PROJETOS 769

IMPLANTAÇÃO DE HAPPY HOURS PERIÓDICOS NO BRANCH DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO 782

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INFLUÊNCIA DO CINEMA E DA MODA 790

LIDERANÇA E EMPREENDEDORISMO NAS PEQUENAS EMPRESAS 804

MARKETING, IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE DEPARTAMENTO 816

METODOLOGIA DA PROBLEMATIZAÇÃO COM O ARCO DE MAGUEREZ E A TEORIA DA CONSTRUÇÃOAO DE CONHECIMENTOS DE NONAKA E TAKEUSHI: UM ROTEIRO DE UTILIZAÇÃO 826

NOS TORNAMOS AQUILO QUE O PASSADO IMAGINOU? ELUCUBRAÇÕES TEÓRICAS EVIDENCIADAS PELOS CONCEITOS DE MODA 840

O PAPEL DO COACHING NA MUDANÇA DE CARREIRA E REALOCAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO 851

O PAPEL DO ESCRITÓRIO DE PROJETOS NA CONSOLIDAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS 857

O RISCO DE FAZER PROJETOS EM EMPRESAS FAMILIARES 864

O SERVIÇO SOCIAL NA ESCOLA: AS POSSIBILIDADES E OS DESAFIOS: Uma discussão ética 872

O VALOR DA MODA FINAL 882

GESTÃO ESTRATÉGICA E A SUA IMPORTÂNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO DE UMA EMPRESA DE VESTUÁRIO FEMININO 893

REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FORMA DE FORMA DE RELACIONAMENTO INTERPESSOAL: um paralelo entre o real e virtual 907

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, UM DESAFIO PARA A MODA 926

"ANTES DE DORMIR" – O DESAFIO DA ESCRITA 932

PROJETO "MEU ALUNO": uma experiência baseada na metodologia da problematização com o Arco de Maguerez 936

VISITA TÉCNICA: ESCRITÓRIOS DE ARQUITETURA, MUSEUS E PATRIMÔNIOS CULTURAIS 947

VISITA À INDÚSTRIA DE JOIAS 958

O *DARK SIDE* NA TRAGÉDIA DA AVIAÇÃO BRASILEIRA: O ESTUDO DE CASO DA AIRBUS A-320 DA TAM 971

MUSEUS EUROPEUS 975

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

BAURU

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CULTURA E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

Silvana de Souza Moraes; sil.1303.moraes@gmail.com* Raquel Teixeira Campos; kel_76@hotmail.com
Ana Claudia Neves; anaclaudian.s@hotmail.com
Nayara Maria Mensato dos Santos; nayara_matematica@hotmail.com

Resumo: A competitividade dos mercados tem exigido das empresas maior agilidade, flexibilidade e assertividade no desenvolvimento de novos produtos, necessitando-se de pessoas capazes de atender esta demanda e de estarem envolvidas no processo de aprendizagem desde a geração de uma nova ideia até o acompanhamento de todas as fases do desenvolvimento do produto. O grau de maturidade do desenvolvimento de novos produtos de uma empresa indica o quanto ela aplica as melhores práticas de desenvolvimento de novos produtos, originando um processo com maior desempenho e com resultados expressivos. Uma característica importante que avalia o grau de maturidade das empresas é a cultura organizacional e as competências específicas das pessoas que auxiliam no desenvolvimento de novos produtos. A maneira como as empresas atingem seus objetivos ou alcançam resultados são representadas pelas melhores práticas. O artigo tem como objetivo apresentar considerações da literatura sobre o processo de aprendizagem durante o desenvolvimento de produtos e a cultura organizacional necessário para dar suporte a este aprendizado. Para isso, foi realizada uma revisão de literatura sobre cultura organizacional, aprendizagem organizacional no PDP, através da consulta de bases de dados como Scopus, Web of Science, Google Scholar, livros e demais materiais relacionados aos temas. Os resultados demonstram que a literatura afirma a importância e necessidade de uma cultura organizacional tolerante ao erro, com apoio ao trabalho de equipes e com comunicação eficiente, facilita o aprendizado durante o PDP e este aprendizado deve ser internalizado pela organização, e pode ser construído em nível individual, em equipes, intraorganizacional, interorganizacional e em toda cadeia de suprimentos.

Palavras-chave: Cultura organizacional. Aprendizagem organizacional. Desenvolvimento de produtos.

Abstract
A competitive market has required the companies greater agility, flexibility and assertivity in developing new products, necessitating people able to meet this demand and to be involved in the learning process from the generation of a new idea to the monitoring of all of product development phases. The maturity of the new product development of a company indicates how it applies the best practices in new product development, resulting in a process with a higher performance and significant results. An important feature that assesses the degree of maturity of the company's organizational culture and the specific skills of the people who help in the development of new products. The way companies reach their goals and achieve results are represented by the best practices. The article aims to present literature consideration of the learning process during product development and organizational culture necessary to support this learning. To do the study, it was carried out a literature review on organizational culture, organizational learning the PDP through the database query as Scopus, Web of Science, Google Scholar, books and other materials related to the themes. The results demonstrated that literature affirms the importance and need for a tolerant organizational culture to error, with support for the work teams and efficient communication facilitates learning during the PDP and this learning must be internalized by the organization, and can be built in individual level, team level, intra-organizational, inter-organizational and throughout the supply chain.

Key-works: Organizational culture. Organizational learning. Product

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

development.

INTRODUÇÃO

A globalização, a internacionalização dos mercados, a tecnologias de comunicação, consumidores em busca de produtos e serviços mais práticos, rápidos, eficientes e multifuncionais, as preocupações ambientais, legislações nacionais e internacionais, o surgimento de novos materiais, tudo isso faz com que as empresas preocupem-se intensamente com seu processo de desenvolvimento de produtos (PDP), desde a geração das ideias até o final do ciclo de vida, pois disso dependerá sua permanência no mercado.

Para Takeuchi e Takeuchi (2007), os consumidores têm aumentado suas expectativas quanto a novidades em produtos e diminuído sua fidelidade às marcas, tornando os mercados muito mais competitivos e encurtando o ciclo de vida dos produtos lançados, o que tem obrigado as empresas a trabalhar com uma maior agilidade e eficiência no lançamento de novos produtos, pressionando para que haja uma diminuição no seu tempo de desenvolvimento.

O desafio das empresas em uma economia globalizada é ter uma maior representatividade das fatias de mercado aumentando, assim, sua competitividade e o acesso às novas tecnologias e parcerias.

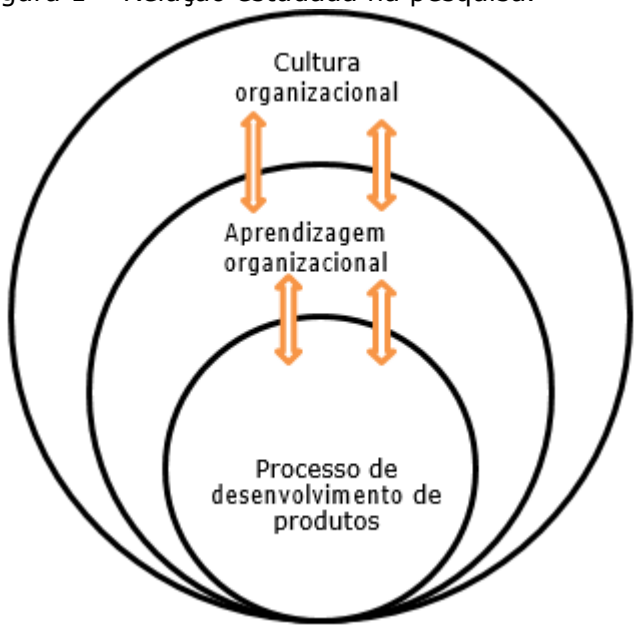
Para que o processo de desenvolvimento de produtos seja eficiente e traga ganhos para a empresa, é necessário que os conhecimentos gerados durante o PDP sejam internalizados, avaliados e implantados pela empresa de forma a tornar-se útil em diversos outros processos, mas para que isso ocorra de forma contínua e satisfatória, é imprescindível que haja uma cultura organizacional que apoie e suporte esta aprendizagem, sendo ela individual, em equipes, organizacional, intraorganizacional e na cadeia de suprimentos.

De fato, diferentes estudos apontam que a cultura organizacional é um item relevante em se tratando de inovação em PDP, pois as empresas que se preocupam com tal alinhamento, buscam equipes multifuncionais, participação ativa da alta direção, beneficiando os colaboradores com o intuito de estimular e promover a criatividade e a interação.

Desta forma, por meio de uma revisão de literatura, este trabalho tem como objetivo discutir a relação entre a cultura organizacional e aprendizagem organizacional e sua importância no processo de desenvolvimento de produtos, assim como a influência recíproca entre estes fatores, nas fases de desenvolvimento de produto e nos níveis de construção do conhecimento individual, em equipes, organizacional, intra-organizacional e em toda a cadeia de suprimentos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Figura 1 – Relação estudada na pesquisa.

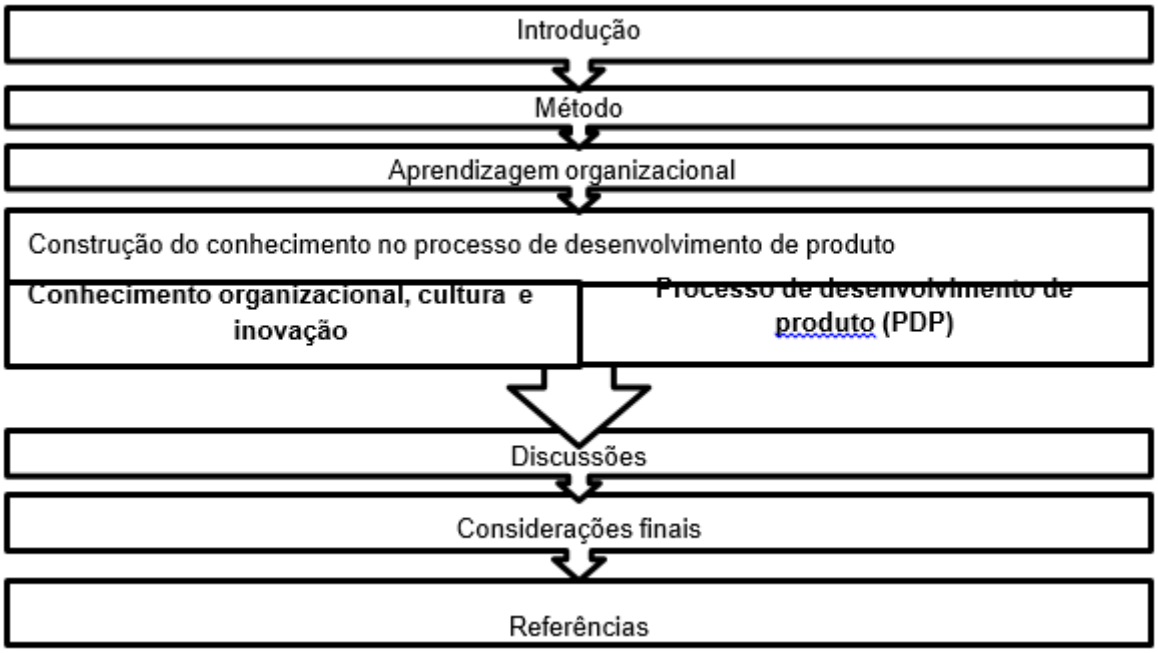


Fonte: Elaborada pelas autoras (2015).

Este trabalho é formado, além desta seção de introdução, pela segunda seção que traz o método empregado para desenvolvimento do presente trabalho, a terceira seção que apresenta considerações acerca do tema aprendizagem organizacional, a seção de número quatro, que descreve a construção do conhecimento no processo de desenvolvimento de produto, na seção cinco em que os achados da literatura são discutidos e a sexta seção, onde são apresentadas as considerações finais sobre o tema, além da seção de referências.

Figura 2 - Estrutura do trabalho.

Fonte: Elaborada pelas autoras (2015).



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MÉTODO

O presente trabalho apresenta revisão de literatura sobre a aprendizagem organizacional e a construção do conhecimento no processo de desenvolvimento de produtos, destacando-se a importância da cultura organizacional que suporte este processo. Para isso, utilizou-se pesquisa em documentos científicos que tratam sobre os temas citados nas bases de dados *Scopus*, *Web of Science*, Google acadêmico além de livros e dissertações.

APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

Takahashi e Fischer (2009), ao analisarem a literatura nacional e internacional, concluíram que a aprendizagem organizacional apresenta-se como um fenômeno multidimensional, um processo que atravessa os limites organizacionais e que afeta os recursos humanos da organização, interagindo com eles, afirmam também que, embora a tecnologia da informação tenha realizado as capacidades de recuperar informações armazenadas, o valor da aprendizagem e do conhecimento ainda depende em boa parte do capital humano e de sua habilidade em reconhecer, assimilar e utilizar os novos conhecimentos; evidências empíricas comprovam que a aprendizagem organizacional pode impactar o desempenho da organização.

Nunes, Eller e Bispo (2013) conceituam a aprendizagem organizacional como o resultado das interações coletivas cotidianas de todos os membros de uma organização sem, entretanto, se vincular, exclusivamente, à aprendizagem de conhecimentos referentes ao negócio da organização.

Conforme afirmam Loiola e Bastos (2003), há uma a forte associação entre aprendizagem organizacional e mudança organizacional, inovação e competitividade, e a literatura aponta tais fenômenos como a marca principal das transições que caracterizam o paradigma burocrático ou taylorista-fordista de organização do trabalho e a emergência de novos modelos, arquiteturas e estratégias de gestão, guiados pela noção básica de flexibilidade, capacidade adaptativa e pró-atividade. Os autores também afirmam que aprender e, antes disso, aprender a aprender são habilidades fundamentais dos indivíduos e organizações. Entretanto, no contexto atual, no qual as formas tradicionais de fazer e organizar estão se mostrando pouco capazes de gerar os níveis usuais de retorno financeiro, aprender pode requerer desaprender. A desaprendizagem é fundamental no contexto de construção compartilhada de conhecimentos na organização.

CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

A aprendizagem organizacional é muito mais do que cumprir a função de criar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conhecimento, é a visão da organização como sistema vivo, que precisa se adaptar permanentemente às mudanças, é a capacidade de adaptação da organização, ao torná-la uma organização aprendiz (PEREIRA, SKROBOT e DANIELSSON, 2010).

Nonaka e Takeuchi (1935) definiram o processo de construção do conhecimento organizacional conforme a figura 3:

Figura 3 - Conteúdo do conhecimento criado pelos quatro modos.

	Conhecimento tácito em	Conhecimento explícito
Conhecimento tácito	(Socialização) Conhecimento compartilhado	(Externalização) Conhecimento conceitual
Conhecimento explícito	(Intenalização) Conhecimento operacional	(Combinação) Conhecimento sistêmico

Fonte: Nonaka e Takeuchi, (1935).

Para os autores, o conhecimento evolui do conhecimento individual, passando para o conhecimento do grupo, da organização e intraorganizacional e a função da organização no processo de criação do conhecimento organizacional é fornecer o contexto apropriado para facilitação das atividades em grupo e para a criação e acúmulo de conhecimento em nível individual. Há cinco condições em nível organizacional que promovem o conhecimento organizacional, sendo elas a intenção, a autonomia, a flutuação e o caos criativo, a redundância e a variedade de requisitos. Para os autores, o processo de criação do conhecimento organizacional possui cinco fases que são o compartilhamento do conhecimento tácito, a criação de conceitos, a justificação dos conceitos, a construção de um arquétipo e a difusão interativa do conhecimento.

Almeida e Costa (2008) afirmam que para implantar a gestão do conhecimento em uma organização é necessário reorganizá-la, construindo uma cultura de gestão do conhecimento, criando um sistema de informação que facilite o aprendizado organizacional, suportando o desenvolvimento de atividades em grupo e o trabalho colaborativo.

Schulze et al. (2013) afirma que o conhecimento organizacional, que aumenta a eficiência e a melhoria contínua dos processos, tornou-se um princípio importante de desenvolvimento de novos produtos. Portanto, é fundamental para a organização capturar conhecimentos de indivíduos e grupos e aprender sobre os processos, institucionalizá-lo e implantá-lo em toda a organização.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A inovação, ferramenta essencial para a sustentabilidade das organizações na atualidade, depende da capacidade de aprendizagem organizacional, de criar novos conhecimentos e disseminá-los pela organização e de incorporá-los na forma de novos produtos, processos e serviços. A empresa deve ser capaz de gerir conhecimento para gerar inovação (STOECKICHT e SOARES, 2010). Sobre a inovação tão requerida atualmente no processo de criação e desenvolvimento de produtos, Machado, Carvalho e Heinzmann (2012) afirmam que esta depende de um ambiente favorável ao seu desenvolvimento e esta sustentação de uma organização inovadora se dá, principalmente por sua cultura, pois a capacidade de inovar está nas habilidades e atitudes das pessoas que trabalham na organização e essas habilidades e atitudes dependem de uma cultura que evoque e encoraje a participação, propiciando o trabalho em equipes. Outros fatores culturais são destacados em organizações voltadas para a inovação como a tolerância à ambiguidade e ao erro, trabalho desafiante e em equipe, suporte das lideranças, comunicação clara, coesão e reconhecimento de esforços que favorecem a inovação e a saúde do trabalhador. (GODOY e PEÇANHA, 2009)

Markham e Lee (2013), em pesquisa realizada entre 198 empresas da América do Norte; 149 da Ásia, 61 da Europa, 45 de outros países, mostraram que a cultura de valorização do conflito construivo, reconhecimento da falha como parte da inovação e valorização na tomada de riscos são importantes para a inovação e desenvolvimento de novos produtos, o mesmo estudo demonstrou a importância de aumentar o vínculo entre os membros do grupo.

Jabar, Soosay e Santa (2010) analisaram a influência da aprendizagem organizacional por meio de alianças tecnológicas estratégicas sobre a transferência de tecnologia e desenvolvimento de novos produtos, investigando 335 organizações na Malásia, e os resultados mostraram que a capacidade de absorção, natureza e tipo de alianças e ambiente de aprendizagem afetam significativamente a transferência de tecnologia em fabricantes da Malásia e a transferência de tecnologia como um meio eficaz para a construção de capacidades inovadoras no desenvolvimento de novos produtos.

Stevens (2014) afirma que, embora a racionalidade seja difícil de alcançar quando existe incerteza, estratégias de aprendizagem podem contribuir para emitir identificação e, em seguida, para a adoção de opções com a maior probabilidade de sucesso. Processos de criação de conhecimento, como a coleta de mais informações, comparando-a com o conhecimento existente, troca intensa com outros membros da equipe, e criação de cenários podem contribuir para a otimização de opções para as equipes de desenvolvimento. Os autores ainda descrevem que a incerteza ocorre quando não há informação suficiente disponível, dificultando a identificação do problema e / ou a solução do mesmo. Para isso, sugerem que os processos de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

informações devam ser melhorados, por meio da organização de equipes multifuncionais e sistemas de informação para facilitar o fluxo da comunicação. O equívoco refere-se a uma situação em que são feitas múltiplas interpretações dos mesmos fatos, dados e informações e, para evitá-lo, é necessário adquirir conhecimento contextual, por meio de peritos externos para interpretação das situações. A organização da comunicação favorece a convergência na interpretação pelas partes interessadas. Já a complexidade ocorre quando muitas partes de um sistema interagem de maneira não-simples. A ligação entre a decisão e o efeito é difícil de prever por causa do curso imprevisível das interações entre as partes, desta forma aumentar a capacidade de processamento de dados para que as consequências das ações sejam explícitas, reduz o problema e facilita o gerenciamento.

PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO (PDP)

Jugend e Silva (2013) afirmam que o desenvolvimento de cada produto pode ser diferente, com projetos que são temporários e únicos, com objetivos únicos. Assim, o processo de desenvolvimento de produtos deve buscar a linguagem comum, utilizando-se de práticas e ferramentas disponíveis e que podem se adequar aos projetos desenvolvidos, apresentando dificuldades de serem gerenciados. O processo de desenvolvimento de produto é geralmente descrito na literatura em três fases: pré-desenvolvimento, desenvolvimento e pós-desenvolvimento.

A falta de integração entre as equipes de projeto desde a fase do pré-desenvolvimento atinge os resultados finais do projeto, tornando as fases de desenvolvimento e de pós-desenvolvimento bastante comprometidas.

No pós-desenvolvimento, que abrange desde o lançamento do produto no mercado até a gestão de todo o seu ciclo de vida, sendo a maior fase do produto, é necessário que todas as informações das fases anteriores sejam conhecidas pelos envolvidos nesta fase, pois isto minimiza esforços na obtenção de soluções para possíveis falhas ou inadequações do produto no momento em que estes efetivamente começam a ser utilizados pelos consumidores. Tendo as informações disponíveis, e de fácil acesso e compreensão, o desenvolvimento de produtos é oportunidade ímpar para que as pessoas da organização aprendam e a organização cresça com o aprendizado construído por meio de seus processos. Os autores destacam também a importância da gestão do conhecimento no PDP, exigindo-se pessoas capacitadas com conhecimentos técnicos específicos em resolver problemas e que buscam aprendizagem contínua, suportadas por um ambiente de aprendizagem e inovação, buscando-se a habilidade de criar, adquirir e transferir conhecimentos, modificar comportamentos, refletir novos conhecimentos e ideias, registrando-se e disponibilizando os dados de todas as fases do processo.

Para que ocorra a aprendizagem organizacional durante o processo de desenvolvimento de produtos, Caldeira e Godoy (2011) apontam alguns aspectos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

facilitadores e barreiras para esta aprendizagem. Como facilitadores, destacam a tolerância a erros, sem punição, julgamento fundamentado em fatos, acima de interesses políticos, igualitarismo na divisão de poder e responsabilidade, comprometimento da organização em aprender, clima favorável à mudança e inovação, desconstrução dos modelos mentais vigentes, compartilhamento de crenças e percepções, visão integrada e sistêmica, eficácia do processo de comunicação, estruturas organizacionais flexíveis, que despertem a atenção dos indivíduos para relações de causa e efeito interdepartamentais, líderes com humildade para reconhecer limites e admitir a necessidade de aprender. Segundo os autores, aspectos que dificultam a aprendizagem são sistemas punitivos rigorosos, intolerantes ao erro, crenças e interesses individuais e de grupos específicos, falta de equilíbrio na divisão de poder e responsabilidade, falta de motivação dos colaboradores para aprender, atitudes defensivas, modelos mentais construídos pela experiência, dificuldade em desaprender, percepções dissonantes entre indivíduos e grupos, aprendizagem fragmentada, reflexão incompleta, processo de comunicação truncado e incompleto, estruturas organizacionais centralizadas e departamentais, lideranças que se consideram sábias, liberadas de aprender.

Takeuchi e Takeuchi (2007) afirmam que o processo concreto de desenvolvimento de um produto passa necessariamente por uma etapa, que é a de microcriação de competências essenciais em uma empresa, através de um processo cumulativo que é capaz de aprender a absorver informações e a transformá-las em conhecimento específico para a organização, constantemente, com a dinâmica de desenvolvimento do mercado e com as experiências de outras organizações.

Estudos de Hsu e Fang (2009) mostraram que o capital humano melhora o desempenho no desenvolvimento de novos produtos até a capacidade de aprendizagem organizacional.

Estudo de Huang e Chu (2010) mostraram que os fornecedores com intenção de alta aprendizagem são capazes de facilitar a aprendizagem inter- organizacional e intra-organizacional para melhorar as suas capacidades de desenvolvimento de produto.

KAHN et al. (2012) faz comparações entre os países norte-americanos, Ásia e Europa sobre as melhores práticas em Desenvolvimento de produtos e analisa sete dimensões: estratégia, processo, investigação, clima projeto, cultura da empresa, métricas e mensuração de desempenho e comercialização. A pesquisa mostrou que gestores ainda não entendem elementos do clima, cultura e métricas como melhores práticas em PDP, sendo particularmente áreas fracas entre empresas e indústrias.

Gatti Jr (2010), em estudo com sistemistas brasileiras, concluiu que a aprendizagem organizacional ocorre de diferentes maneiras, de acordo com a fase do desenvolvimento de produtos. Na fase de pré-desenvolvimento ocorre o conhecimento

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tácito e individual para construção de conceito do novo produto, baseado em desenvolvimento anteriores e interpretação dos sinais do mercado. Já na fase de desenvolvimento, ocorre o projeto formal onde desenvolve-se o conhecimento tácito por meio de interação entre diferentes gerações e o conhecimento explícito por meio de registro de lições do desenvolvimento em relatórios, arquivos de banco de dados. Nesta fase há a promoção de conhecimento individual, do grupo e organizacional e inicia-se conhecimento inter-organizacional. O projeto informal onde existe o conhecimento tácito que pode se perder com a saída de funcionários. No pós-desenvolvimento a aprendizagem ocorre por meio da interação comercial com o mercado (conhecimento tácito) e aprendizado de campo (conhecimento explícito) e nesta fase conclui-se a formação do conhecimento inter- organizacional.

Pereira, Ro e Liker (2014), ao fazerem estudo comparativo sobre a gestão de fornecedores no processo de desenvolvimento de produto, comparou a Toyota e outra empresa de mesmo segmento que procura aplicar as melhores práticas da Toyota em seus processos concluíram que cultura organizacional foi significativamente mais importante do que fatores técnicos ou fatores políticos, devido à vasta quantidade de recursos técnicos disponíveis internamente e o efeito mínimo de decisões políticas sobre microprojetos nestas grandes empresas.

Dalgélico et al. (2013) concluiu, em seu estudo sobre questões de sustentabilidade no desenvolvimento de produtos, que é necessário investir em recursos humanos, em termos de formação, recrutamento e aquisição de *know•how* técnico e ativos, a fim de desenvolver produtos verdes. Ao mesmo tempo, a criação de colaborações formais com os atores ao longo da cadeia de suprimentos que desempenham um papel significativo no desenvolvimento de produtos verdes.

DISCUSSÕES

Os trabalhos analisados demonstram a importância e necessidade do conhecimento organizacional no desenvolvimento de produtos, desta forma a organização deve primar por uma cultura que privilegie e facilite a comunicação e compartilhamento de conhecimentos entre os indivíduos, as equipes, as organizações e a cadeia de suprimentos para que o conhecimento gerado durante o desenvolvimento de produtos seja apropriado pela organização e utilizado em novos processos, facilitando também o desenvolvimento de produtos inovadores. Os resultados encontrados demonstram que uma cultura organizacional que suporta o aprendizado pode incentivar o desenvolvimento de produtos mais inovadores, o que pode representar maior participação no mercado e a aprendizagem organizacional poderá contribuir para mitigar erros comuns no PDP. A organização e os gestores devem buscar suportes que tornem o processo de armazenagem e disseminação do conhecimento gerado durante o processo de desenvolvimento de produto acessível a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

toda a organização, e isto tem sido facilitado por meio das ferramentas da tecnologia da informação. Uma cultura organizacional que proporciona um ambiente saudável para aprendizagem organizacional pode gerar muito conhecimento aproveitável, tanto no presente, como futuramente, no PDP, que mitiga incertezas e riscos nas mudanças. Com isso, o conhecimento proveniente dos indivíduos, equipes, intra e interorganizacionais e da cadeia de suprimentos são de grande valor para o PDP e para a organização como um todo. Desta forma, é importante que os gerentes de projetos e responsáveis pelo PDP conheçam o processo de aprendizagem e da criação do conhecimento organizacional, esforçando-se para tornar este conhecimento explícito e replicável no enfrentamento de novos desafios, dando suporte à tomada de decisões para que as inadequações se tornem menores e menos custosas possíveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou a inserção da cultura organizacional diante das fases de desenvolvimento de produto (pré-desenvolvimento, desenvolvimento e pós-desenvolvimento) e como a aprendizagem organizacional é estruturada e exercida diante de cada processo. A partir do exposto e das leituras realizadas como referenciais, conclui-se que o processo de desenvolvimento de produto é rico na criação de conhecimentos e na aplicação e adaptação do conhecimento organizacional já adquirido e gerenciado pela organização. Destaca-se também a importância da cultura organizacional voltada para o aprendizado e que estimule as pessoas a compartilharem seus conhecimentos, que devem ser valorizados e transformados de tácito para explícito, processo hoje bastante facilitado pela utilização de ferramentas da tecnologia da informação. A pesquisa realizada contribui para que estudantes de administração, engenharia e áreas afins reflitam sobre a maneira que o conhecimento organizacional é construído e sua importância no processo de desenvolvimento de produtos, assim como contribui com gestores ao trazer à tona a discussão da contribuição da cultura organizacional e a importância das interações e do trabalho em equipe para a construção do conhecimento organizacional. Pesquisas com múltiplos casos e quantitativas, por meio de *survey* são sugeridas para quantificar a influência da cultura organizacional no aprendizado especificamente no processo de desenvolvimento de produto.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. T.; COSTA, A. P. C. S. Sistemas de informação e gestão do conhecimento. In: BATALHA, M.O. *Introdução à engenharia de produção*. 1 edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. p. 227-247.

ÁLVAREZ GIL, M.J., GONZÁLEZ DE LA FÉ, P. Strategic alliances, organisational learning and new product development: The cases of Rover and Seat. *R and D Management*, v. 29, n. 4, p. 391-404, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CALDEIRA, A.; GODOY, A. S. Barreiras e incentivos à aprendizagem organizacional: um estudo de caso. *REGE*, São Paulo – SP, Brasil, v. 18, n. 4, p. 513-530, 2011.

DANGÉLICO, R. M. , PONTRANDOLFO, P. PUJARI, D. Developing Sustainable New Products in the Textile and Upholstered Furniture Industries: Role of External Integrative Capabilities, *Journal of Product Innovation Management*, v 30, n. 4, p. 642•658, 2013.

DENISON, D. "What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars," *Academy Manag. Rev*., vol. 21, no. 3, pp. 619–654, 1996.

GATTI JÚNIOR, W. *A construção do conhecimento no processo de inovação: o desenvolvimento da tecnologia flex fuel no sistemistas brasileiros*. São Paulo, 2010. 196 p. Dissertação de mestrado Universidade de São Paulo. Orientador: Abraham Sin Oih Yu.

GODOY, R. S. P.; PEÇANHA, D. L. N. Cultura organizacional e processos de inovação: um estudo psicossociológico em empresa de base tecnológica. *Boletim Academia Paulista de Psicologia*, v.29 n.1, 2009.

HSU, Y.H., FANG, W. Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability.*Technological Forecasting and Social Change***,** v. 76, n. 5, p. 664-677, 2009.

HUANG, Y.T., CHU, W. Enhancement of product development capabilities of OEM suppliers: Inter- and intra-organisational learning. *Journal of Business and Industrial Marketing***,** v. 25, n. 2, p. 147-158, 2010.

JABAR, J., SOOSAY, C., SANTA, R. Organisational learning as an antecedent of technology transfer and new product development: A study of manufacturing firms in Malaysia. *Journal of Manufacturing Technology Management*, v. 22, n. 1, p. 25-45, 2010.

JUGEND, D. SILVA, S.L. Integration of R&D and new product development: case studies of Brazilian high-tech firms. *Int. J. Business Innovation and Research*, v. 8, n. 4, p. 422-439, 2014. JUGEND, D.; SILVA, S. L. Modelo unificado do PDP. In: JUGEND, D. ; SILVA, S. L. *Inovação e desenvolvimento de produtos: práticas de gestão e casos brasileiros*. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013. p. 37-99.

KAHN, K. B., BARCZAK, G., NICHOLAS, J., LEDWITH, A. PERKS, H. An Examination of New Product Development Best Practice. *Journal of Product Innovation Management*, n. 29, v. 2, p.180–192, 2012.

LOIOLA, E.; BASTOS, A. V. B. A produção acadêmica sobre aprendizagem organizacional no Brasil. *Revista de administração contemporânea*, v.7, n.3, p. 181-201, 2003.

MACHADO, D. D. P. N.; CARVALHO, L. C. C.; HEINZMANN, L. M. *Revista de Administração*, v.47, n.4, p.715-729, 2012.

MARKHAM, S. K., LEE, Product Development and Management Association's 2012 Comparative Performance Assessment Study. H. *Journal of Product Innovation Management*, n. 30, v. 3, p. 408–429, 2013.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. *Criação de conhecimento na empresa*. 18ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997. 358 p.

NUNES, I. M.; ELLER, A. M.; BISPO, M. S. Aprendizagem organizacional, organização de aprendizagem e gestão do conhecimento: entre laços e nós. *Revista Eletrônica Gestão e Serviços*, n.2, v4, n.1, p. 472-488, 2013.

PEREIRA, J.H.; SKROBOT, L. C., DANIELSSON, M. Gestão do conhecimento: um modelo integrado com foco na competitividade organizacional. In: RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, *Gestão do conhecimento e inovação nas empresas.* Rio de Janeiro: Qualtymark, 2010. p. 213- 233.

PEREIRA, R.; RO, Y. K., LIKER, J. K. Product Development and Failures in Learning from Best Practices in U.S. Auto: A Supplier Perspective, *IEEE Transactions on Engineering Management*, v. 61, n. 3, p. 545- 556, 2014.

SCHEIN, E. "Coming to a new awareness of organizational culture," *Sloan Management Review*, vol. 25, no. 2, pp. 3–16, 1984.

SCHULZE, A., SCHMITT, P., HEINZEN, M., HELLER, D., BOUTELLIER, R. Exploring the 4I framework of organisational learning in product development: Value stream mapping as a facilitator. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, v. 26, n. p. 1136-1150, 2013.

SENHORAS, E.M.; TAKEUCHI, K. P.; TAKEUCHI, K. P. Gestão da Inovação no

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Desenvolvimento de Novos Produtos. *IV SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 2007. Disponível em <http://www.aedb.br/seget/artigos2007.php>. Acesso em 12 mar 2015.

TAKAHASHI, A. R.; FISCHERI. Debates passados, presentes e futuros da aprendizagem organizacional - um estudo comparativo entre a produção acadêmica nacional e internacional. *Revista de Administração Mackenzie (Online),* v.10, n.5, p. 53-76, 2009.

STEVENSEN, E. Fuzzy front-end learning strategies: Exploration of a high-tech company. *Technovation*, v. 34, p. 431–440, 2014.

STOECKICHT, I. P., SOARES, C. A. P. Modelos e estratégias de gestão de inovação e o mercado brasileiro. In: RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ, *Gestão do conhecimento e inovação nas empresas.* Rio de Janeiro: Qualtymark, 2010. p. 237-256.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

TEORIAS X E Y: UM DIAGNÓSTICO SOBRE AS CONCEPÇÕES DA NATUREZA HUMANA JUNTO AOS FUTUROS ADMINISTRADORES

Alice Beneli Constantino (ITE): alicebeneliconstantino@hotmail.com Gabriel Sabbadini Rubio (ITE): gabriel.s.rubio@hotmail.com

José Munhoz Fernandes (ITE): munhoz@ite.edu.br

Resumo: A presente pesquisa tratou de abordar as concepções da natureza humana, a partir das Teorias X e Y, de Douglas McGregor. Num primeiro momento, foi feita uma breve revisão bibliográfica para se conhecer um pouco mais do tema pesquisado. Num segundo momento, optou-se pela pesquisa de campo, onde foram aplicados 75 questionários junto aos alunos do Curso de Graduação de Administração dos 3º e 4º anos diurno e noturno do Centro Universitário de Bauru da Instituição Toledo de Ensino – ITE. Foi utilizado um questionário (anexo 1) com 10 pares de afirmações acerca das concepções da natureza humana. Os resultados apontaram que a grande maioria da população pesquisada possui um percentual de identificação maior com a Teoria Y, que pressupõe uma concepção mais positiva sobre as pessoas, talvez explicada pelas características das atuais gerações. Analisados os resultados separadamente por gênero, observou-se que a população feminina tem um maior percentual de identificação com a Teoria Y em relação a população masculina. Isso pode ser explicado, conforme pesquisas recentes sobre a rápida e crescente ascensão das mulheres em postos de liderança na última década, por características peculiares como sensibilidade, percepção mais positiva do ser humano, dentre outras. Com isso, acredita-se que, independente do gênero, a população pesquisada parece ter percepções interessantes sobre a natureza humana e que podem ser trabalhadas, objetivando inclusive o desenvolvimento de habilidades comportamentais muito importantes e atualmente requeridas no mercado de trabalho: liderar pessoas.

Palavras-chave: Gestão de Pessoas. Liderança. Teorias X e Y.

Abstract: This research addressed to the conceptions of human nature, from Douglas McGregor's X and Y Theories. At first there was a brief literature review to learn more about the researched topic. Secondly, there was a field research, where 75 questionnaires were applied to the students from 3rd and 4th year of Bussiness Administration graduating course for both day and night periods at the Bauru's Instituição Toledo de Ensino University– ITE. A questionnaire (attachment 1) with 10 pairs of statements about the conceptions of human nature was used. The results showed that the majority of the studied population has a higher percentage of identification with the Theory Y, which implies a positive conception about people, perhaps explained by the present generation's characteristics. After the results were analyzed separately by gender, it was observed that the female population has a greater percentage of identification with Theory Y comparing with the male population. According to a recent research on the rapidly growing rise of women in leadership positions in the last decade, this can be explained by peculiar characteristics such as sensibility, greater positive perception of the human being, among others. Therewith it is believed that, regardless of gender, the studied population seems to have interesting perceptions about human nature that can be worked on, focusing the development of very important behavioral skills currently required in the job market: leading people.

Keywords: People management, Leadership, X and Y Theory.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INTRODUÇÃO

O controle consiste em adaptar as leis naturais, não podemos cavar canais esperando que a água corra de baixo para cima, sabendo da lei da gravidade, ou seja, a lei natural. Devemos nos adequar a tal fato para que consigamos atingir o objetivo de escoar a água e, escoando por dentro dos canais, atingiremos o objetivo de forma mais rápida e eficiente, não perdendo tempo tentando fazê-la escoar por cima do canal. (MC GREGOR, 1999)

No campo das ciências sociais, mais precisamente no que se refere ao comportamento humano, não se pode tentar mudar as leis naturais, mas sim nos adaptarmos a elas, por exemplo, num ambiente organizacional, enquanto gestores, temos que tentar fazer com que as pessoas façam o que por nós seja solicitado, para que assim cheguemos a um resultado desejado.

Inúmeros estudos feitos concluíram que o homem é carente e suas necessidades precisam ser satisfeitas sempre, logo após satisfazer uma necessidade, aparecem outras e assim sucessivamente.

Dentre esses estudos, o mais conhecido é o de Abraham Maslow – a Teoria da Hierarquia das Necessidades Humanas. Segundo ele, as necessidades a serem satisfeitas estão organizadas em uma serie de níveis hierárquicos (pirâmide); no nível mais baixo, encontramos as necessidades fisiológicas (alimentação, repouso, abrigo, reprodução).

Quando as necessidades fisiológicas estão satisfeitas ou parcialmente satisfeitas, as necessidades se direcionam para o nível superior seguinte, qual seja o de segurança (proteção), e assim sucessivamente aos níveis seguintes e superiores da pirâmide: sociais (participação, aceitação), estima (como se vê e se avalia) e auto realização (realizar o seu potencial), considerada a mais difícil de ser alcançada.

A figura 1 ilustra esta teoria.

Figura 1 - pirâmide das necessidades (Abraham Maslow)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: http://enfermagem24hr.blogspot.com.br/

De acordo com CHIAVENATO (2004), outras inúmeras e importantes abordagens tiveram e têm contribuições importantes para o estudo do comportamento humano nas organizações.

Dentre elas, destacamos a Teoria dos Dois Fatores de Herzberg, o modelo Contingencial de Motivação de Vroom, a Teoria da Expectação de Lawler III, dentre outras que, por uma questão de limitação e foco deste trabalho, não serão abordadas.

AS CONCEPÇÕES SOBRE A NATUREZA HUMANA

Para muitos administradores experientes, o conceito de gestão é o mais importante e o mais relevante de todos os conceitos da ciência do comportamento. Em seu trabalho cotidiano, eles são confrontados continuamente aos principais problemas de gestão – responsabilidade e autoridade, delegação, estabelecimento de objetivos, controle, avaliação de desempenho, formação de equipes e manejo de conflitos.

A partir de suas experiências com esses problemas, surge uma quantidade de questões sobre o processo de liderança. Como fazer para que o trabalho seja realizado de maneira mais eficiente? Qual é o "melhor" estilo de gestão? Como fazer para que os membros do grupo de trabalho sejam dedicados e leais à companhia e a seus objetivos? Quando ouvir e quando dar ordens? Se me tornar muito amigo de seus funcionários, perderei seu respeito? Como usar a autoridade para recompensar e punir?

As inúmeras pesquisas que buscaram responder a essas e a outras questões semelhantes mostraram que algumas conclusões simples podem ser extraídas a respeito do processo de gestão em geral. Uma abordagem que tenta integrar essas várias ideias sobre a gestão foi desenvolvida por Tannenbaum e Schmidt (1986) *apud* CHIAVENATO (2004). Ela propõe um *continuum* de comportamento de liderança, indo das estratégias centradas no líder até as estratégias centradas no grupo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Parece que nenhum conjunto simples de traços caracteriza o bom gestor. Muitos fatores devem ser considerados para que cada um compreenda seu próprio estilo de liderança e o impacto desse estilo sobre os outros e sobre o desempenho.

Uma das forças que operam na modelagem do estilo de liderança de um indivíduo são suas crenças básicas sobre a natureza humana. McGregor (1999) descreveu dois extremos de um *continuum* de tais suposições, chamando-os, respectivamente, de Teoria X (suposições tradicionais) e Teoria Y (suposições emergentes).

Dentre as inúmeras contribuições de Douglas McGregor para o campo da psicologia organizacional e da própria ciência administrativa, encontram-se os estudos sobre as concepções da natureza humana e que desencadearam nas conhecidas Teorias X e Y.

A conceituação de McGregor também realça a complexidade inerente ao comportamento humano. As pessoas não são motivadas por uma única força propulsora. Elas buscam várias satisfações e essas necessidades são dinâmicas, mudando à medida que as pessoas crescem e se desenvolvem. A seguir, são apresentadas algumas das características de cada um dos estilos, conforme McGregor (1999).

A TEORIA X: SUPOSIÇÕES TRADICIONAIS

O ser humano, com o tempo, vai tendo visões diferentes de como administrar pessoas para conseguir uma melhor produção e desempenho para a equipe, assim como vemos em outras ciências.

Com o tempo, paradigmas são quebrados e novas formas de pensamentos surgem, como na Ciência Física, por exemplo, onde durante muito tempo Isaac Newton prevalecia como a melhor verdade sobre a lei do movimento, superada algum tempo depois pela teoria de relatividade de Albert Einstein.

Em algumas áreas do conhecimento isso acontece com maior velocidade e intensidade, em outras, as mudanças ocorrem mais lentamente, como no caso das ciências humanas. Com o tempo, a forma de pensamento sobre o indivíduo muda, de como se deve tratar, a forma de compensação e benefícios.

Em suas pesquisas empíricas, McGregor (1999) afirma ter encontrado junto aos gestores uma linha de pensamento não muito favorável sobre o caráter e desempenho de funcionários frente ao trabalho, cujos pensamentos muito comuns eram:

> 1. O ser humano, de modo geral, tem uma aversão essencial ao trabalho e o evita sempre que possível.
> 2. Devido a essa característica humana de aversão ao trabalho, a maioria das pessoas precisa ser coagida, controlada, dirigida, ameaçada de punição para que se esforce no sentido da consecução dos objetivos organizacionais.
> 3. O ser humano, de modo geral, prefere ser dirigido, quer evitar responsabilidade, tem relativamente pouca ambição, e quer

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

garantia acima de tudo. (MCGREGOR,1999 p. 37 e 38).

Observa-se que esses gestores não tinham interesse sobre os sentimentos dos funcionários, ou seja, as concepções sobre o ser humano não eram nada positivas. Essas características são denominadas, pelo autor, de Teoria X.

Esse tipo de pensamento ao longo dos anos foi perdendo espaço, principalmente nos cenários atuais, pois o mesmo vai contra a natureza humana sobre conduzir uma equipe para atingir os objetivos.

Nesses últimos anos, muitos pontos de vista contraditórios nas ciências sociais, aliados a novas ideias, começaram a explicar as inadequações da Teoria X, mostrando até que ponto ela estava incorreta.

Com estudos feitos por Abraham Maslow, citados anteriormente, foi concluído que o homem é carente e suas necessidades precisam ser satisfeitas sempre, logo após satisfazer uma necessidade aparecem outras e assim sucessivamente.

A TEORIA Y: SUPOSIÇÕES EMERGENTES

Nas últimas duas ou três décadas, ficou evidente que a condição do operário industrial, profissional liberal ou até mesmo do executivo melhoraram muito. O lado humano na empresa está se tornando mais comum e assim melhorando o desempenho empresarial, contudo, esse avanço ainda não conseguiu ultrapassar as pressuposições da teoria X que continuam predominando na forma de administrar, em muitas organizações.

Com os avanços nos estudos relacionados ao comportamento humano nas organizações, foram descobertas muitas coisas interessantes como, por exemplo, que muitas soluções se alcançam com a eliminação do excessivo controle sobre as pessoas, que a satisfação e a produtividade não se relacionam e que a paz não significa saúde em uma organização.

Resultados também de suas pesquisas de campo, McGregor (1999) cita algumas formas de pensamentos encontrados junto aos gestores pesquisados, as quais classificou como Teoria Y:

1. O dispêndio de esforço físico mental no trabalho é tão natural como o jogo ou o descanso.
2. O controle externo e a ameaça de punição não são os únicos meios de estimular o trabalho em vista dos objetivos organizacionais. O homem está sempre disposto a se autodirigir e se autocontrolar a serviço de objetivos com os quais se compromete.
3. O compromisso com os objetivos é dependente das recompensas associadas à sua consecução.
4. O ser humano comum aprende, sob condições adequadas, não só a aceitar responsabilidades como a procura-las.
5. A capacidade de usar um grau relativamente alto de imaginação, de engenhosidade e de criatividade na solução de problemas organizacionais é mais amplamente distribuída na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> população do que geralmente se pensa.
>
> 6. Nas condições da vida industrial moderna, as potencialidades intelectuais do ser humano comum estão sendo parcialmente usadas (MCGREGOR,1999 p. 53 e 54).

Podemos observar claramente que a teoria Y difere muito da teoria X. A teoria Y é dinâmica e não estática, indica o desenvolvimento e o crescimento humano, uma adaptação seletiva e não uma única forma de controle. Ou seja, a teoria Y vê o lado humano da empresa e tenta se adaptar as suas diferenças, enquanto a teoria X dita as regras e obriga a todos a seguirem as mesmas.

METODOLOGIA

A presente pesquisa, de abordagem qualitativa, buscou num primeiro momento desenvolver uma breve revisão bibliográfica sobre o tema com o objetivo de contextualizar e fundamentar a sua discussão.

Inúmeros autores consultados afirmam as características positivas da pesquisa bibliográfica, dentre eles, Barros (2000):

> A pesquisa bibliográfica é a que se efetua tentando-se resolver um problema ou adquirir conhecimentos a partir do emprego predominante de informações advindas de material gráfico, sonoro e informatizado.
> [...] No processo de formação do acadêmico, a pesquisa bibliográfica é de grande eficácia porque lhe permite obter uma postura científica quanto à elaboração de informações da produção científica já existente, à elaboração de relatórios e à sistematização do conhecimento que lhe é transmitido no dia-a-dia. (BARROS, 2000, p.70)

Num segundo momento, optou-se por uma pesquisa de campo, que neste caso pode ser classificada enquanto seus objetivos como uma pesquisa do tipo descritiva, que segundo GIL (2007), busca a descrição de características de determinada população ou fenômeno e, ainda, relações entre variáveis, que é o presente caso.

Enquanto procedimentos técnicos, esta pesquisa, ou delineamento, pode ser classificada como do tipo levantamento, que segundo o autor se caracteriza pela interrogação direta da população que se deseja conhecer, no presente caso os graduandos do curso de Administração de uma instituição de ensino superior.

A partir de discussões sobre este tema, em sala de aula, na disciplina Administração de Recursos Humanos e sua aplicabilidade, os pesquisadores optaram por conhecer as concepções da natureza humana junto aos discentes dos 3º e 4º anos diurno e noturno do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário de Bauru da Instituição Toledo de Ensino - ITE, para assim avaliar o que os futuros e possíveis lideres pensam a respeito do assunto.

Para tanto, foi utilizado um questionário elaborado por Alvarez (2002), e aplicado pelos pesquisadores, em sala de aula, durante o mês de agosto de 2015, com o apoio do professor orientador (anexo 1).

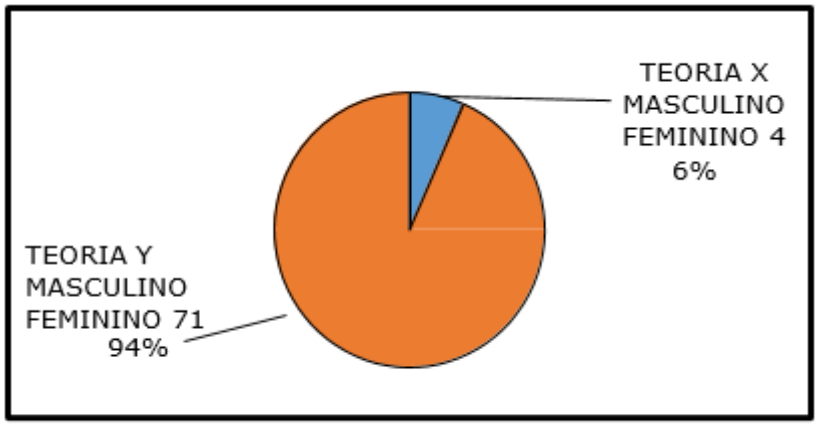
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A população alvo somava 110 alunos, tendo retornado preenchidos 75 questionários, ou seja, 68% do total de participantes, o que é considerado um alto índice de representatividade para efeito desta pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A população alvo do instrumento de pesquisa, um questionário denominado "Concepções sobre a natureza humana" (anexo 1) de autoria de Alvarez (2002), foi composta pelos alunos de 3º e 4ºs anos dos períodos matutino e noturno do Curso de Administração do Centro Universitário de Bauru da Instituição Toledo de Ensino – ITE, que correspondem a quatro turmas e um total de 110 discentes. Destes, 75 participaram da pesquisa, sendo 42 pessoas do sexo feminino e 33 do sexo masculino, o que representa aproximadamente 68%, um índice de retorno considerado excelente.
Os resultados e as respectivas discussões se encontram nos gráficos 1, 2 e 3, abaixo.

Gráfico 1 - resultados gerais dos discentes



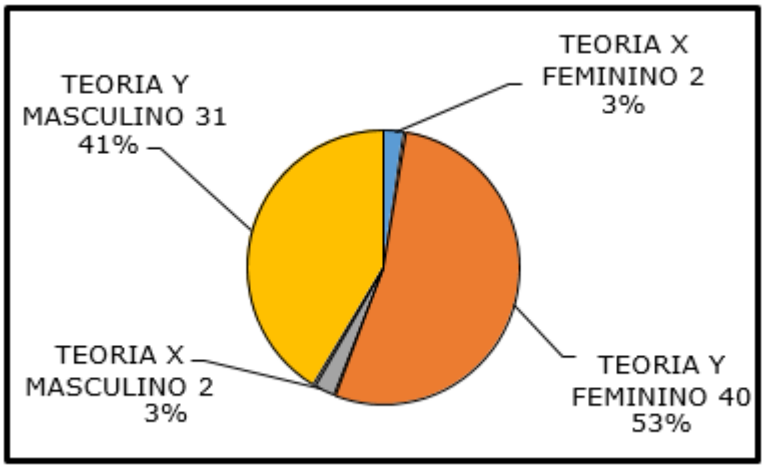
Fonte: autores

Observa-se no gráfico 1 que os resultados indicam uma grande predominância dos discentes concentrados na Teoria Y (94%), contra 6% na Teoria X, o que significa que a população pesquisada possui uma concepção bastante positiva sobre a natureza humana.

Este resultado pode ser interpretado também como altamente positivo, quando analisamos as características exigidas pelo mercado de trabalho na atualidade. Em muitas empresas, quando se busca pessoas para postos de liderança, se valoriza mais as habilidades comportamentais do que as técnicas, pois estas últimas podem ser aprendidas mediante um treinamento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Gráfico 2: resultados por gênero



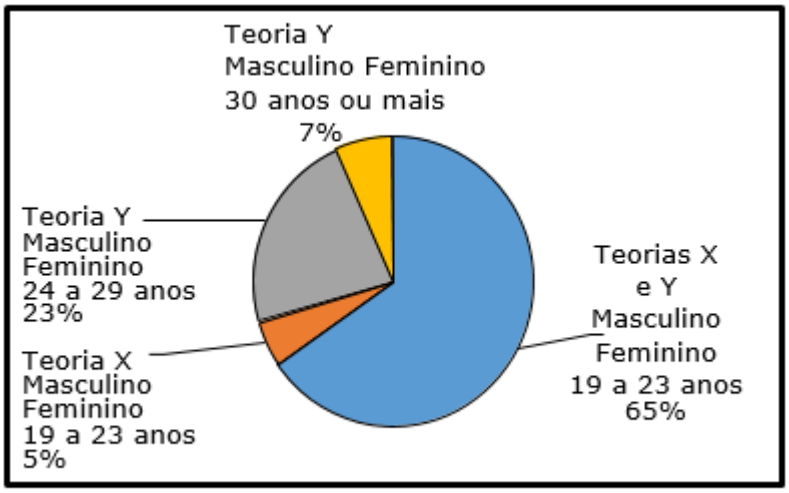
Fonte: autores

Os resultados constantes do gráfico 2 continuam indicando, a exemplo do gráfico 1, uma grande concentração dos discentes pesquisados na Teoria Y.

Analisados por gênero, verifica-se que 41% (31 alunos) e 53% (40 alunas), se enquadram na Teoria Y, demonstrando uma maior predominância feminina simpática aos princípios desta teoria.

Este resultado vai ao encontro de outras pesquisas que apontam um crescimento importante na ocupação de postos de liderança por mulheres na última década. Pode-se, talvez, serem correlacionadas às características da Teoria Y como um dos fatores que explique este fato.

Gráfico 3 - resultados por faixa etária dos discentes



Fonte: autores

Em relação a Teoria X, verifica-se, no mesmo gráfico, um empate nos escores (3%) ou dois alunos de cada gênero que compartilham dos princípios desta teoria.

Observa-se no gráfico 3 que a maioria da população pesquisada (65%) se encontra na faixa etária entre 19 e 23 anos, considerada uma população bastante jovem e que se enquadra na chamada geração Y (nascidos em meados da década de 90).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

Conclui-se o presente trabalho, constatando-se uma realidade interessante, até então apenas uma hipótese levantada pelos pesquisadores, de que a população de discentes ora pesquisada, em sua maioria na faixa etária considerada jovem, está alinhada com os pressupostos relacionados à Teoria Y de Mc Gregor, quais sejam, possuidores de uma concepção bastante positiva acerca da natureza humana.

Como citado anteriormente, esta característica é bastante valorizada na atualidade quando se observa o comportamento do mercado de trabalho, em especial, as empresas que buscam profissionais jovens e recém-formados para os postos de Trainee, por exemplo.

Nestes e em outros casos onde o alvo dos processos de recrutamento e seleção são jovens talentos que serão preparados para postos futuros de liderança nas organizações, esta, que pode ser considerada uma habilidade pode ser um grande diferencial competitivo.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, Maria Esmeralda Ballestero. **Mutatis Mutandis: dinâmicas de grupos para o desenvolvimento humano**. São Paulo: Papirus, 2002.
BARROS, Aidil Jesus da Silveira. **Fundamentos de metodologia científica.** 2. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.
CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.
GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.
MCGREGOR, Douglas. **O lado humano da empresa**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

APÊNDICE I:

QUESTIONÁRIO

CONCEPÇÕES SOBRE A NATUREZA HUMANA

Prezado (a) colega acadêmico:

Somos alunos do terceiro ano do curso de Administração do Centro Universitário de Bauru – Instituição Toledo de Ensino – ITE e estamos desenvolvendo uma pesquisa de Iniciação Cientifica na área de Recursos Humanos e gostaríamos muito de sua participação e cooperação, respondendo ao questionário abaixo, pelo que lhe agradecemos.

Alice Beneli Constantino
Gabriel Sabbadini Rubio

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Este exercício foi planejado para ajudar a compreender melhor as suposições que você faz sobre as pessoas e a natureza humana. Existem dez pares de afirmações. Dê um peso de 0 a 10 para cada afirmação, de modo a mostrar a força relativa de sua crença nas afirmações de cada par. Os pontos dados a cada par devem somar dez em todos os casos. Seja honesto consigo mesmo o quanto puder, e resista à tendência natural de responder como você "gostaria de pensar que as coisas fossem". Este exercício não é um teste. Não existem respostas certas e erradas. Ele foi planejado para servir como estímulo para reflexão pessoal e discussão. (Alvarez, 2002).

	Afirmações	**Peso**
A	É da natureza humana que as pessoas façam tão pouco trabalho quanto puderem fazer sem ser punidas	
B	Quando as pessoas evitam trabalhar, normalmente é porque seu trabalho perdeu o significado	
		10
C	Se os empregados tiverem acesso a qualquer informação que desejarem, tenderão a ter atitudes melhores e a comportar-se mais responsavelmente.	
D	Se tiverem acesso a mais informação do que precisarem para realizar suas tarefas imediatas, normalmente a usarão mal.	
		10
E	Um problema, quando se solicitam ideias dos empregados, é que sua perspectiva é muito limitada para que suas sugestões sejam de grande valor prático.	
F	Solicitar ideias dos empregados amplia sua perspectiva e resulta no desenvolvimento de sugestões úteis.	
		10
G	Se as pessoas em geral não usam muita imaginação e engenhosidade em seu trabalho, provavelmente é porque poucas têm grande dose de qualquer uma dessas qualidades.	
H	A maioria das pessoas é imaginativa e criativa, mas não pode mostrar isso em virtude das limitações impostas pelo trabalho	

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

		10
I	As pessoas tendem a elevar seus padrões se forem responsáveis pelos próprios comportamentos e pela correção de seus próprios erros.	
J	As pessoas tendem a rebaixar seus padrões se não forem punidas por seus erros e maus comportamentos.	
		10
K	É melhor dar às pessoas tanto as boas quanto as más notícias, porque a maioria dos empregados quer saber "toda a história", não importa quão dolorosa seja.	
L	É melhor não divulgar as noticias desfavoráveis sobre os negócios porque a maioria dos empregados na verdade deseja ouvir apenas as boas novas.	
		10
M	Enfraquece o prestígio do supervisor admitir que um subordinado está certo ou errado, porque ao supervisor deve-se maior respeito que àqueles que lhe são subordinados na organização.	
N	Como se deve igual respeito às pessoas em todos os níveis, o prestígio de um supervisor aumenta quando ele sustenta esse princípio pelo reconhecimento de que um subordinado está certo ou errado.	
		10
O	Se você der suficiente dinheiro às pessoas, elas provavelmente estarão menos preocupadas com aspectos intangíveis como responsabilidade e reconhecimento.	
P	Se você der às pessoas trabalho estimulante e interessante, é menos provável que se queixem a respeito de coisas como pagamento e benefícios suplementares.	
		10
Q	Se se permitir que as pessoas estabeleçam seus próprios objetivos e padrões de desempenho, elas tenderão a colocá-los mais alto do que o chefe o faria.	
R	Se se permitir que as pessoas estabeleçam seus próprios objetivos e padrões de desempenho, elas tenderão a colocá-los mais baixo do que o chefe o faria.	
		10
S	Quanto maior o conhecimento e a liberdade que uma pessoa tem a respeito de seu trabalho, maior o controle necessário	
T	Quanto maior o conhecimento e a liberdade que uma pessoa tem a respeito de seu trabalho, menor o controle necessário para mantê-la "na linha".	
		10

Por favor, some os pontos que você marcou, da seguinte forma:

a + d + e + g + j + l + m + o + r + s =

b + c + f + h + i + k + n + p + q + t =

Participante:

Sexo: M ( ) F ( )

Idade: ( ) até 18 ( ) 19 a 23 ( ) 24 a 29 ( ) 30 ou mais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

TREINAMENTO COMO SOLUÇÃO DE CONFLITOS DENTRO DE UMA INDUSTRIA

Maiara Rosa Mendes (Faculdade Anhanguera de Bauru);
mai_arah@hotmail.com*
José Anderson Santos Cruz (Faculdade Anhanguera de Bauru);
andersoncruz.bauru@anhanguera.com
Leonel Capetti (Faculdade Anhanguera de Bauru); leonel.capetti@anhanguera.com
Marcio Luis Carreira (Faculdade Anhanguera de Bauru); marcio.carreira@anhanguera.com
Marta Regina Garcia Cafeo (Faculdade Anhanguera de Bauru);
marta.cafeo@anhanguera.com
Michelle Beatriz Godoy de Mattos (Faculdade Anhanguera de Bauru);
michelle.godoy@anhanguera.com

Resumo: Situações de conflito são constantes num ambiente organizacional, pois se trata de um complexo de negociações, seja para atingir resultados comuns ou até resultados individuais. Buscando em diversos autores informações sobre os conflitos dentro do âmbito organizacional, normalmente, tudo o que envolve divergência de ideias, principalmente na tomada de decisão, pode se tornar um ponto de defesa de interesses. Nas organizações em geral, há, atualmente, uma enorme exigência de colaboradores cada vez mais qualificados, e isso envolve também competências como a resiliência, a negociação e a capacidade de lidar corretamente com os conflitos. O presente artigo aborda a percepção de colaboradores quanto à influencia do treinamento para a busca de soluções organizacionais cotidianas, em que, por meio de uma análise da pesquisa que se pautou na aplicação de um questionário em uma empresa de grande porte da cidade de Bauru, os colaboradores participantes foram divididos em dois grupos de análise: um que havia passado por um treinamento sobre o assunto e outro formado por funcionários que não receberam instrução alguma sobre o tema. A intenção foi levantar dados de como as pessoas lidam com essas situações, e se o fato de terem sido orientadas sobre o assunto (no caso de um dos grupos) as fez pensar e refletir melhor sobre a correta gestão do mesmo. Os resultados obtidos a partir da aplicação da pesquisa forneceu subsídios para a empresa passar a entender um pouco mais sobre o seus colaboradores e propor ações de melhorias que os levem a desenvolver cada vez mais uma postura assertiva.

Palavras-chave: Colaboradores; Conflitos; Qualificação; Negociação

Abstract: Conflict situations are part of the organizational environment, because it is a complex of negotiations to achieve common results or individual results. Researching various authors about the conflicts within the organizational context usually things that involve divergence of ideas, especially in decision making, can become an interesting point of defense. In organizations, in general, there is currently a huge demand for increasingly skilled employees, and it also involves skills such as resilience, negotiation, and the ability to properly deal with conflicts. This article discusses the perception of employees as to the influence of the training for the pursuit of everyday organizational solutions, in which, through an analysis of the research that was based on the application of a questionnaire in a large company in the city of Bauru, the participating employees were divided into two focus groups: one that had undergone training on the subject and the other made up of employees who did not receive any instruction on the subject. The intention was to collect data on how people deal with these situations, and the fact that they were oriented on the subject (in the case of one group) made

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

them think and reflect better on the correct management of it. The results from the research of the application provided subsidies to the enterprise shall understand a little more about its employees and proposes improvement actions that leads them to the development and increasingly assertive stance.

Keywords: Employees; Conflicts; Qualification; Negotiation.

INTRODUÇÃO

Conflito é um tema amplo para delimitar o trabalho abordar apenas os tipos que tem ligação direta ao perfil dos colaboradores e da empresa pesquisada. Focando em como evitar que ele seja negativo desencadeando problemas. De acordo com o treinamento e o perfil dos colaboradores identificados por meio dos questionários aplicados, os conflitos identificados foram de convivência e comunicação.

Como evitar os problemas de conflitos entre colaboradores dentro de uma organização?

Identificar o problema de conflitos dentro de uma organização nem sempre é fácil, baseando-se em treinamentos e questionários, podemos verificar alguns. Com um estudo aprofundado, a identificação pode se tornar um aliado, mostrando como evitar e como trabalhar com os conflitos.

O ponto que merece maior destaque neste estudo é o fato do conflito poder ser visto como um fator positivo, ao gerar a interatividade dos colaboradores, o respeito, a diversidade e o aprendizado sobre os aspectos realmente importantes na busca pela solução de pendências, problemas ou situações diversas. Para isso, fica evidente a necessidade de uma dinâmica voltada para a motivação dos colaboradores.

Discorrer sobre o assunto gestão de conflitos, recorrer aos conceitos de alguns autores e analisar a visão dos colaboradores de uma empresa industrial de Bauru perante os conflitos internos que estes enfrentam no dia a dia envolve:

- Buscar em diversos autores a fundamentação sobre os conflitos e técnicas de gestão de conflitos;
- Confrontar a visão dos colaboradores com e sem treinamento de uma empresa do setor industrial de Bauru sobre o tema;
- Diante dos resultados obtidos, realizar análises, fazer observações e, se for o caso, tecer sugestões de melhorias para a Empresa.

Encontra-se situações de conflitos em todos os ambientes. Dentro das organizações, cabe ao administrador transformá-los em algo proveitoso e benéfico à equipe, pois, atualmente, com um mercado tão competitivo, complexo e dinâmico faz-se necessária a gestão de pessoas também neste sentido.

O conflito pode ser encarado de forma positiva, pois, muitas vezes, são discussões de novas ideias e opiniões diferentes que levam a um crescimento e aprendizado sobre determinado assunto. Se bem conduzido, esse processo trará ótimos resultados. Isso também evitará que a empresa não entre num processo de estagnação/acomodação.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Devido a isso, esse artigo se justifica na medida em que realizará pesquisa bibliográfica sobre o tema em questão e analisará os dados obtidos a partir da aplicação de questionário junto aos colaboradores de uma empresa do setor industrial da cidade de Bauru. Desta forma, este estudo apresentará os resultados aos gestores da organização que poderão, a partir dessas informações, conhecer mais sobre a sua realidade em relação aos colaboradores.

Por se tratar de assunto delicado, a empresa não será identificada, e a escolha desta organização se deu pela facilidade de contato e oportunidade de levantamento de dados na medida em que a mesma estava passando por um processo de treinamento dos seus colaboradores dentro desse tema. A elaboração do instrumento de coleta de dados se baseou em um instrumento já utilizado em pesquisas anteriores por Beck (2009), fazendo algumas adaptações.

Na ocasião, dois grupos foram reunidos e conscientizados a respeito da pesquisa, bem como da questão do sigilo quanto às respostas individuais e identificação do respondente, o que normalmente faz com que as pessoas se sintam à vontade para responder com sinceridade aos questionamentos dando mais credibilidade ao nível de respostas obtidas.

A metodologia utilizada neste trabalho contempla três vertentes, ou seja: a) quanto aos objetivos: pesquisa descritiva; b) quanto aos procedimentos de coleta: pesquisa quantitativa; e c) quanto às fontes de informações: pesquisa de campo e pesquisa bibliográfica.

Utilizou-se da pesquisa descritiva no questionário para análise dos pontos de vista dos colaboradores da empresa onde foram divididos em dois grupos, sendo que um deles havia passado recentemente por um treinamento sobre conflitos e o segundo grupo não passou por esse treinamento e não tem conhecimento sobre o assunto.

Com o embasamento teórico, foram formuladas algumas perguntas para o questionário que foi aplicado aos colaboradores, sendo de duas formas: com os colaboradores que passaram por um treinamento sobre conflitos e com os colaboradores que não participaram desse treinamento.

O instrumento contém perguntas classificadas como fechadas, onde o respondente precisa escolher, dentre as alternativas, a que mais refletir a sua opinião e o seu comportamento naquela situação ou questionamento.

Os pesquisadores envolvidos foram até a empresa e aplicaram pessoalmente o questionário, em parceria com o RH. Antes da aplicação foi feito um esclarecimento geral sobre os objetivos da pesquisa bem como de que os participantes não seriam identificados nem citados individualmente na análise dos resultados.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para o embasamento do trabalho, bem como o confronto dos pontos de vista dos autores sobre o assunto abordado e, para uma análise mais profunda, foi feita a aplicação do questionário em uma grande indústria

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de baterias de Bauru/SP.

ANÁLISE DE SITUAÇÕES DE CONFLITO NAS ORGANIZAÇÕES

Encontra-se na literatura conceitos distintos sobre o assunto "conflitos" organizacionais definidos por diferentes autores, porém, eles contêm em si, ideias centrais muito parecidas. Neste capítulo, serão apresentadas algumas teorias sobre o tema.

Inicialmente, conceitua-se conflito de maneira geral. Para melhor entendimento, toma-se a contribuição de Ferreira (2000, p. 174), que o qualifica como sendo "(1) luta, combate; (2) guerra; (3) desavença, discórdia".

Para Wisinski (1994), conflito é um fenômeno normal e natural. Além disso, é visto como uma dinâmica interpessoal e, quando tratado de maneira correta, pode ser ao menos administrado, muitas vezes resolvido e, desta forma, provavelmente, terá resultados bastante criativos.

É importante lembrar que embora o conflito seja taxado como uma situação negativa dentro das organizações, ocasionado principalmente por falha de comunicação e competições de interesses pessoais, os conceitos modernos mostram que pode ser utilizado como parâmetro e autocrítica, criatividade e a propensão para a aceitação de mudança. Não se deve, pois, atribuir a ele a condição de ser bom ou ruim, e sim ressaltar que, de acordo com a sua natureza, pode ser bom ou ruim (ROBBINS, 1999).

Por sua vez, Weiss (1994) explica que o conflito, ao contrário da discordância, não é saudável, e, em geral, ocorre porque as desavenças não foram notadas, amigáveis ou negociáveis. Seguindo a mesma definição de Robbins (1999, p. 274), "conflito é um processo que começa quando uma parte percebe que uma outra parte afetou, ou está perto de afetar, negativamente algo pelo qual a primeira parte se interessa.".

Segundo Baron (1986), a consequência do conflito é uma moeda de dois lados, sendo o lado negativo composto de efeitos como: bloqueio da comunicação, redução de coordenação, potencialização dos estereótipos negativos, mudanças na direção de uma liderança autocrática e redução da habilidade de buscar outras perspectivas. Do lado positivo**,** são compostas de aspectos como: maior consideração e cuidados com as novas ideias, atenção redobrada nos problemas chaves, maior probabilidade de inovação e melhoria no acompanhamento do desempenho.

Mesmo sendo um tema complexo, para ser operacionalizada com sucesso, a diversidade pode produzir um ambiente de trabalho mais respeitoso, maduro e como soluções técnicas e administrativas de modo mais criativo.

Segundo Wagner e Hollenbeck (2002), o conflito é um processo de oposição e confronto que pode ocorrer entre indivíduos ou grupos nas organizações, geralmente, decorrente de relações de poder e competição. Para esses autores, o conflito não é necessariamente prejudicial, podendo ser benéfico nas seguintes situações:

- quando é resolvido de forma impessoal, através de uma conversa

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

informal;

- quando permite a negociação que leva ao "ganha-ganha";
- pode estimular a motivação nos colaboradores de forma a gerar inovações e mudanças;
- o conflito ajuda a identificar o poder e as interdependências da organização;
- e por último, o conflito pode auxiliar os *stakeholders* no senso de identidade da organização.

Dentro das organizações, o propósito da administração deve ser o de obter cooperação e minimizar ou sanar os conflitos, isto é, criar condições em que este possa ser controlado e dirigido por canais úteis e produtivos (CHIAVENATO, 2004).

Motivar o colaborador é uma peça fundamental em uma empresa, um desafio grande com bons resultados, um funcionário motivado busca os objetivos de seu departamento como se fosse um desafio pessoal, trazendo para si também o sentimento de conquista quando alcançados.

O clima de uma organização pode ser utilizado como um parâmetro para os colaboradores, sendo assim, se o clima estiver bom, o trabalho rende e eles se motivam a buscar cada vez mais alcançar metas e obter resultados positivos, agora, se ocorrer o contrário, provavelmente, os colaboradores desmotivados não buscarão os resultados nem metas, por isso, um gestor deve analisar a organização como um todo, evitando o desgaste das pessoas com conflitos e utilizando-os como uma forma de *feedback*.

Robbins (2002) afirma que: "A maioria dos treinamentos visa à atualização e ao aperfeiçoamento das habilidades técnicas dos funcionários". Retorno para o colaborador e para a empresa é positivo, pois quanto mais qualificado o funcionário é, mais terá uma motivação e o seus resultados serão maior e mais produtivos, consequentemente, a maior produtividade do empregado poderá contribuir efetivamente para os resultados da empresa.

Desta forma, há maior probabilidade de os colaboradores desenvolverem iniciativa e autonomia dentro da organização e o desempenho de suas funções serem mais completas e dinâmicas. Motivando as pessoas a trabalharem com liberdade em uma organização, os funcionários sentem mais anseio em executar suas funções e vontade de crescer.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram analisados 30 colaboradores do setor de produção da indústria divididos em dois grupos, o primeiro com 13 colaboradores que passaram por um treinamento, anteriormente, sobre o assunto abordado e o segundo, com

17 colaboradores, que não fizeram o treinamento, assim, confrontou-se os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

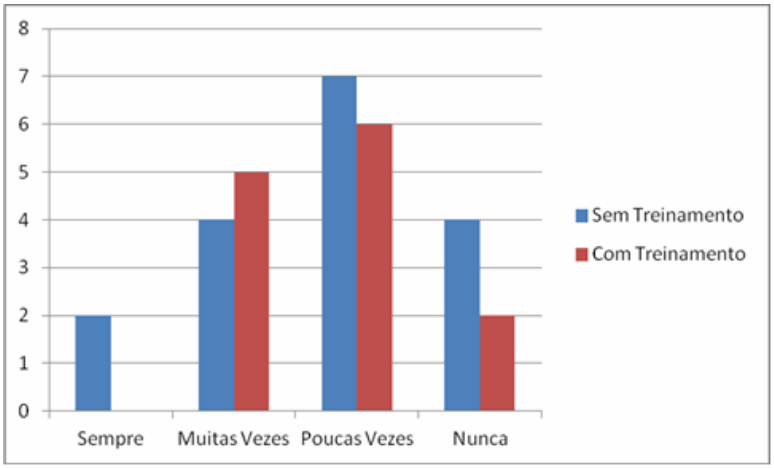
resultados de ambos os grupos por meio dos gráficos e tabelas que serão demonstrados na sequência deste estudo.

O questionário inserido contempla 12 perguntas sobre conflitos organizacionais que foram analisadas individualmente dentro de cada grupo de respostas. Dentre as questões, o bloco denominado "C" é inerente aos objetivos do trabalho.

No bloco de questões demonstra-se que o grupo "sem treinamento", em sua maioria, respondeu a opção "poucas vezes" ou "nunca", mostrando o despreparo dos colaboradores quanto à identificação dos conflitos rotineiros que atrapalham no bom convívio do grupo e na busca por resultados na produção. Uma falsa ideia que os trabalham de forma harmoniosa. Identificando no grupo que passou por treinamento o alto índice de respostas "muitas vezes", ressalta a necessidade de sempre reciclar, acompanhar e motivar aos colaboradores de todos os departamentos não somente da produção como estudado, mostra que a identificação de conflitos internos ficou mais fácil e ao mesmo tempo com o treinamento a solução também é facilitada.

Na primeira questão, que se refere ao colaborador colocar o interesse pessoal acima dos interesses do grupo, através do Gráfico 1 pode-se verificar que a maioria de ambos os grupos diz que isso ocorre "poucas vezes", mas uma grande quantidade do grupo que passou pelo treinamento consegue visualizar que na verdade ocorre "muitas vezes".

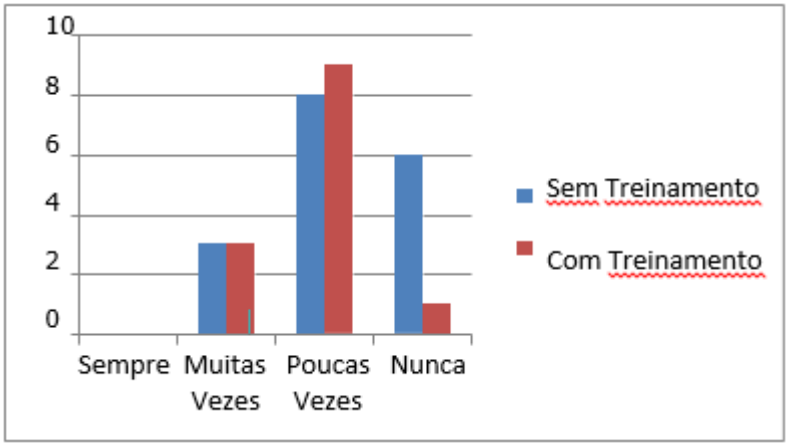
Gráfico 1 - Interesse pessoal acima dos interesses do grupo.



O Gráfico 2 demostra a questão sobre disputa de poder dentro do setor, pode se verificar que as respostas foram próximas de ambos os grupos, mas o grupo que passou pelo treinamento foi destaque em dizer que acontece mas "poucas vezes", já o grupo que não passou pelo treinamento foi notoria a diversificação de respostas, mostrando o desequilibrio do grupo e o fato de não conseguir notar o que realmente acontece a sua volta.

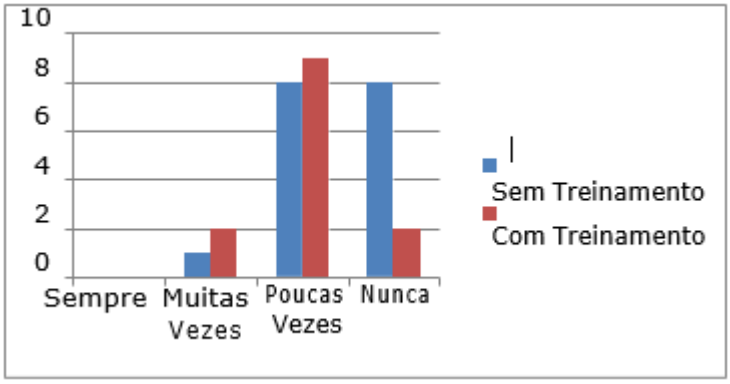
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Gráfico 2 - Disputa de poder dentro do setor



A terceira questão desse bloco vai um pouco mais a fundo no pessoal dos colaboradores, ela pergunta se existem problemas com os colegas de trabalho nas questões de interesses, disputas e ciúmes. Identifica-se que o grupo sem treinamento não consegue uma coerência nas respostas, dividi entre "poucas vezes" ou "nunca", já o grupo que passou pelo treinamento foi quase unanime em responder que "poucas vezes", mas o que chama a atenção é que alguns colaboradores se dividiram entre "muitas vezes" ou "nunca", entende-se que o treinamento aguçou a visão do colaborador para algum acontecimento recente na questão.

Gráfico 3. Problemas com os colegas de trabalho



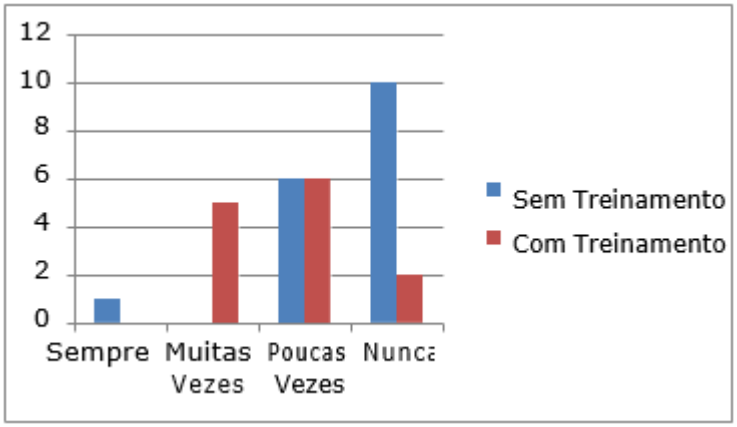
(interesses, disputas e ciúmes).

Ainda nas questões pessoais dos colaboradores, a quarta questão pergunta sobre os problemas não relacionados ao trabalho, se isso interfere nos conflitos. Identifica-se no Gráfico 4 que os colaboradores que passaram pelo treinamento conseguem identificar que os problemas externos são grandes vilões para os conflitos, ficam divididos entre "muitas vezes" e "poucas vezes" e conseguem identificar os problemas. Já no grupo que não passou pelo treinamento foi maior o número de colaboradores que responderam que isso "nunca" acontece. Um número que chama atenção é de um colaborador sem treinamento identificar que a interferência dos problemas pessoais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

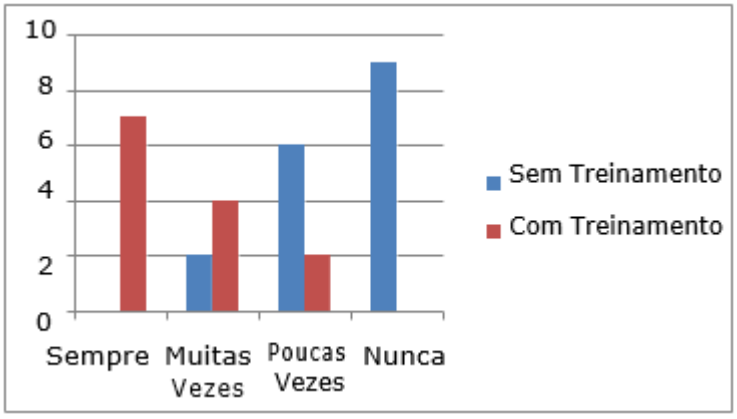
acorre sempre, o mesmo pode ter passado por outros treinamentos ou ter uma visão mais abrangente sobre o assunto, se diferenciando do grupo.

Gráfico 4. Problemas pessoais não relacionados ao trabalho



A questão de número 5, pergunta sobre a falta de cumprimento de normas e tarefas: o grupo sem treinamento diz em sua maioria que "nunca" acontece a falta de cumprimentos das normas, e o que chama a atenção com essa resposta é que o grupo pode não conhecer as normas e tarefas, pois o grupo que passou pelo treinamento consegue ver que as normas e regras "sempre" não são cumpridas. O treinamento também serve para firmar o regimento interno.

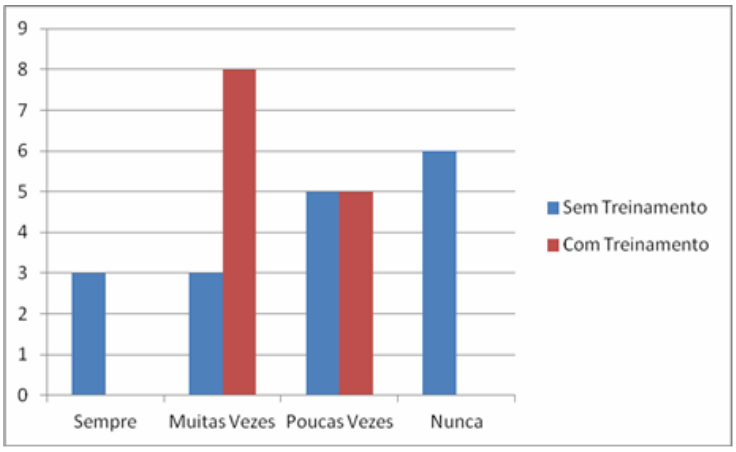
Gráfico 5 - Falta de cumprimento de normas e tarefas.



O tema que abordamos na questão 6 está representada no Gráfico 6, são os conflitos gerados na pressão por resultados, os gestores precisam sempre estar preparados para essa tarefa nada fácil, pode-se analisar que o grupo que passou pelo treinamento identifica os conflitos "muitas vezes", evidenciando que a forma que está sendo utilizada para a busca de resultados pode ser errada, o grupo que não passou pelo treinamento se dividi em todas as respostas, mas a opção "sempre" também aparece mostrando que mesmo sem preparo, os conflitos são evidentes. Esse tipo de conflito é de alta complexidade, pois pode desmotivar o departamento todo pelo lado positivo, como foi identificado, modificar a estratégia de cobrança é facilmente solucionado.

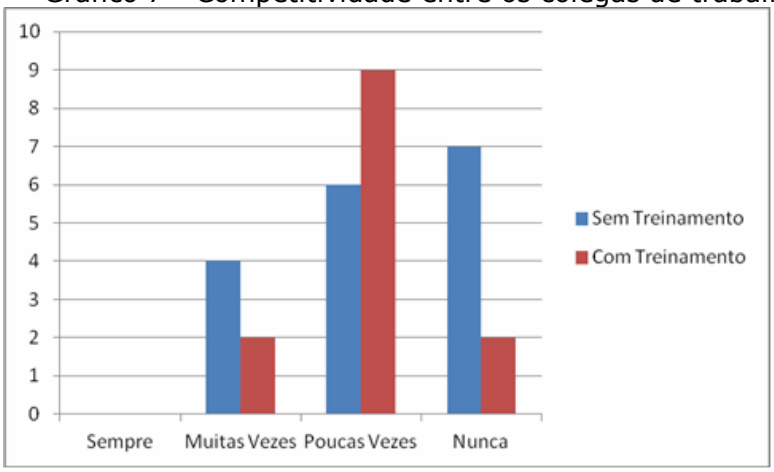
Grafico 6 - Pressão por resultados.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Um tipo de conflito muito frequente é a competitividade entre colaboradores que buscam destaque dentro de um departamento, seja para alcançar cargos, salários ou apenas destaque junto a seus superiores.

Gráfico 7 - Competitividade entre os colegas de trabalho.

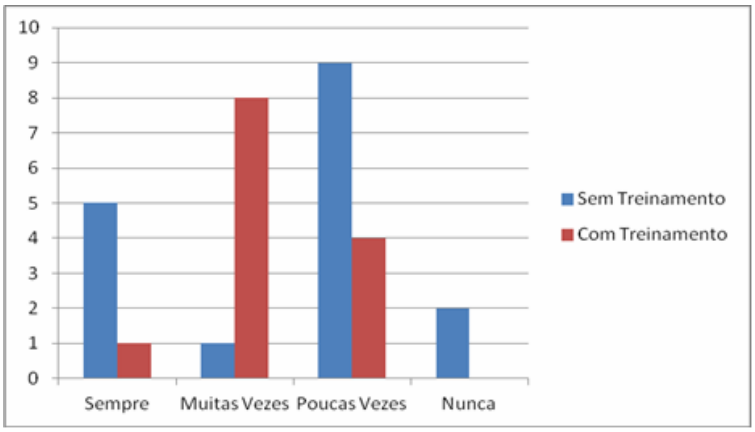


É algo a ser estudado e evitado para preservar a harmonia do ambiente de trabalho, no Gráfico 7, pode-se identificar que esse tipo de atenção acontece na indústria, pois o grupo que passou por treinamento em sua maioria respondeu "poucas vezes" e, até mesmo o grupo que não passou pelo treinamento, muitos responderam "nunca".

Grandes empresas, de uma forma geral, enfrentam problemas de comunicação, nos treinamentos, nas reuniões e até na pausa do café, o contato direto com os funcionários, ajuda a evitar esse tipo de conflito e, mais uma vez, os motiva pela proximidade aos superiores e gestores. No Gráfico 8, identifica-se que a empresa tem passado por esse tipo de conflito frequentemente em um grau avançado, pois ambos os grupo responderam que acontece, "sempre", "muitas vezes" e "poucas vezes". Através desses resultados, pode-se aplicar um novo treinamento, agora com o grupo todo buscando solucionar e aumentando a comunicação.

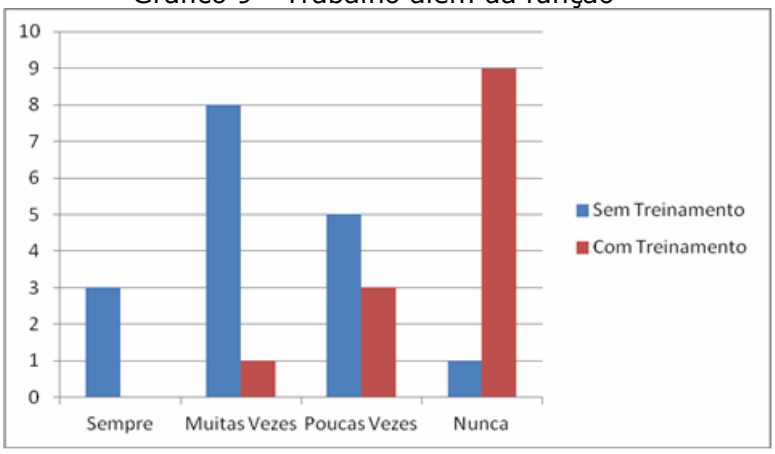
Gráfico 8 - Problemas de comunicação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Um funcionário sem motivação e sem treinamento é um prejuízo eminente, atrapalhando a execução das tarefas e motivando outros colaboradores a não executarem suas funções, formando as chamadas "panelas", no Gráfico 9, de acordo com as respostas do grupo que não passou por treinamento, pode-se identificar que acreditam estar trabalhando além da função. São indícios de descontentamento e desmotivação, pois o grupo que passou por treinamento evidencia que isso não acontece.

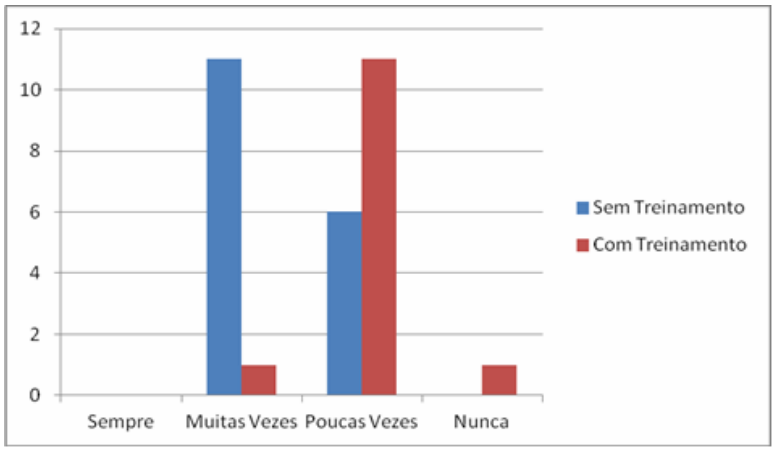
Gráfico 9 - Trabalho além da função



Ligada às ultimas questões, a questão 10 do bloco que foi analisado mostra que a comunicação deve existir para evitar conflitos e ir além do convívio da gerência e da liderança, e ser algo harmonioso. No Gráfico 10 observa-se que o grupo sem treinamento encontra conflitos com os gestores, pode ser algo mais específico (pessoal), como também o treinamento ter sido parcial e ter gerado esse tipo de descontentamento com os colaborares. Os superiores devem se atentar aos indícios de conflitos, e utilizar a comunicação como arma motivacional.

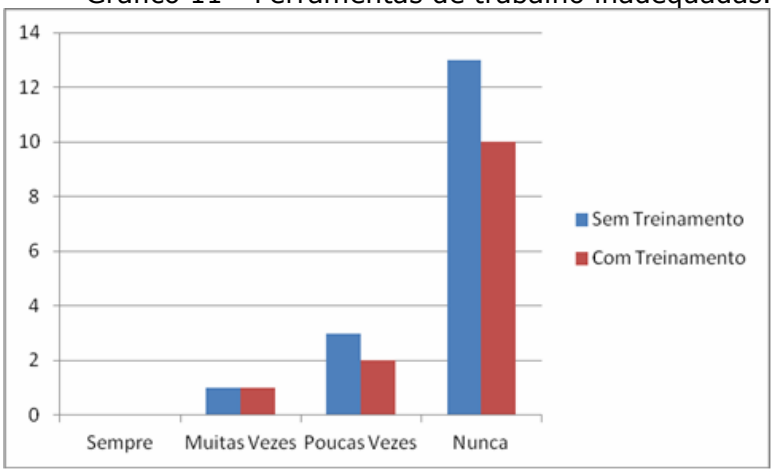
Gráfico 10 - Problemas com gerência/liderança

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Quando perguntado sobre as ferramentas de trabalho inadequadas, buscando analisar um fator desmotivador, ambos os grupos afirmam que isso não acontece, ou seja, não influenciam nos conflitos e na desmotivação. Evidenciado no Gráfico 11, a maioria responde "poucas vezes" ou "nunca" nos grupos com e sem treinamento, mostrando que a indústria tem dado suporte qualificado no setor quanto às ferramentas e instrumentos necessários.

Gráfico 11 - Ferramentas de trabalho inadequadas.



Mesmo com o foco em conflitos que é o objetivo do trabalho, identifica- se algumas carências pontuais nas respostas dos colaborares, muitos dos problemas evidenciados e os conflitos localizados são sanados por meio da comunicação e treinamento, um colaborador motivado é o lucro aumentado.

CONCLUSÃO

Em meio a tantos desafios dentro de uma empresa, os conflitos gerados entre colaboradores, principalmente em departamentos que necessitam de um grande número de indivíduos, tendo-se como exemplo o setor de produção estudado, deve-

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

se preparar o convívio com treinamentos e dinâmica em grupo, mantendo sempre o foco nos objetivos da empresa, nas metas a serem alcançadas. Um ponto bem importante identificado na análise dos resultados foi a falta ou carência de maior comunicação dos superiores junto ao setor. Com o treinamento, que nada mais é do que o preparo para evitar possíveis conflitos, esses casos poderiam ser facilmente resolvidos, se utilizados de forma positiva e motivadora.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A. **Behavior in organizations:** understending and managing the human side of interprises. Boston: MA: [s.n.], 1986.

BECK, Gabriela C. Conflito nas organizações. Novo Hamburgo: [S.l.], 2009. Disponível em: <http://ged.feevale.br/bibvirtual/Monografia/MonografiaGabrielaBeck.pdf>. Acesso em 10 abril. 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 3. ed. Rio de Janeiro, 2004

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini-Aurélio** - O Minidicionário da Língua Portuguesa – Século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Maria Marly. **Como fazer pesquisa qualitativa.** Recife: Bagaço, 2005.

MOORE, Christopher W. **O processo de mediação:** estratégicas práticas para a resolução de conflitos. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 1998.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração:** mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 1999.

ROBBINS, S. P. Administração: Mudanças e Perspectivas. 3ª tiragem. São Paulo: Saraiva, 2002 (a)

SANTOS, Antonio Raimundo. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

WAGNER, John A.; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional:** criando vantagem competitiva. 3. ed. São Paulo, Saraiva, 2002.

WEISS, Donald H. **Como resolver ou evitar conflitos no trabalho.** São Paulo: Nobel, 1994.

WISINSKI, Jery. **Como resolver conflitos no trabalho.** Rio de Janeiro: Campus, 1994.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A UTILIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DO CALÇADO FEMININO

Marina Fernanda Longo (Faculdade Anhanguera de Bauru); mf.long@hotmail.com*
José Anderson Santos Cruz (Faculdade Anhanguera de Bauru);
andersoncruz.bauru@anhanguera.com
Leonel Capetti (Faculdade Anhanguera de Bauru);
leonel.capetti@anhanguera.com
Marcio Luis Carreira (Faculdade Anhanguera de Bauru);
marcio.carreira@anhanguera.com
Marta Regina Garcia Cafeo (Faculdade Anhanguera de Bauru);
marta.cafeo@anhanguera.com
Michelle Beatriz Godoy de Mattos (Faculdade Anhanguera de Bauru);
michelle.godoy@anhanguera.com

Resumo: Formar preço nem sempre é uma tarefa de fácil realização, pois requer conhecimento de métodos eficientes, além de afinidade com a planilha de custos do que se está disposto a precificar. É comum gestores aplicarem um percentual sobre o custo da mercadoria ou serviço para elaborar o preço de comercialização, sem se atentar ao fato de que o preço poderá não cobrir os custos totais e tornar a atividade lucrativa. A planificação de custos inicia pela anotação de tudo que está relacionado ao produto ou serviço em análise, desde matéria primas, para o caso de indústria, até os tributos incidentes para fabricação e/ou comercialização. A Contabilidade de Custos é uma importante ferramenta para formação do preço de venda de um produto ou serviço, pois traz metodologias aplicáveis a qualquer tipo de atividade. As empresas calçadistas têm uma rápida inserção dos seus produtos no mercado consumidor, por isso necessitam de um planejamento estratégico eficaz, que forneça informações seguras aos seus administradores. A contabilidade de custos é uma ferramenta que pode assistir os gestores da empresa a obterem dados precisos, que podem auxiliar de várias formas, entre elas, nas tomadas de decisões e na formação do preço de venda, a fim de assegurar quais produtos ou serviços são mais rentáveis, e assim não gerar prejuízos. Conclui- se apresentando uma planilha da formação do preço de venda em uma empresa calçadista da cidade de Jaú, interior do estado de São Paulo, e enfatizando a importância da contabilidade de custos para a formação do preço venda.

Palavras-chave: Contabilidade. Contabilidade de Custos. Preço de Venda. Calçado. Jaú.

Abstract: Forming price is not always an easy task, as it requires knowledge of efficient methods, and affinity with the cost worksheet that is willing to price. Often, managers apply a percentage of the cost of the goods or services to calculate the sale price, not paying attention to the fact that the price may not cover the full costs and make profitable activity. Planning costs begin with the register of every expense related to the product or service in question, from raw material to the case of industry, to the taxes for manufacturing and / or marketing. The Cost Accounting is an important tool for training the sales price of a product or service because it brings methodologies applicable to any type of activity. The footwear companies have a quick integration of their products in the consumer market, so we need an effective strategic planning, to provide reliable information to its managers. Cost accounting is a tool that can assist

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

company managers to obtain accurate data, which can help in several ways, including, in decision making and training of the sales price, to ensure that products or services are more profitable, and thus do not generate losses. It follows a spreadsheet showing the formation of the sale price in a footwear company in the city of Jau, in the state of São Paulo, and emphasizing the importance of cost accounting for the pricing sale.

Keywords: Accounting. Cost-Accounting. Selling price. Footwear. Jaú.

INTRODUÇÃO

Atualmente muitas organizações utilizam a contabilidade para conseguirem ter um controle gerencial mais transparente das suas atividades.

A contabilidade de custos também é muito útil para as empresas, pois nos dias atuais a disputa no mercado é muito grande, os clientes encontram facilmente e com grande variedade o produto desejado. Para a empresa conseguir vencer a grande concorrência e ter uma vantagem competitiva, é importante conhecer os elementos para a formação do preço de venda do produto.

Esta *ferramenta* de custeio é utilizada na maioria das empresas calçadistas, pois é de grande importância ter informações consistentes, as quais auxiliaram nas tomadas de decisões e para administrar o estabelecimento.

Com todas estas informações, este artigo relata sobre a importância da contabilidade de custos e sobre a utilização da mesma para formação do preço de venda do calçado.

CONTABILIDADE

A contabilidade de custos é uma parte da ciência contábil que se destina ao estudo dos gastos realizados para conseguir obter um bem de venda ou consumo, que pode ser uma mercadoria, uma prestação de serviço, um produto, entre outros.

A Contabilidade de custos surgiu com a Revolução Industrial. Como ocorreram transformações no processo produtivo, algumas empresas precisavam de controles precisos para realizar a apuração do preço dos produtos. De acordo com José (2009, p. 01):

> A Contabilidade de Custo surgiu pela necessidade de avaliar estoques nas indústrias, por volta do século XVIII, quando acontecera a Revolução Industrial e teve como base a Contabilidade Financeira ou Contabilidade Geral, que foi sendo desenvolvida na Era Mercantilista para servir de grande base estrutural para as empresas comerciais. [...]
> O Contador verificava o montante pago por item estocado e dessa maneira custeava as mercadorias, fazendo o cálculo basicamente por diferença, computando o quanto possuía de estoques iniciais, adicionando as compras do período e comparando com o que ainda restava, apurava o valor de aquisição das mercadorias vendidas, na clássica disposição: Custo das mercadorias vendidas Estoques Iniciais (+) Compras (-) Estoques Finais (=) Custo das Mercadorias Vendidas. (JOSÉ, 2009, p. 01).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Com o crescimento das organizações, as concorrências e escassez de recursos aumentaram, então, foi necessário que o planejamento e controle das atividades fossem aperfeiçoados. Desta forma, é indispensável que esta técnica seja utilizada para tomar decisões confiáveis, e verificar se um produto é rentável ou não, entre outras coisas.

A contabilidade de custos é utilizada em diversos lugares, pois os estabelecimentos que vendem algum tipo de mercadoria aproveitam deste conhecimento para conferir se o preço de venda está correto, se está gerando lucro ou não, entre outros resultados.

Para empresas de maior porte, conforme Cunha e Fernandes (2015, p. 1), a Contabilidade de custos pode ser utilizada para auxilio de controle e contribuir para a tomada de decisões:

Atualmente a Contabilidade de Custos é vista sob dois prismas: o auxílio ao *controle* e a ajuda na *tomada de decisões*.

> Partindo dessa premissa, as organizações se utilizam da Contabilidade de Custos para tornarem-se cada vez mais atraentes, respondendo de forma positiva às várias mudanças ocorridas tanto no âmbito interno quanto externo de sua organização. Os concorrentes, os clientes, o governo, os avanços tecnológicos e outros são fatores que diretamente influenciam no crescimento e, consequentemente, na existência de uma organização. Assim sendo, as mesmas devem exercer um constante controle de seus gastos a fim de continuarem consolidadas ou se consolidarem no mercado. Como no mundo globalizado a facilidade de encontrar o produto desejado é cada vez maior, a empresa necessita de fatores que a tornem mais atraente em detrimento às demais. E respondendo a essa necessidade de sobrevivência, o conhecimento dos elementos de formação do preço de venda dos produtos e serviços constitui- se numa vantagem competitiva relevante para as organizações (CUNHA; FERNANDES, 2015, p. 1).

A contabilidade de custos tem um importante relacionamento com a formação e fixação do preço de venda de um produto, porém, antes de se formar este valor final é necessário ter conhecimento sobre alguns elementos muito utilizados, que são:

Gasto: é qualquer sacrifício financeiro, ou seja, desembolso que a empresa tem que arcar para obtenção de um produto ou serviço.

Custos: é todo o gasto envolvido no processo produtivo de bens e serviços. O custo pode ser classificado como direto ou indireto. Custo direto é facilmente identificado na produção, por exemplo, o couro utilizado para fabricar um calçado; por outro lado o custo indireto é, geralmente, difícil de identificar no produto e, as vezes, é necessário o rateio para apropriar o valor correto, por exemplo, o aluguel do prédio da fábrica de calçado. O custo também pode ser classificado entre fixo ou variável, ambos em relação ao volume produzido, custo fixo são os gastos que independente da produção não mudam, por exemplo, o seguro de uma máquina ou do prédio, salário do setor administrativo, entre outros; entretanto, o custo variável oscila de acordo com a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

produção, por exemplo, energia elétrica, matéria prima, entre outros.

Despesas: podem ser consideradas como os gastos ocorridos fora do processo produtivo e que estão relacionados com a manutenção da atividade da empresa. Assim como o custo, existem despesas diretas e indiretas. As despesas indiretas ocorrem independentes da quantidade de venda da empresa, que são os salários administrativos, o telefone, entre outros; porém ,as despesas diretas ocorrem de acordo com o volume de vendas mensais, por exemplo, as comissões, as embalagens, entre outros.

Desembolso: pagamento referente à aquisição de bens ou serviços.

Todos estes e outros elementos serão utilizados para desenvolvimento e elaboração do preço de venda de bens ou serviços.

A formação do preço de venda de um bem ou serviço é um momento muito importante e que requer muita atenção dos administradores de empresas. Através da composição deste valor é possível saber quais produtos ou serviços são mais rentáveis e comparar com o resultado realizado com o resultado pré-estabelecido no orçamento.

A elaboração do preço de venda de um produto, de acordo com SANTOS (1995, p.4 apud CUNHA E FERNANDES, 2015, p. 3) carece de muita atenção:

> Pode-se afirmar que, a fixação de preços de venda dos produtos e serviços é uma questão que afeta diariamente a vida de uma empresa, independentemente de seu tamanho, da natureza de seus produtos ou do setor econômico de sua atuação. Esta dificuldade de formar preço de venda pode atingir toda uma cadeia produtiva, desde o fornecedor da matéria prima, passando pelo fabricante, distribuidores, varejistas até o consumidor final. SANTOS (1995, p. 4 apud CUNHA E FERNANDES, 2015, p. 3).

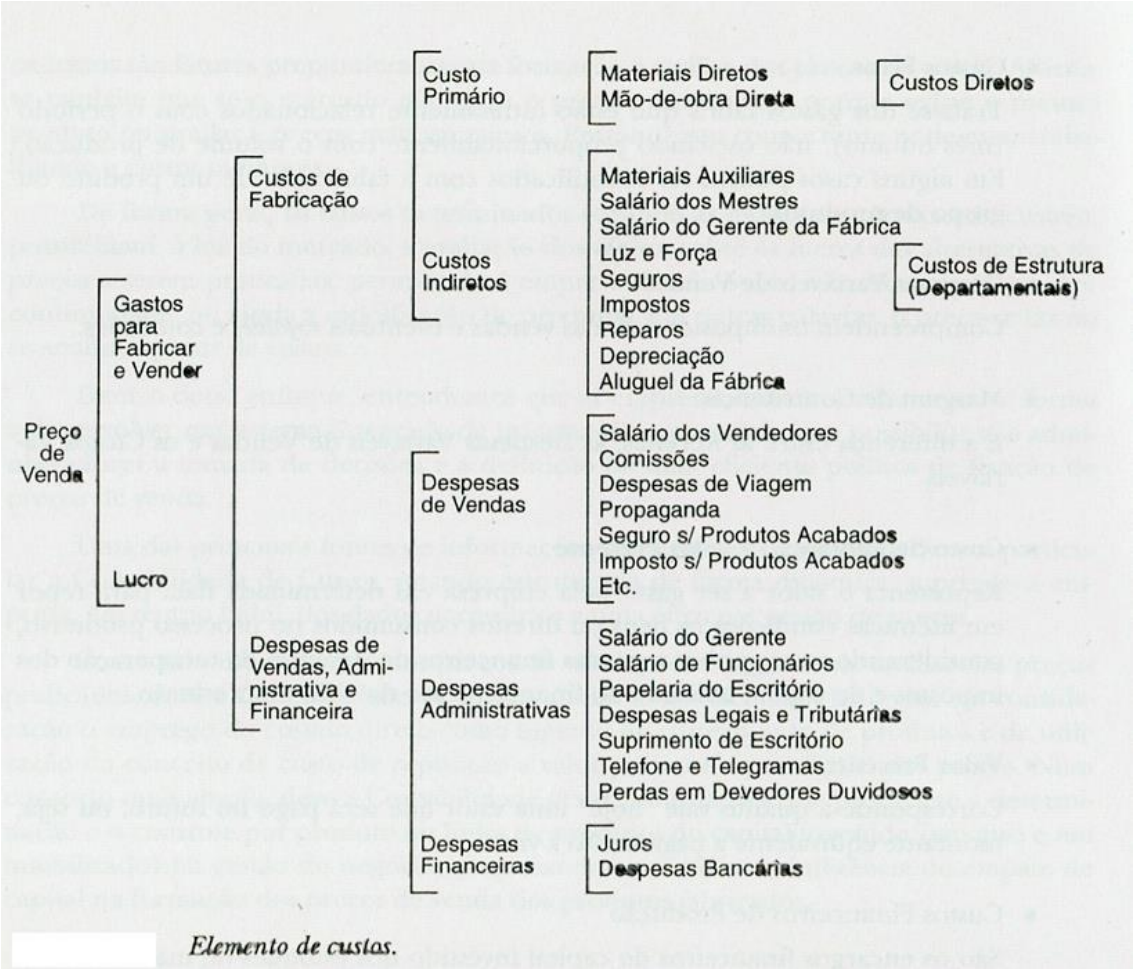
A elaboração do preço de venda envolve muitas áreas de uma empresa, conforme Figura 1.

Inúmeros são os fatores que influenciam no desenvolvimento e elaboração do preço de venda, assim como a concorrência, o mercado, os custos, entre outros. Mas devem ser de conhecimento das empresas o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição de cada produto ou serviço individualmente, pois, assim, será facilmente identificado quais geram mais ou menos lucro e até mesmo aqueles que dão prejuízo.

Para quaisquer tomada de decisão é necessário que os administradores tenham conhecimento dos custos para não correr riscos. Conforme Bruni (2006 apud Baseggio, et al. 2015, p. 10) "a formação de preços representa uma das mais importantes e nobres atividades empresariais. A definição equivocada do preço pode arruinar um negócio".

Figura 1 - Estrutura da elaboração do preço de venda

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: IBRACON (1995, p.56)

De acordo com Coelho (2007, p. 59) antes de qualquer decisão, a empresa deve ter conhecimento do mercado em que atua:

> Em um primeiro momento seria impossível e extremamente inviável iniciar um empreendimento com a visão simplista de que basta montar um empreendimento, localizar e mensurar seus custos e, então, calcular o preço de venda. Especialmente, porque preço é o elemento quantitativo que resume de forma numérica as estratégias que a empresa espera seguir, ou seja, antes de formar o preço dos produtos, a empresa deve ter em suas mãos todas as variáveis do mercado. (COELHO, 2007, p. 59).

Além do conhecimento do mercado de trabalho, Coelho (2007, p. 60) relata que é necessário ter um planejamento estratégico para conhecer a faixa de preço do produto que será comercializado:

> De forma resumida, é o planejamento estratégico, com seu posicionamento, estudo de estrutura de mercado, percepção de valor entre outros, que permitirá conhecer a faixa de preço pela qual os produtos devem ser comercializados. Valores abaixo ou acima deste preço não serão interessantes para a empresa (não por questões apenas de lucro, mas também de percepção e posicionamento), então os gestores irão manipular os produtos a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> partir destes limites e delimitar os gastos necessários para viabilizá-los. Sem este conhecimento, o gestor poderá fugir do planejamento estratégico e distorcer toda a política da empresa. (COELHO, 2007).

Figura 2 - Formação de preço e planejamento estratégico

O planejamento estratégico é muito importante para o funcionamento de uma empresa e essencial para formação do preço de venda de um produto. De acordo com Martins (2008, p. 218), é necessário saber o custo do produto, mas, além disso, é importante conhecer tudo o que interfere em um produto, como a demanda, os concorrentes, as estratégias de marketing, entre outros:

> Para administrar preços de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto; porém essa informação, por si só, embora seja necessária, não é suficiente. Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc.; e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua, que vai desde o monopólio [...] até a concorrência perfeita, mercado de *commodities* etc.
> O importante é que o sistema de custos produza informações úteis e consistentes com a filosofia da empresa, particularmente com sua política de preços (MARTINS, 2008, p. 218).

A formação do preço de venda de um produto, conforme Zanluca (2015, p. 1), basicamente pode ser simplificada pela equação: Custo + Lucro + Despesas Variáveis = Preço de Venda.

De acordo com Teixeira (2012, p. 11) para formação de preços são utilizados quatro métodos, que são: o Mark-up que é o método mais comum na prática empresarial, o preço baseado na concorrência, o preço baseado no mercado, e pelo misto, que é baseado nos custos, concorrência e mercado.

MARK-UP

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Esta *ferramenta* é muito importante para formação do preço de venda de um produto. O Mark-up é um índice aplicado sobre os custos de um produto ou serviço para formação do preço venda. Para manter a empresa ativa, o preço deve cobrir os custos, despesas e impostos e gerar um lucro. (ALVES 2012, p. 1).

Segundo Silva (2008 apud Baseggio, et al. 2015, p. 11):

> [...] o Mark-up é um índice – multiplicador ou divisor – que aplicado ao custo do produto fornece o preço de venda. Normalmente integram o Mark-up os elementos: PIS/COFINS; ICMS; Comissões; Despesas Administrativas; Despesas Fixas de Vendas; Despesas Financeiras (aquelas não associáveis aos produtos); Despesas Fixas de Fabricação (quando utilizada sistemática de custeamento direto); e o lucro. Silva (2008 apud Baseggio, et al. 2015, p. 11).

Para formação do Mark-up é necessário considerar percentuais de margem de lucro, despesas operacionais, custo financeiro, entre outros, sobre o faturamento. (Teixeira, 2012, p. 13). A estrutura para conhecer este percentual é possível exemplificar na Figura 3:

Figura 3 - Estrutura Mark-up.

Estrutura:	
Preço de venda	= 100,00%
ICMS na venda	= 18,00%
Pis e Cofins	= 4,65%
Comissões	= 2,50%
Despesas Adm	= 6,00%
Lucro antes dos impostos	= 20,00%
Total	**= 51,15%**

Fonte: TEIXEIRA (2012, p. 14).

Existe o Mark-up divisor e o Mark-up multiplicador, conforme Teixeira (2012, p. 15 e 16):

- Suponhamos que você paga hoje **R$ 1,00** (Custo) no quilo da chapa de aço, o ICMS é de **18%,** PIS e COFINS **4,65%**, comissão do vendedor **2,5%**, despesas administrativas **6%** e seu lucro desejado ante o imposto de **20%**.
  Mark-up divisor = 100,00% - 51,15% / 100 = **0,4885**
- Se utilizamos o índice **mark-up divisor** seria o custo de R$ 1,00 / 0,4885= **2,0471** o preço do quilo para garantir o pagamento de todos os custos, impostos e gerar um lucro de 20%.
  Mark-up multiplicador = 1 / 0,4885 = **2,04708291**
- Se utilizarmos este índice **mark-up multiplicador** o custo seria R$ 1,00 X 2,04708291 = **R$ 2,05** o quilo ou seja chegamos também no mesmo valor

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

usando esta formula.

Sabendo que o mark-up é de **2,04708291** na aquisição de um produto onde se mantem os mesmos impostos e despesas e se deseja gerar um lucro de **20%,** basta pegar o custo do produto e multiplicar por este índice de **2,04708291. Figura 4.**

Figura 4 - Exemplo de formação de preço de tubo de aço.

Demonstração do Resultado:		
Vendas	R$ 2,05	100%
(-) Custos	(R$ 1,00)	(48,85%)
(-)ICMS	(R$ 0,37)	(18%)
(-) Pis e Cofins	(R$ 0,09)	(4,65%)
(-) Comissões	(R$ 0,05)	(2,5%)
(-) Despesa Adm	(R$ 0,13)	(6%)
= Lucro	**R$ 0,41**	**(20%)**

Ex: Tubo de aço – Custo Kg R$ 6,00 X 2,04708291 = **R$ 12,2825** kg o preço de venda com lucro de **20%** liquido (TEIXEIRA 2012, p. 15 e 16).

Além do Mark-up, para formar o preço de venda de um produto ou serviço é muito importante saber a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio.

Através da margem de contribuição, é possível saber quanto é a diferença entre as receitas e os custos do produto. Conforme Maher (2001, apud Miqueletto, 2008, p.39), margem de contribuição é a "diferença entre o preço de venda unitário e os custos variáveis unitários. Interprete a margem de contribuição como a quantia disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro". A empresa só começa a gerar lucro quando a margem de contribuição dos produtos vendidos exceder os custos e despesas fixas.

A margem de contribuição pode contribuir para os administradores e gestores, para decidirem se um determinado produto deve ou não continuar sendo comercializado, também pode auxiliar no entendimento da relação entre custos, volume, preços e lucros, proporcionando decisões mais sabias sobre preços. (TEIXEIRA 2012, p. 28).

Conforme Teixeira (2012, p. 27), geralmente, quanto maior o percentual da margem de contribuição, melhor será a chance de promover vendas. Quanto menor o percentual, maior será o volume de vendas necessário para recuperar o empenho de promover vendas adicionais. A margem de contribuição de um produto pode ser exemplificada pela Figura 5.

Figura 5 - Margem de contribuição

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Mercadoria	AAAA	BBBB
Preço unitário de venda	17,17	2,82
Custo unitário da mercadoria	11,26	1,2
Comissão s/ venda unitária	0,08	0,01
Tributos s/ venda unitária	3,43	0,36
Margem Contribuição unitaria	2,4	1,25
Margem Contribuição unitaria %	14%	44%
quantidade vendida (unidades)	500	300
Margem de contribuição total	1.200,00	375,00

Fonte: Teixeira (2012, p. 29)

O "ponto de equilíbrio" pode ser considerado como o valor ou quantidade que a empresa tem que vender para liquidar os custos e despesas, e não gerar lucro nem prejuízo. De acordo com Padoveze (2003 apud Miqueletto, 2008, p.39):

> [...] denomina-se Ponto de Equilíbrio, o volume de atividade operacional em que o total da margem de contribuição da quantidade vendida/produzida se iguala aos custos e despesas fixas. Em outras palavras, o ponto de equilíbrio mostra o nível de atividade ou o volume operacional, quando a receita total das vendas se iguala ao somatório dos custos variáveis totais mais os custos e as despesas fixas. Assim, o ponto de equilíbrio evidencia os parâmetros que mostram a capacidade mínima em que a empresa deve operar para não ter prejuízo, mesmo que à custa de um lucro zero.

O ramo calçadista é muito grande, existem vários estabelecimentos da cadeia produtiva de couro e calçado, que são as fabricas de calçados, bancas de prestação de serviços, curtume, empresas de artefatos de couro, empresas atacadistas e representantes de componentes, lojas, entre outros.

A cidade de Jaú, localizada no interior do estado de São Paulo, é conhecida como a Capital do Calçado Feminino, existem várias fábricas de calçados, lojas e demais estabelecimentos do ramo calçadista. Uma das principais características das empresas calçadistas de Jaú é o dinamismo em acompanhar as tendências de moda e inseri-los rapidamente no mercado consumidor. Porém, para que tudo caminhe satisfatoriamente é preciso um planejamento estratégico, pois sem planejamento, pode ser que a empresa não acompanhe o mercado. Cada fábrica de calçado desenvolve seu próprio planejamento de produção, porém Aleixo, (2005, p. 77) relata sobre o processo produtivo das empresas calçadistas de Jaú e sobre o processo de fabricação dos calçados:

> A organização do processo produtivo da indústria de Jaú tem como característica uma produção descontínua, que demanda muita mão- de-obra e potencializa a subcontratação de trabalhadores, muitas vezes a domicílio, para realização de determinadas etapas do processo produtivo, principalmente na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> costura (pesponto). A subcontratação permite uma diminuição do custo de mão-de-obra, uma vez que, geralmente, o custo do trabalho terceirizado é inferior, além de possibilitar uma flexibilidade produtiva, que confere às empresas um rápido ajuste tanto qualitativo como quantitativo às mudanças de demanda.
> [...]Por se tratar de uma indústria com diminutas barreiras e novos entrantes, a capacidade na gestão e a iniciativa empresarial são fatores significativos na configuração da estratégia competitiva da empresa.

O processo de fabricação de calçados das indústrias do município de Jaú apresenta as seguintes características:

- Fabricação por encomenda, normalmente, mediante pedidos individuais dos atacadistas e varejistas;
- Os pedidos são de diferentes quantidades e de vários modelos;
- Pequeno volume de produção, porém, alta variedade de produtos;
- Grande flexibilidade no processo produtivo;
- Grande diversidade de matéria-prima e insumos;
- Mão de obra ágil e capacitada;
- Intensa utilização de máquinas e equipamentos no processo de produção. (ALEIXO, 2005, p. 77).

Apesar de todo o processo produtivo da empresa, é necessário ter um planejamento para a formação do preço de venda do produto, e para auxiliar este projeto existem as ferramentas da contabilidade de custos.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DO CALÇADO FEMININO

Atualmente, muitas empresas abrem e fecham diariamente e, às vezes, suas atividades se encerram por falta de organização e planejamento. Um dos motivos desse problema, pode ser a falta de conhecimento dos custos que envolvem a confecção de um produto e o método para formação do preço de venda dos produtos oferecidos. Dessa forma, se torna fundamental a implantação de métodos de custeio e formação de preço que assegurem aos administradores de empresas que suas atividades estão alcançando ou passando do seu ponto de equilíbrio, e gerando receita suficiente para quitar seus gastos e, se possível, gerar lucro.

Figura 6 - Planilha formação preço de venda calçado.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Material / Variáveis	F-1	F-2	VEG	NOB	SINT	Pares F-1	Pares F-2	Consumo	VEG	NOB	SINT
Tira Palmilha	1,4	1,4	38,10	38,10	38,10	61,67	61,67	0,0227	0,62	0,62	0,62
Taloneira Metalizada	1,4	1,4	11,36	11,36	11,36	43,34	43,34	0,0323	0,26	0,26	0,26
Facheta	1	1,4	45,00	63,00	30,00	23,92	33,49	0.0418	1,88	2,63	0,90
Biqueira	1	1	7,58	7,58	7,58	39,06	39,06	0,0256	0,19	0,19	0,19
Espuma Latex	1,3	1,3	5,50	5,50	5,50	41,53	41,53	0,0313	0,13	0,13	0,13
									3,08	3,83	2,10
Material / Variáveis			Atual	UND	Valor	Qtde	Valor	Diferença	S-Atual	S-Valor	Dif
Cunha			2,28	par	2,97	1,00	2,97	0,69	5,65	6,49	0,84
Sola			1,89	par	1,92	1,00	1,92	0,03			
Palmilha			1,48	par	1,60	1,00	1,6	0,12			
Enfacheta - Coleta (Banca)	-	-	1,90	par	2,10	1,00	2,10	0,20	1,90	2,10	0,20
Vazar Tal (Máquina - Banca)	-	-	-	par	-		-	-	0,68	0,68	-
Enfachetar Tira Palmilha (Banca)	-	-	0,68	par	0,68	1,00	0,68	-			
Cortar Forro (Banca)	-	-	0,23	par	0,23	1,00	0,23	-	1,10	1,10	-
Cortar Tira da Palmilha (Banca)	-	-	0,09	par	0,09	1,00	0,09	-			
Escarnir Cabedal (Banca)	-	-	0,31	par	0,31	1,00	0,31	-			
Escarnir Contra - Forte (Banca)	-	-	0,09	par	0,09	1,00	0,09	-			
Refilar (Banca)	-	-	0,38	par	0,38	1,00	0,38	-			
Caixa Individual	-	-	0,72	und	0,85	1,00	0,85	0,13	2,31	2,44	0,13
Etiqueta / Silk	-	-	0,09	par	0,09	1,00	0,09	-			
Matéria-Prima diversas	-	-	1,50	par	1,50	1,00	1,50	-			
Empresa pagando:			**11,64**			**Custo atual:**	**12,81**	**1,17**	**15,89**	**16,64**	**14,91**

Materiais / Variáveis	F-1	F-2	VEG	NOB	SINT	Pares F-1	Pares F-2	Consumo	VEG	NOB	SINT
Couro	1	1,4	45,00	63,00	30,00	10,63	14,88	0,0941	4,23	5,93	2,02
Forro Metalizado	1,4	1,4	11,36	11,36	11,36	22,80	22,80	0,0614	0,50	0,50	0,50
Suador	1,4	1,4	19,80	19,80	19,80	57,85	57,85	0,0242	0,34	0,34	0,34
Contra-Forte	1	1	14,95	14,95	14,95	39,22	39,22	0,0255	0,38	0,38	0,38
Pesponto	-	-	1,25	1,25	1,25	par	par	1,00	1,25	1,25	1,25
Metais	-	-	-	-		par	par	1,00	-	-	-
								SUB TOTAL MODELO:	**6,70**	**8,40**	**4,49**
								SOMATÓRIA LINHA + MODELO:	**22,59**	**25,04**	**19,40**

Produção Pares x mês:	52.000
Produção Pares x dia:	2.600
Linha + Fixo + M-Vegetal	34,13
Linha + Fixo + M-Nobuck	36,58
Linha + Fixo + M-Sintético	30,94

M-O Interna:	390.000,00	7,50
Gastos Gerais:	100.000,00	1,92
Desp Adm:	80.000,00	1,54
Desp Vendas:	30.000,00	0,58
Somatória	**600.000,00**	**11,54**

Comissão:	3%	7%
Mark-up:	75,0%	65,0%
ICMS:	5,00%	4,00%
Imp. Federais:	6,00%	6,00%
Comissões:	1,00%	7,00%
Financeiros:	3,00%	2,00%
Lucros:	7,0%	12,0%
Frete:	3,0%	4,0%

Muitos fatores podem influenciar no preço de venda de um produto, como a mão de obra, a matéria prima, os tributos, entre outros.

Uma empresa calçadista da cidade de Jaú forneceu a planilha da formação do preço de venda de um de seus calçados, conforme Figura 6, e nesta é possível analisar como é utilizada a contabilidade de custos para formação do preço de venda de um produto.

As ferramentas de custos estão presentes na formação do preço de venda do calçado feminino. Sem um conhecimento prévio, a empresa pode estipular um preço de venda para o produto sem saber se terá lucro ou prejuízo e, se assim for, a empresa pode encerrar as suas atividades em pouco tempo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

Este artigo teve como objetivo demonstrar a importância da utilização da contabilidade de custos na formação do preço de vendas de um produto ou serviço. Para atender esta intenção, o estudo realizado foi embasado em livros, artigos e trabalhos acadêmicos, e também contou com a informação cedida por uma empresa de calçado da cidade de Jaú, sobre a formação do preço de venda do calçado feminino.

Através de todo este material foi possível concluir que a contabilidade de custos é essencial para a formação de preços, pois um sistema de custos é bem elaborado e proporciona um planejamento que pode ser aplicado ao processo produtivo da empresa, fornecendo assim um material consistente e confiável aos administradores.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fabio. **O que é Markup e como calcular este índice?** 2012. Disponível em: <http://www.industriahoje.com.br/o-que-e-markup-e-como-calcular-este-indice>. Acesso em: 22 maio, 2015.

ALEIXO, Antonio Celso. **A Análise crítica das práticas de contabilidade gerencial: um estudo exploratório nas pequenas e médias empresas da indústria de calçados de Jaú- SP**. 2005. 159 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica) – Centro Universitário Álvares Penteado. São Paulo, 2005.

BASEGGIO, Neiva. et al. **A Utilização da Contabilidade de Custos na Formação do Preço de Venda**. Disponível em: <http://www.uninova.edu.br/Uni/Revista/artigos/artigo04.pdf>. Acesso em: 13 maio. 2015.

COELHO, Fabiano Simões. **Formação Estratégica de Precificação: como maximizar o resultado das empresas**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

CUNHA, Marília Caroline Freire; FERNANDES, Maria Sueli Arnoud. **A utilização da Contabilidade de Custos na formação do preço de venda**. Paraíba. Disponível em: <http://www.prac.ufpb.br/anais/IXEnex/iniciacao/documentos/anais/7.TECNOLOGIA/7CCSADFCMT01.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2015.

IBRACON. Instituto Brasileiro de Contadores. **Custo como Ferramenta Gerencial**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1981.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2000. JOSÉ, Luiz. **O surgimento da Contabilidade de Custos**. 2009. Disponível em: <http://teoriascontabeis.blogspot.com.br/2009/09/o-surgimento-da-contabilidade-de-custos.html>. Acesso em: 02 maio. 2015.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2008. TEIXEIRA, Roberty Pires. **Gestão Estratégica de Custos**. 2012. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/RobertyPiresTeixeira/mtodos-de-formao-de-preos>. Acesso em: 22 maio. 2015.

MIQUELETTO, Eluiz Maria. **Formação do Preço de Venda: uma análise do processo de formação de preço em empresas madeireiras de grande porte de Curitiba e região metropolitana**. 2008. 102 f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2008.

ZANLUCA, Júlio César. **Formação do Preço de Venda**. Disponível em: <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/formacao-do-preco-de-venda.htm>. Acesso em: 19 maio. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA: ESTUDO DE CASO DA FANPAGE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA

Marcos Antonio Crepalde Cafeo (Anhanguera de Bauru); cafeo@grafitti.com.br* Marta Regina Garcia Cafeo (Anhanguera de Bauru); martacafeo@gmail.com Michelle Beatriz Godoy Santos (Anhanguera de Bauru); michelle.godoy@anhanguera.com

Resumo: A comunicação é um fator essencial para promover o exercício da cidadania, despertar o interesse e participação pelas causas públicas e as Instituições Públicas têm o dever de engajar os cidadãos para uma atuação mais participativa e a utilização das novas tecnologias em especial as mídias sociais, se tornaram uma excelente ferramenta estratégica de comunicação pública. O estudo analisa a Comunicação Pública, e as relações entre governos e cidadãos, por meio do estudo de caso da página de rede social do *Facebook* da Prefeitura de Curitiba – PR. O objetivo geral do trabalho é demonstrar a utilização de um *fanpage* por uma prefeitura como um canal de comunicação através de uma rede social, unindo os setores prestadores de serviços do governo e criando uma sinergia entre os mesmos, cujo resultado é a apresentação das boas práticas de cada prestador de serviço e também o atendimento a solicitações da população. É importante a comunicação pública diagnosticar e identificar o público alvo, levando em conta diversas fases do marketing, através de pesquisas e oportunidades gerais, propondo benefícios e mudanças de comportamento; gerando posicionamentos tanto nas divulgações, bem como, na construção de imagem, sempre identificando o objetivo proposto. Ou seja, o estudo pretende também demonstrar que através de investimentos de baixo custo em comunicação, é possível disseminar informações e ter um espaço público para o debate, que possibilite a efetiva compreensão de cada cidadão dos seus direitos e deveres junto aos órgãos públicos. Os cidadãos, hoje, estão cada vez mais conectados, e estão se articulando através das mídias sociais para cobrarem do Governo do âmbito Federal, Estadual e Municipal, informações e posicionamento referente à gestão das instituições públicas. Desta forma com as novas tecnologias há a possibilidade de constituição de uma nova comunicação pública, que seja, mais democrática e acessível à participação da sociedade.

Palavras-chave: Comunicação Pública. Cidadão. Mídias Sociais. Cidadania.

Abstract: Communication is a key factor to promote the exercise of citizenship, it arouses the interest and participation by the public causes and public institutions which has a duty to engage citizens for a more participatory activity and the use of new technologies, particularly the social media, becomes a great strategic tool for public communication. It examines the Public Communication, and the relationship between governments and citizens, through the case study of the social network Facebook page of Curitiba - PR. The overall objective is to demonstrate the use of a fanpage by a municipality as a communication channel through a social network, uniting providers sectors of government services and creating a synergy between them, the result is the presentation of good practices of each service provider and also the service requests of the population. It is important to public communication diagnose and identify the target audience, taking into account various stages of marketing, through research and general opportunities by offering benefits and changes in behavior; generating positions both in the disclosures, as well as in image building, always identifying the proposed objective. In other words, the study also aims to demonstrate that through low costs and investments in communication, it is possible to disseminate information and to have a public space for debate, which enables the effective understanding of all citizens of their rights and duties with public agencies. Citizens

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

today are increasingly connected, and articulated through social media to charge the Government of Federal, State and Municipal administration, information and positioning refers to the management of public institutions. This way, with new technology, it is possible to constitute a new public communication, that is, with more democratic and accessible participation.

Keywords: Public communication. Citizen. Social media. Citizenship.

INTRODUÇÃO

A comunicação em sua velocidade atual vem transformando a sociedade mundial, de modo geral, em cidadãos ávidos por informações. No Brasil, esta tendência não é diferente. Portanto, cada vez mais, a Comunicação Pública se torna importante, por ser considerada um elo, ou seja, um estreitamento do Estado, governo ou município junto ao cidadão.

Práticas e ações concretas de comunicação pública levam com eficiência as notícias necessárias ao esclarecimento e entendimento de todo uma sociedade que necessita do uso da prestação de serviço público, tanto em campanhas e ações sociais, como para o conhecimento referente a trabalhos desenvolvidos para uma melhor qualidade de vida.

Hoje, o cidadão não se comporta mais apenas como um receptor de serviços públicos, entretanto, transformou-se naquele que participa ativamente da formulação de políticas públicas em prol do bem estar da sociedade. Portanto, para o exercício efetivo da cidadania, é necessário ter uma comunicação pública planejada, isto é, através de um plano de comunicação que visa informar e viabilizar uma maneira de participação da população nas demandas sociais.

O corpus de pesquisa é a página de rede social do *Facebook* da Prefeitura de Curitiba – PR, que vem se destacando como um das melhores *fanpages* de comunicação pública do Brasil. Vale ressaltar que o trabalho desenvolvimento pela Prefeitura de Curitiba destaca a importância de uma comunicação intensa e integrada, na qual toda a informação relevante, bem como as boas práticas da administração são devidamente veiculadas.

Parte-se da hipótese de que a Comunicação é um fator essencial para promover o exercício da cidadania, despertar o interesse e participação pelas causas públicas. As Instituições públicas têm o dever de engajar os cidadãos para uma atuação mais participativa e a utilização das novas tecnologias em especial as mídias sociais, se tornara uma excelente ferramenta estratégica de comunicação pública.

O objetivo geral do trabalho é demonstrar que é possível uma prefeitura ter um canal de comunicação através de uma rede social, unindo os setores prestadores de serviços do governo e criando uma sinergia entre os mesmos, cujo resultado é a apresentação das boas práticas de cada prestador de serviço e também o atendimento à população.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Os objetivos específicos são: retratar a importância da comunicação pública e os benefícios da comunicação planejada; debater as mudanças de comportamento do cidadão e demonstrar um caso de sucesso, identificando as características e as boas práticas, e analisar a repercussão da *fanpage* de Prefeitura de Curitiba.

A metodologia utilizada é o Estudo de Caso, amplamente utilizado nas ciências sociais, que segue uma lógica que guia as etapas de análise e interpretação da informação dos métodos qualitativos, com a particularidade de que o propósito da investigação é o estudo de um caso. A vantagem do estudo de caso é a sua aplicabilidade a situações humanas, a contextos contemporâneos de vida real. Para tanto, foi também utilizada à pesquisa descritiva, por meio de referencial teórico dos autores Elizabeth Brandão, Philip Kotler e Henry Jenkins, entre outros, que são a base da análise do estudo de caso.

O trabalho está dividido em quatro itens: 1º) Comunicação Pública – onde serão apresentados os conceitos e a importância da comunicação planejada; 2º) Mídias Digitais que retrata a mudança de comportamento da sociedade, onde a internet tem propiciado a democracia que deve se tornar mais participativa, possibilitando aos cidadãos serem agentes atuantes nos processos; 3º) Mídias Sociais apresenta como o setor público vem utilizando-se das redes sociais, os benefícios para os cidadãos e as dificuldades no processo de gestão, e por fim 4º) Estudo de Caso da *Fanpage* da Prefeitura de Curitiba – onde serão demonstradas as estratégias de comunicação, a forma de atuação e o planejamento que busca a aproximação do cidadão com a instituição pública.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Comunicação é considerada como um processo social básico, que se compõe de interações comunicativas. A palavra vem do latim *communication*, que significa estabelecer uma relação com alguém, mas também com um objeto cultural. Não deve ser confundida com sinalização e também não com informação.

Marcondes (2013) propõe analisarmos a comunicação como uma ocorrência, um acontecimento; onde a comunicação não é algo material ou uma coisa que alguém transmite, ela se dá através do fato de se receber o outro, a fala do outro, a presença do outro, o produto do outro e isso leva a uma transformação, internamente. O lado oposto, o da emissão é produção de sinais, mas não é comunicação. Para o autor, há três tipos básicos de comunicação: a comunicação clássica, que utiliza a fala e os registros; a comunicação tecnologicamente mediada – relacionada com a irradiação e a comunicação digital, que se utiliza da internet e das redes digitais.

O conceito de comunicação clássica remete essencialmente a um princípio básico da vida em sociedade, já que foi através desses processos comunicativos, que indivíduos incorporaram os padrões de vida e a cultura, o que acabou permitindo-lhes tornarem-se

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

membros de um determinado grupo determinado.

> Em outras palavras, o ser humano é um ser da comunicação: consigo (subjetividade) e com o mundo, ambos entendidos como o produto da comunicação com outrem, pois assim como a subjetividade não é um dado natural, as coisas não se apresentam ao ser humano de forma direta, mas são construídas graças à mediação do desejo, conhecimento e reconhecimento de outrem (MARTINO, 2010, p. 23).

A comunicação possui diversas vertentes de estudos, e a comunicação pública tem se tornado cada dia mais objeto de estudos. A comunicação pública tem sua origem na noção de comunicação governamental, viabilizada através da democracia na transformação do perfil da sociedade brasileira.

O acesso às informações é essencial para o exercício pleno da cidadania, já que, segundo a autora "a vida na sociedade contemporânea também está, a cada dia, mais mediada pela comunicação". Portanto, apesar da comunicação pública ainda hoje ser vista, por muitos, apenas como comunicação política, é preciso ampliar o debate, e olhar a comunicação como uma ferramenta para o acesso a informações das políticas públicas, do planejamento público Federal, Estadual e Municipal e das prestações de contas.

Para Brandão (2007, p. 9), existem muitos significados para a expressão, comunicação pública, mas o ponto de entendimento comum entre todas as correntes é aquele que relaciona como um "processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania". No Brasil é com esse conceito que a comunicação pública vem se desenvolvendo.

> A comunicação pública é (e o capital social também é) uma ação coletiva sobre questões de interesse público, cujo objetivo é a tomada de decisões consensuais para benefício mútuo. No momento eu estipulo procedimentos claros para esta atuação social, que tenham origem em valores socialmente compartilhados, a comunicação pública tende a promover um ambiente de confiança e cooperação entre os agentes. (MATOS, apud DUARTE, 2007, p. 57).

Nessa perspectiva, comunicação pública pode ser considerada como um processo, uma ação que tem como objetivo o bem coletivo, inspirado pela responsabilidade cidadã, baseadas nos valores compartilhados.

Para Henry Jenkins (2009 p. 29), a revolução digital propiciou convergências das mídias, isto é, um fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação. Essa convergência tem possibilitado o crescimento do que o autor chama de "cultura participativa".

A cultura participativa tem incentivado a comunicação pública a ser pensada e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

planejada de forma mais estratégica, buscando envolver, capacitar e oferecer informação ao cidadão de maneira diversa, e participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade.

MÍDIAS DIGITAIS

Para Castells (1999), as tecnologias digitais de comunicação, possibilitam a capacidade de conexão em rede global, impulsionando a globalização da sociedade contemporânea, criando o que se denomina sociedade em rede, que impacta todos os setores da sociedade, inclusive o Estado que também adquire a forma de Estado em Rede.

Segundo Kotler (2010, p. 7), desde o início do ano 2000, a tecnologia da informação vem transformando a vida das pessoas, por permitir conectividade e interatividade entre indivíduos e grupos. As novas tecnologias permitem que os cidadãos se expressem e colaborem entre si, propiciando a era da participação. "Na era da participação, as pessoas criam e consomem notícias, ideias e entretenimento". Portanto, as novas tecnologias se tornaram um espaço importante para a participação mais efetiva do cidadão na construção da sociedade.

> Um dos fatores que permitiram a nova onda de tecnologia foi a ascensão das mídias sociais. Classificamos as mídias sociais em duas amplas categorias. Uma é composta pelas sociais expressivas que incluem blogs, Twitter, Youtube, Facebook, sites para compartilhamento de fotografias como Flickr e outros site de networking social. A outra categoria é das mídias colaborativas, que inclui sites como Wikipedia, Rotte Tomatoes e Craigslit (KOTLER, 2010, p. 7).

Neste contexto, o uso da internet possibilitou a criação do se chamou de "new media", isto é novas mídias; denominadas de mídias sociais, que tem o poder de difundir mensagens de forma descentralizada, isto é, sem estar diretamente relacionado a um meio de comunicação de massa, como Rádio, Televisão, Jornal Impresso etc., e também permite criar relacionamentos com outras pessoas.

Portanto, as mídias sociais podem ser compreendidas como um canal de relacionamento, criada a partir da chamada da segunda geração da internet, chamada e Web 2.0, que permiti várias possibilidades desde geração de mídia espontânea a criação de conteúdos, relacionamentos online, tanto para os cidadãos como para as empresas e instituições. Vale destacar que o compartilhamento de conteúdo são um dos fatores principais e característicos das Mídias Sociais.

Nesse sentido, Castells (2009, p. 85) aponta que "o poder na sociedade em rede é o poder da comunicação", já que a rede mundial de computadores possibilita um novo patamar de comunicação, com a utilização de ferramentas que permitem a interatividades, troca de informações em tempo real e compartilhamento de informações.

Para Kotler (2010), as mídias sociais possibilitaram um avanço para as organizações e instituições públicas na forma de se comunicar com o seu público alvo, pois

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

permite conversações e mesmo não podendo controlar, é possível persuadir e influenciar os temas e os diálogos. Porém, é preciso construir relacionamentos, ser honesto e sincero, já que a rede tem um grande poder de amplificar os fatos e as notícias.

Para Henry Jenkis (2009), vivemos hoje a cultura da convergência em que a mídia corporativa e a alternativa se cruzam, e o poder do produtor de mídia e o do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. Para o autor, a convergência pode ser compreendida como um estado de comunicação, onde há o envolvimento de muitas pessoas por meio do uso das mídias, o que permite modos de audiência comunitários em vez de individualista.

Assim, as organizações e instituições públicas precisam ficar atentas às vantagens e desvantagens que a tecnologia impõe, pois, hoje, o indivíduo nesse estado de comunicação tem a oportunidade de criar múltiplas manifestações, com pensamentos, interpretações e representações, que podem atrair o interesse de diversas pessoas. Porém, essa produção de mensagens e informações pode ser favorável ou negativa para as organizações. Daí a importância do planejamento de comunicação também atender as demandas das mídias digitais.

De acordo com dados do Instituto FSB Pesquisa apresentado no Mapa da Comunicação 2011, as instituições públicas têm adotado os múltiplos canais que possibilitam grande interatividade e o compartilhamento de informações com os cidadãos, e o foco do trabalho de comunicação pública para os próximos anos será centrado nas redes sociais. Segundo Mello (2011, p. 49), "nos órgãos públicos, o crescimento no uso do *Twitter* foi de 63 pontos percentuais, de 2009 para 2011, e do *Facebook*, de 33%".

Vale destacar que a comunicação pública, cada vez mais, tem se apropriado das redes sociais para fortalecer a imagem das instituições, assim como divulgar políticas públicas, informações campanhas diversas e fatos históricos. Nesse contexto, o *Facebook* por ser no Brasil uma das maiores redes sociais vem se destacando.

FACEBOOK

O *Facebook* é uma rede social, criada em 2004 pelo americano Mark Zuckerbeg, na qual os usuários, por meio dos perfis criados na página, podem interagir com outros internautas por meio de grupos, recados, vídeos, chats e outros aplicativos fornecidos pelo site.

O site hoje é uma das redes sociais com maior abrangência no mundo, de acordo com os dados da Folha UOL (2015), em 2014 a empresa atingiu 1,39 bilhão de usuários ativos no seu produto principal, *Facebook*. Segundo o *sítio* do Meio Mensagem (2015), no Brasil há 89 milhões de usuários da plataforma, sendo que 59% dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

internautas acessam o *Facebook* diariamente, os dados são referentes ao segundo trimestre de 2014.

O *Facebook,* atualmente como plataforma, oferece diversos recursos que permitem ações interativas na Web tais como: filiar-se a grupos, exibir fotos, criar documentos com a participação de todos na construção de um texto coletivo, criar eventos com agendamento das atividades dentro e fora da plataforma, criar enquetes como recurso para pesquisas, bate papo, etc. Além disso, o *Facebook* como rede social permite ainda aos seus usuários a possibilidade de criação de aplicativos e programação com possibilidades diversas de interação.

As páginas corporativas, conhecidas como *fanpages,* possuem também um Painel Administrativo para gerenciamento, que permitem as organizações avaliarem os seus "posts", através das curtidas, compartilhamento e abrangência; buscando criar e manter uma relação próxima e amistosa entre a marca ou empresa e o consumido, e no caso das Instituições públicas com os cidadãos.

ESTUDO DE CASO: CIDADE DE CURITIBA

A cidade de Curitiba é a capital do Paraná, foi fundada oficialmente em 29 de março de 1963, tem hoje mais 1,8 milhão de habitantes. No final do século XIX, dois acontecimentos foram marcantes para a cidade: a chegada em massa de imigrantes europeus e a construção da Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba, ligando o litoral ao Primeiro Planalto paranaense.

De acordo com site de Curitiba, os imigrantes europeus e de outros continentes trouxeram mudanças ao cotidiano da cidade. Seus modos de ser e de fazer se incorporam de tal maneira à cidade, que as festas cívicas e religiosas de diversas etnias, tais como a dança, música, culinária, expressões e a memória dos antepassados são considerados patrimônios de Curitiba.

No século XX, por ser uma cidade planejada, a indústria se agregou com força ao perfil econômico, anteriormente baseado nas atividades comerciais e no setor de serviços. Curitiba hoje enfrenta o desafio de toda grande metrópole, onde a questão urbana é repensada sob o enfoque humanista de que a cidade é primordialmente de quem nela vive.

De acordo com Instituto Brasileiro de Geográfica Estatística (IBGE), o Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) da capital paranaense em 2014 foi avaliado em 0,823, deixando Curitiba como a décima cidade mais bem avaliada do país. Para chegar ao número atual do IDHM são avaliados os itens renda, longevidade e educação. Ainda de acordo com IBGE, no geral Curitiba aparece como a terceira região metropolitana brasileira melhor avaliada, ocupa o 4º lugar no ranking dos municípios com maior participação no PIB (Produto Interno Bruto) do país (IBGE 2015).

A cidade de Curitiba é classificada, constantemente, como uma das cidades mais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

habitáveis no Brasil, sendo apontada como uma "cidade de primeiro mundo". Já recebeu vários prêmios em reconhecimento por suas iniciativas de sustentabilidade ambiental. É considerada uma cidade segura e limpa, com vários parques e uma área central tranquila.

A administração municipal atual possui várias Secretarias como a de Abastecimento, Assuntos Metropolitanos, Comunicação Social; Defesa Social; Educação, Esporte, lazer e Juventude; Finanças; Meio Ambiente; Mulher; Obras Públicas; Especial dos Direitos das Pessoas com Deficiência; Planejamento e Administração; Recursos Humanos; Saúde, Informação e Tecnologia; Trabalho e Emprego; Trânsito e Urbanismo, e diversos outros órgãos municipais. Uma Secretaria que vem se destacando é a da Comunicação Social, através de uma *fanpage* criada para a Prefeitura Municipal de Curitiba.

Fanpage da Prefeitura Municipal de Curitiba

A *fanpage* da Prefeitura Municipal de Curitiba (Disponível em: https://www.facebook.com/PrefsCuritiba) foi criada no dia 25 de março de 2013, com a descrição "Bem-vindo à página oficial da cidade de Curitiba. Aqui você conversa, curte, informa, critica e sugere. Assim, juntos construímos uma cidade melhor". O setor responsável é a Secretaria Municipal de Comunicação Social de Curitiba, que cuida das redes sociais, e não somente do *Facebook*, mas também do site da Prefeitura. Com uma equipe de oito profissionais que inclui publicitários e profissionais de Marketing, a comunicação é planejada de forma estratégica para criação de conteúdo, atendimento, mídia e projetos.

Atualmente (08 de Agosto de 2015), a *fanpage* da Prefeitura de Curitiba, conhecida popularmente como "Prefs", tem 614 mil seguidores, é considerada a página de maior engajamento e viralização de conteúdo de Instituições Públicas, realizando, diariamente, em média, de 4 a 6 postagens. A *fanpage* possui também uma avaliação de 4,6 estrelas de um total de 5.

A linguagem utilizada é a informal e os conteúdos postados possuem informações com humor, fugindo da estética normal das Instituições Públicas, que utilizam normalmente a linguagem formal e o posicionamento sério típico dos departamentos de comunicação ligado a órgãos públicos. Entretanto, a comunicação pública precisa acompanhar seu público alvo, utilizando uma linguagem clara com o objetivo de estimular o diálogo entre as pessoas e ao exercício da cidadania, assim como ressalta Duarte.

> A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo (DUARTE, 2010, p. 8).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Já para Kotler (2008), o desenvolvimento da comunicação é um processo muito importante, com a determinação da mensagem, mas o estilo e o tom desejado fazem a diferença dentro do contexto das redes sociais. A comunicação pública deve então ser planejada levando em consideração o que o cidadão precisa saber e está propenso a fazer.

Através de uma mídia social e a partir da *fanpage* da Prefeitura de Curitiba, os "*Posts*" alcançam uma parcela dos cidadãos da cidade e de todo o país, além disso, concentram humor, informação e serviço público, sobre a temperatura na capital, programas e ações da prefeitura relacionada à educação, cultura, meio ambiente, economia, desenvolvimento local, melhorias de infraestrutura, entre outros assuntos.

> O que é diferencial nos sites de redes sociais é que eles são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço off-line [...] Pode, inclusive, auxiliar a construir impressões de popularidade que transpassem o espaço off-line. (RECUERO, 2010, p. 107)

Segundo Marcos Vinícius Giovanella, diretor da Secretaria Municipal de Comunicação Social de Curitiba, todo conteúdo postado, precisa ter uma "aderência com as necessidades da cidade e o serviço prestado pela divulgação". Segundo Duarte (2009, p. 69), é responsabilidade dos comunicadores "conhecer todos os pontos de contato entre organizações e a sociedade, os instrumentos possíveis, seu uso e potencial e saber articulá-los no planejamento para depois coordenar ações, orientar especialistas, distribuir, supervisionar e cobrar tarefas em torno do plano previamente definido".

Para promover a interação e o interesse dos cidadãos, os posts da página oficial da Prefeitura de Curitiba possuem conteúdos a partir de tendências do universo digital como "memes" que podem ser identificados como "nome dado a uma sequência de caracteres tipográficos ou umas imagens simbólicas, que representam o rosto humano e expressam as emoções dos participantes no processo de comunicação" (JABLONKA, 2012, p. 111).

Além disso, as postagens tendem a ter um conteúdo transmitido através do humor a partir de referências nerds, com animais, histórias em quadrinhos e super-heróis (Figura 1).

Para Propp (1992), o humor é visto como algo positivo, uma manifestação de amor à vida e, para muitas pessoas, a comicidade inerente à vida já estimula o riso. Para o autor o campo da sátira baseia-se no riso de zombaria e este tipo de riso é o que mais se encontra na vida e nas relações sociais. Portanto, utilizando uma linguagem informal e com humor, a Prefeitura de Curitiba se mostrou inovadora enquanto

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Instituição Pública, e atraiu a atenção não somente dos moradores da cidade, como também de muitos internautas residentes em outras cidades e estados.

Figura 1 - *Fanpage* de Curitiba.

Fonte: < https://www.facebook.com/PrefsCuritiba>. Acesso em 08 de ago. 2015.

Porém, o fato de maior destaque da fanpage, além da prestação de serviço é a "conversação" da Prefeitura com o cidadão, através das redes sociais. As mensagens postadas pelos cidadãos com solicitações, perguntas e reclamações são respondidas.

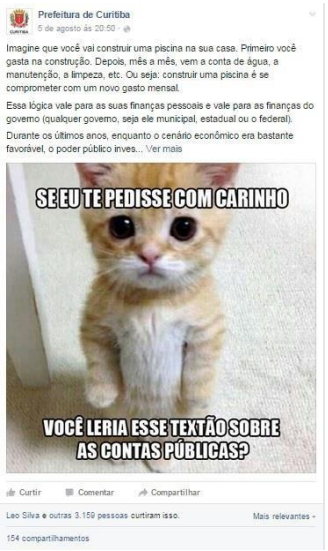
Para Kotler (2008), toda instituição pública possui espaço para melhoria na área de atendimento ao cidadão, que estarão mais predispostos a se relacionar, se houver um comprometimento com o feedback e adequações.

Vale destacar que após a publicação dos conteúdos, a equipe de atendimento da Secretaria de Comunicação fica responsável em responder as demandas que são geradas, portanto, nenhum comentário ou solicitação fica sem uma resposta.

Outro ponto de destaque na *fanpage* está relacionado ao estímulo e convite para uma participação mais efetiva dos cidadãos nos temas de interesse coletivo, conforme Figura 2.

Figura 2 - *Fanpage* de Curitiba.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: < https://www.facebook.com/PrefsCuritiba>. Acesso 05 de ago. 2015.

Com conteúdos de humor e informações, constantemente, a Prefeitura de Curitiba procura chamar a atenção dos cidadãos para questões importantes da cidade e da gestão municipal. Vários estudos relacionados a comunicação pública relatam ainda o desinteresse de grande parte dos cidadãos, em atuarem de forma participativa e de exercerem uma representação democrática. Muitas vezes, a apatia e a falta de formação política são resultado do cruzamento entre desinformação, falta de oportunidades de participação e descrédito com a gestão pública (DUARTE, 2015).

Porém, a Prefeitura de Curitiba com uma ferramenta de mídia social tem se proposto a conscientizar o cidadão da importância do seu engajamento em relação às políticas públicas, incentivando-os a exercerem um papel ativo. Vale destacar que o custo se manter uma fanpage é extremamente baixo se relacionarmos com as mídias de massa como televisão, jornal e rádio.

Para Santos (2012), "internet tem um vasto potencial informacional e comunicativo subestimado pelos especialistas em comunicação, pelos educadores, pelos políticos e gestores de serviços públicos, pelos produtores culturais e até pelas organizações da sociedade civil". Já a Prefeitura de Curitiba tem demonstrado que o uso das mídias sociais de forma estratégica, pode contribuir para fortalecer o sentimento de pertencimento do cidadão, no sentido de identificação com as causas sociais da cidade, com os problemas locais e também com a valorização dos pontos fortes.

Muitos dos conteúdos postados na fanpage possuem números de curtidas e comentários acima da média, se comparada a outras cidades, além disso, a quantidade de compartilhamento também é superior. Esse envolvimento tem criado os laços sociais entre a página e seus seguidores, através dos conteúdos postados.

É possível identificar na internet um ambiente promissor para seu desenvolvimento. Especialmente nas redes sociais por ser um espaço de livre expressão, fora da circulação dos grandes veículos de massa, agindo de forma positiva na construção da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cidadania. Portanto, a *fanpage* da Prefeitura Municipal de Curitiba tem se apresentado como um espaço cidadão, permeado de informações e movimentações culturais e políticas, nas quais a participação dos seguidores da página, tem se mostrado crescente, gerando um engajamento em torno da cidadania cada vez maior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação pública vem utilizando cada vez mais das novas tecnologias para transmitir suas mensagens de forma mais efetiva. Ao transmitir informações de forma organizada e clara ao maior número de pessoas moradoras do município e em outras localidades, promove-se a cidadania e possibilita-se o sentimento se pertencimento dos cidadãos. Porém, no Brasil com o grande número de municípios há ainda um grande espaço para inserir um novo jeito de comunicar, onde é preciso respeitar, principalmente, a precariedade estrutural em que diversas cidades e regiões consideradas pobres e com dificuldades de sobrevivência, sem acesso a internet, que acabam utilizando mais as mídias tradicionais como fonte de informação.

Vale lembrar que diversos municípios sofrem ainda com a precariedade da comunicação, mesmo através dos meios tradicionais, pois é possível que jornais impressos, ou rádios comunitárias pertençam a um determinado grupo político, dificultando a transmissão de notícias e reportagens com imparcialidade.

A *fanpage* da Prefeitura Municipal de Curitiba tem se mostrado como um canal assertivo de comunicação, através de uma rede social. É preciso destacar que com uma estrutura simples de comunicação, é possível conseguir unir as informações dos setores prestadores de serviços do governo e criar uma sinergia entre os mesmos, cujo resultado é a apresentação de conteúdos que são valorizados pelos cidadãos.

Vale destacar que os conteúdos são planejados com uma linguagem informal e humorística que aproxima o cidadão da sua gestão municipal, criando um engajamento e identificação com as postagens.

É importante que cada município identifique as formas e novas mídias, além dos formatos disponíveis podem ser utilizados, para fomentar a participação mais efetiva dos cidadãos de acordo com suas características.

A mudança de mentalidade se faz necessária, atitudes e implantações de novas estruturas, e modernização do jeito de comunicar de cada Instituição Pública. Tendo como objetivo principal informar o cidadão e engajá-lo em uma participação consciente em relação às questões relacionadas à gestão pública.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elisabeth. P.; Bueno, Wilson da Costa; Martins, L.; Matos, Heloísa. ; Monteiro, M. da Graça; Novelli, Ana Lucia. **Conceito de comunicação pública**. In: JORGE DUARTE. (org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**. In: SILVA, Luiz Martins da (Org.). Comunicação pública: algumas abordagens. Brasília: Casa das Musas, 2010.
DUARTE, Jorge. **Instrumentos de comunicação pública**. In: DUARTE, Jorge (Org.).
Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

JABLONKA, Edyta. **Do emoticon ao meme** – Evolução dos símbolos na comunicação virtual. 2012. Disponível em . Acesso em 05 jun 2015.
JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação.** 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. **Cidades@.** Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=410690&idtema=118&search=para na|curitiba|%C3%8Dndice-de-desenvolvimento-humano-municipal-idhm->. Acesso em: 08 de jun. 2015.
KOTLER, Philip, LEE Nancy. **Marketing no Setor Público**. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Bookman Companhia, 2008.
KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**.** Rio de Janeiro: Editora Campus Editorial Elsevier, 2010.
MARTINO, Luiz C. **De qual comunicação estamos falando**?. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública**, Esfera Pública e Capital Social in: DUARTE, Jorge. (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2007, p. 47-58.
MELLO, Rachel. **Mapa da comunicação brasileira** / por Rachel Mello e Rodrigo Caetano.– Brasília, dF : FsB Comunicações, 2011.
PROPP, Vladimir. **Comicidade e Riso**. São Paulo: Ática, 1992.
REZENDE, André Luiz- **Marketing no Setor Público.** Disponível em <www.feoll.com.br/revista>. Acesso em 05 de Jun de 2014
RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
SANTOS, Célia Maria Retz Godoy. **Opinião Pública Empowerment e Interfaces.** Cap I – Uma discussão sobre empowerment da opinião pública. 1 ed. Bauru: Editora Unesp, 2012. SOARES, Murilo César. **Representações, Jornalismo e Esfera Pública Democrática- parte I Formas de Representações Jornalísticas**. 1.ed. Bauru: Editora Unesp, 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LINGUAGENS TECNOLOGIAS PARA FINS EDUCATIVOS: A UTILIZAÇÃO PARA A CONSTRUÇÃO DOS VALORES ÉTICOS E MORAIS NA ESCOLA

Giseli Bueno Berti (Universidade de São Paulo); giseliberti@usp.br*

Resumo: O escopo geral desse estudo se pauta em verificar a utilização das tecnologias dentro do âmbito escolar como ferramenta do docente na construção de valores morais na formação do discente. Assim, a justificativa está embasada na estrutura do uso das tecnologias em preceitos pedagógicos e sua contribuição para a retomada dos valores morais, tendo como mediadores os docentes. Para tal, foi utilizada a metodologia qualitativa, por meio da aplicação de um questionário a professores da rede pública e estadual de ensino com questionamentos pertinentes aos objetivos específicos do estudo. Os resultados apontaram que os docentes utilizam-se das ferramentas tecnológicas para colaborar com a construção dos valores éticos e morais na formação dos alunos, mediadas por atividades contextualizadas como forma de aproximação à realidade do aluno.

Palavras-chave: Valores. Docentes. Tecnologia. Formação.

Abstract: The aim of this research is to verify the use of Technologies in public and private schools as a teacher's tool in order to rebuild moral values in student life formation. Thus, it is justified by mediation of teachers in this moral and ethics formation. For this, the methodology applied was a qualitative research by means of a questionnaire handed to public and private schools related to the objectives traced in this study. The results demonstrated that teachers use technology to collaborate in students to compose ethics and moral values mediated by contextualized activities to approach the universe of the students.

Keywords: Moral and ethics values. Teachers. Tecnology. Formation.

INTRODUÇÃO

O século XXI advém de transformações em todos os setores e não seria diferente na educação, base da formação do homem. Nos dizeres de Bustamante (2010, p. 13), "o fenômeno humano não pode ser entendido fora de seu diálogo com a tecnologia. Nada está transformando tanto a realidade humana como a tecnologia em todas as suas facetas". Sendo assim, esta transformação interfere de forma pertinente no que tange os processos de ensino e aprendizagem, as transformações podem ser mediadas de forma positiva pelos educadores, uma vez que as tecnologias são aperfeiçoadas, mas os seus usuários (alunos, na perspectiva deste estudo) nem sempre estão conscientes de como utilizar este recurso, e, neste caso, acabam por deturpar alguns valores inculcados na sociedade em outros séculos.

Em virtude da velocidade com que o mundo desenvolve os atuais aparatos eletrônicos e suas constantes atualizações compelem no aprimoramento cada vez maior, não só por parte de seus usuários compulsivos, mas também por quem está circundado de tais equipamentos. Nos dizeres de Távola (1999, p. 41), "vivemos o império do conotativo".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

No meio educacional, isso não seria diferente. Contudo, de acordo com Morán (1993, p. 3), "a escola desvaloriza a imagem e toma as linguagens audiovisuais como negativas para o conhecimento. Ignora a televisão, o vídeo; exige socialmente o desenvolvimento da escrita e do raciocínio lógico". Neste âmbito, é necessário ressaltar que o indivíduo tem seu aspecto cognitivo desenvolvido mediado por essas tecnologias e que, desta forma, sua utilização em sala de aula deve ser aliada ao conhecimento e a busca de valores, de forma a colaborar para seu total desenvolvimento (MATURANA, 2001). Dessa forma, é pertinente ressaltar que o acesso a esses meios tecnológicos, atualmente, ocorre de maneira mais fácil do que no século passado, assim como sua propagação e sua atualização. Contudo, não é o uso das tecnologias que faz o homem distorcer os valores éticos e morais, mas, sim, o uso errôneo e equivocado dessas ferramentas.

Entretanto, o que se presencia atualmente é exatamente esta mudança de desejo que caracteriza a perda de valores éticos e morais, uma vez que o indivíduo passa a viver em função da tecnologia. Desta forma, o questionamento a que este estudo remete é **de que forma os docentes podem mediar o uso de tecnologias para que valores morais sejam reincorporados à vida dos alunos**? É possível aliar seu uso e a disseminação de valores dentro de uma sala de aula? Morán (1993, p. 4) afirma que "não se trata de opor os meios de comunicação às técnicas convencionais da educação, mas de integrá-los, de aproximá-los para que a educação seja um processo completo, rico, estimulante". Contudo, os educadores ainda continuam despreparados quanto ao uso de tais recursos.

> [...] o termo formação continuada vem acompanhado de outro, a formação inicial. A formação inicial refere-se ao ensino de conhecimentos teóricos e práticos destinados à formação profissional, completados por estágios. A formação continuada é o prolongamento da formação inicial, visando o aperfeiçoamento profissional teórico e prático no próprio contexto de trabalho e o desenvolvimento de uma cultura geral mais ampla, para além do exercício profissional. (LIBÂNEO, 2004, p. 227),

Além do despreparo dos docentes, os pais também não possuem o conhecimento necessário da tecnologia e do campo cibernético para orientar seus filhos quanto ao uso dessas ferramentas tecnológicas. Entretanto, apesar do responsável não ter conhecimento, ele mesmo é o agente ativo para que seu filho tenha acesso a qualquer tipo de site ou referência com essas tecnologias, uma vez que o próprio pai torna acessível essa ferramenta a seus filhos, não monitora e nem se quer tem o cuidado de direcionar tal uso. "Para que e como incorporar as tecnologias ao processo educativo exige dos professores conhecimentos teóricos sobre elas, mas também competência tecnológica para saber selecioná-las e utilizá-las adequadamente. (RIBEIRO, CASTRO e REGATIERI, 2007, p. 14)

Dessa forma, o professor necessita ser capacitado para o uso das ferramentas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tecnológicas em sala de aula, pois somente por meio desta capacitação os mesmos não terão receio em utilizá-las (abrandando uma crença por parte dos professores que possuem uma resistência muito grande na utilização desses recursos) e, poderão, assim, direcionar atividades para os discentes no que concerne a incorporação de certos valores na vida cotidiana do aluno e que o mesmo tenha conhecimento sobre quais ferramentas utilizar de acordo com o projeto político pedagógico escolar.

RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS PARA CONTEMPLAR O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

A definição do termo tecnologia nem sempre está relacionada aos recursos eletrônicos, e sua concepção está relacionada a todos os recursos que inferem na melhoria da condição de vida do ser humano. Portanto, por mais rústica que seja a ferramenta criada, esta é conceituada como tecnologia, uma vez que proporcionou modificações na vida do ser humano. Entretanto, devido à grande mudança que as invenções eletrônicas proporcionaram no decorrer dos séculos, o vocábulo tecnologia passou a ser mencionado sempre com relação aos aparatos eletrônicos. No entanto, pelo fato da tecnologia estar tão presente no cotidiano do homem e por ter o caráter tão modificador atualmente, é pertinente sua abordagem dentro da educação.

Portanto, a tecnologia nunca foi tão requerida em sala de aula como nos tempos atuais, devido a sua aplicabilidade na rotina diária dos indivíduos e como forma de auxiliar no processo ensino e aprendizagem em sala de aula. É necessário que o professor inclua este meio como forma de abordagem para tal conteúdo e, verifique se realmente o processo de aprendizagem foi contemplado, assim como direcione seus conteúdos aliados à prática dos valores morais e éticos dentro dessas ferramentas. É pertinente a inclusão dos meios digitais na sala de aula devido a sua importância como mediador de conhecimento científico.

> Torna-se fundamental, portanto, compreender, a partir da perspectiva de um país em desenvolvimento, como as tecnologias de informação e de comunicação (TIC), principalmente a internet e as redes de relacionamento e de comunicação, possibilitadas pela web 2.02, criam novos direitos e deveres ao cidadão. (ROSSINI, 2010, P. 213)

Essa preocupação do professor atual ocorre devido ao grande número de não só materiais didáticos, mas, também, com a preocupação de um ensino contextualizado. Para tanto, é necessário investir em sua formação continuada e, cada vez mais, cabe ao professor direcionar os alunos ao uso dessas ferramentas e utilizá-las para a transformação tanto de sua prática pedagógica como na vida do aluno.

O USO MEDIADO DA TECNOLOGIA NA CONSTRUÇÃO DE VALORES ÉTICOS E MORAIS

A tecnologia emerge na vida do homem com o propósito de facilitar a vida do mesmo;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

contudo, como é da natureza do ser humano, existem aqueles que reagem positivamente a esses recursos e outros, que insistem em fazer mau uso, distorcendo, assim, o que seria algo bom para a sociedade e acaba disseminando o mal entre os indivíduos. Desta forma, estas mesmas tecnologias, inventadas para auxiliar o homem, voltam-se contra seu próprio criador, devido a uma série de transformações pelas quais os indivíduos estão passando neste início de século, especialmente no que tange os valores éticos e morais.

A questão do uso das tecnologias tem que ser feita de forma consciente e responsável por parte de seus usuários. No âmbito escolar, alguns tipos de tecnologias não são aceitas e são barradas mediante leis, como é o caso dos aparelhos de celular que, veemente, passou a fazer parte do corpo humano tanto de crianças, quanto de jovens e também de muitos adultos, comportando as gerações X, Y e Z.

A questão maior também não advém do uso delas, mas de como o professor, circundado dessas tecnologias e de alunos cada vez mais cibernéticos, pode intervir junto a esse aluno mediando o uso desses recursos e promovendo o convívio em harmonia por meio da mediação entre esses recursos e o alunado. De que forma os valores éticos poderão ser revistos por esses alunos de forma que ao utilizarem a tecnologia os mesmos não sejam esquecidos pelos indivíduos. Essa é a grande missão do professor neste século.

Nos dizeres de Savater (1997, p. 157):

> Vivir en una sociedad plural impone asumir que lo absolutamente respetable son las personas, no sus opiniones, y que el derecho a la propia opinión consiste en que ésta sea escuchada y discutida, no en que se la vea pasar sin tocarla como si de una vaca sagrada se tratase. *Lo que el maestro debe fomentar en sus alumnos* no es la disposición a establecer irrevocablemente lo que han elegido pensar (la "voz de su espontaneidad", su "autoexpresión", etc...) sino *la capacidad de participar fructíferamente en una controversia razonada, aunque ello hiera algunos de los dogmas personales o familiares*. (Grifos do autor)

Entretanto, é importante ressaltar que em nossos dias a principal estrutura de qualquer indivíduo encontra-se em declínio, ou seja, a família não desempenha mais o papel que desempenhava em outros séculos no que tange a primeira educação que um indivíduo recebe. Esta função passou a ser do professor que, cada vez mais lhes são incumbida funções e que no estágio em que se encontra nossa sociedade, o professor passou a ser educador, sendo também de sua responsabilidade a educação primária do aluno e, desta forma, foi transferido para si o papel de transmitir os valores éticos e morais.

No âmbito educacional, mais especificamente dentro da sala de aula, o conhecimento construído em conjunto e compartilhado e essa construção podem gerar uma retomada dos valores que foram sendo esquecidos por meio do uso inadequado desta mesma tecnologia, embora agora a mesma seja abordada para o uso dos mesmos, em

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

virtude da mediação do professor. Contudo, é pertinente ressaltar que esse processo de ensino e aprendizagem só poderá ocorrer com a mediação e com a reflexão de atitudes e valores, como destaca novamente o autor supracitado.

> A articulação entre cultura digital e educação se concretiza a partir das possibilidades de organização em rede, com apropriação criativa dos meios tecnológicos de produção de informação, acompanhada de um forte repensar dos valores, práticas e modos de ser, pensar e agir da sociedade. (PRETTO e ASSIS, 2008, p. 82)

Nota-se, portanto, que existe a preocupação em se repensar os valores, pois o uso descontrolado e sem responsabilidade pode interferir negativamente quanto a principal função dos meios tecnológicos atuais, isto é, a comunicação.

METODOLOGIA

Para o presente estudo será realizada uma pesquisa qualitativa, que fornecerá dados reais para contemplar a investigação pretendida sobre o problema de pesquisa: "**De acordo com a concepção dos educadores, de que forma o uso das novas tecnologias na educação pode mediar a construção de valores morais**, **em nossa sociedade?**". De acordo com o contexto da pesquisa de cunho qualitativo e por meio do estudo de caso, foi realizada uma pesquisa de campo para, como já mencionado anteriormente, a realização da coleta de dados e, posteriormente, a análise dos resultados obtidos em virtude desta coleta.

No âmbito educacional, a pesquisa de campo tem como objetivo coletar dados no próprio campo de pesquisa, isto é, a educação. Segundo Tozoni-Reis (2007, p. 28), esta [...] "tem a fonte de dados no próprio campo em que ocorrem os fenômenos. No caso da pesquisa em educação, o campo são os espaços educativos. A literatura sobre pesquisa em educação elegeu a escola, durante muito tempo, como o campo mais apropriado para essa pesquisa".

No que diz respeito ao universo da pesquisa, esta foi realizada em uma Escola Estadual e uma da Rede Particular de ensino, localizadas na cidade de Bauru, São Paulo, situadas em bairros periféricos da cidade. A primeira escola a ser aplicado o questionário atende cerca de 1.500 alunos em três períodos (Ensino Fundamental 2 e Médio). A segunda escola Estadual possui matriculada neste ano letivo 1.300 alunos nos três períodos (manhã, tarde e noturno) e atende uma demanda dos Ensinos Fundamental e Médio.

Para facilitar a tabulação dos dados coletados, foi elaborada uma tabela como forma de identificação dos docentes e da rede de ensino do qual pertencem (Pública ou Particular), isto é, por exemplo, em pedagogia, participaram 3 professores, sendo eles 2 da rede particular e 1 da pública. Portanto, na identificação deste participante, ele será mencionado como Pedagogia 1 (PA) ou Pedagogia 2 (PA) ou ainda Pedagogia 1 (PU).

Tabela 1 Identificação dos docentes por área e ensino.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

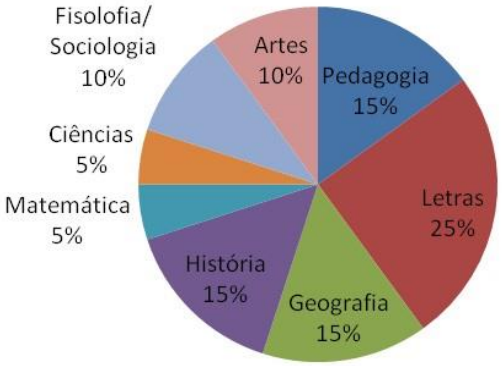
	Particular (PA)			Pública (PU)	
Pedagogia	1	2		1	
Letras	1	2	3	1	2
Geografia	1			1	2
História	1			1	2
Matemática	0			1	
Ciências	1			0	
Filosofia/ Sociologia	1			1	
Artes	1			1	

Desde a elaboração da pergunta de pesquisa, das hipóteses e da construção do questionário o estudo buscou compreender tanto a utilização dos recursos tecnológicos dentro do âmbito escolar e de que forma o docente pode, por meio do uso dos mesmos, despertar no aluno a prática dos valores morais que vem sendo prejudicada pelo uso inadequado por parte dos mesmos no âmbito atual. Para tanto, os resultados e discussões dos dados analisados estão no tópico seguinte.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com a primeira etapa do questionário, a pergunta a ser respondida era: "Qual é a sua formação". Esta era uma pergunta fechada da qual os participantes tinham que indicar qual formação possuíam. Sendo assim, foram obtidos os seguintes dados referentes ao perfil dos participantes representado pelo Gráfico 1.

Gráfico 1 - Formação acadêmica do participante



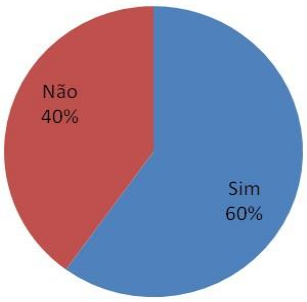
Outro questionamento para traçar o perfil dos participantes foi pertinente em conhecer há quantos anos o docente ministra aulas. Assim, o Gráfico 2 mostra o resultado dos anos em que o docente ministra aulas.

Gráfico 2 - Tempo de serviço do docente

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Desta forma, o terceiro questionamento procurou investigar se o docente possui habilidade em utilizar tais aparatos tecnológicos e, caso a resposta fosse positiva, qual recurso ele mais utiliza. Desta forma, foram obtidos os seguintes resultados (Gráfico 3).

Gráfico 3 Uso das tecnologias por parte dos docentes



Apesar dos resultados demonstrarem que os professores sabem utilizar os recursos tecnológicos, as justificativas não condizem com as respostas positivas dos professores. Essa contradição é pertinente nos dizeres do professor de História 1 (PU),

> *"Tenho habilidade para manusear os recursos tecnológicos e formas de inseri-los nas aulas de História que ministro, mas nem sempre posso fazer uso dos mesmos devido à política de exclusão dentro da própria escola quanto à questão disciplinar. A sala que menos "dá problemas" é aquela contemplada pela aula dinâmica na sala de informática; já as salas com comportamento considerado péssimo não fazem parte desse recurso".*

Entretanto, é pertinente ressaltar que, neste caso, não foi o docente que privou o alunado de tal prática, mas sim a política administrativa da escola. Já de acordo com a resposta de uma professora de Língua Portuguesa da rede particular de ensino denominado LP1 (PA) indicou que:

> *"A escola promove cursos de capacitação quanto ao uso dos recursos tecnológicos, pois na escola existe uma cobrança quanto a inserção desses recursos e por ser um atrativo a mais para os alunos. Todos são beneficiados com as aulas, já que todas as salas são equipadas com os recursos tecnológicos como projetores e lousas digitais".*

A quarta pergunta elaborada fazia menção a frequência com que os professores

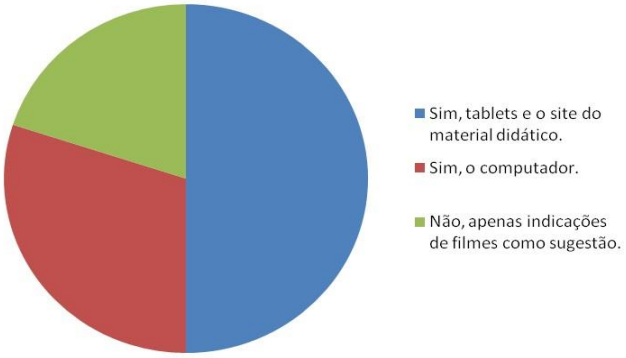
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

utilizam as tecnologias em sala de aula, isto é, se sempre utilizam, se as utilizam às vezes ou se nunca utilizam (Gráfico 4). Os resultados obtidos demonstram que a maioria já utilizou, pelo menos uma vez, algum tipo de recurso tecnológico em sala de aula.

Gráfico 4 Frequência da tecnologia em sala

O gráfico mostra que a 54% dos participantes utilizam os recursos tecnológicos às vezes em sala de aula, e isso demonstra um equilíbrio entre saber utilizar os recursos de acordo com o conteúdo e com o objetivo da aula com aqueles que utilizam sempre e com os demais que nunca utilizam. Os que utilizam sempre tal ferramenta pressupõem que o mesmo faz parte de sua metodologia em sala de aula e que os recursos não são tidos apenas como ferramentas para dinamizar o aprendizado, mas, sim, que fazem parte do material didático e também da sua própria didática em sala de aula. Já os que não utilizam são encaixados na perspectiva de Libâneo (1998) de que os mesmos ainda não estão preparados para tal utilização e que ainda cometem o erro de pensar que tais recursos irão substituir seu papel em sala de aula.

Gráfico 5 Adaptação do material didático aos recursos tecnológicos



De acordo com algumas respostas obtidas quanto ao questionamento, o professor de Filosofia/ Sociologia 1 (PA) foi pertinente quanto ao uso excessivo de certas ferramentas:

> *"Minha escola induz ao uso dos recursos tecnológicos como forma de prender a atenção do aluno. Entretanto, não são todos os dias que temos que utilizar o tablet para contemplar o processo ensino e aprendizagem. Muitas vezes os alunos mesmos perguntam se iremos ver slides novamente ou se o professor não pode apenas abrir um círculo de discussão e debate em sala, pois ficar olhando para o tablet ou para o projetor às vezes cansa".*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

De acordo com Castells (2000) o uso inadequado dessas ferramentas na sociedade atual induz ao isolamento prejudicando na própria comunicação e, ao mesmo tempo, diminuindo fronteiras, já que o contato pessoal não é tão essencial quanto era antes das novas tecnologias.

Para os professores da rede pública de ensino, as respostas foram praticamente as mesmas quanto ao uso do material nas escolas estaduais. As apostilas do ensino público dificilmente trazem algo direcionado para ser trabalhado em sala de aula e se limitam a sugerir links ou filmes para complementar o material. Nos dizeres do docente de Língua Portuguesa 2 (PU) quanto ao material do ensino público nas escolas estaduais.

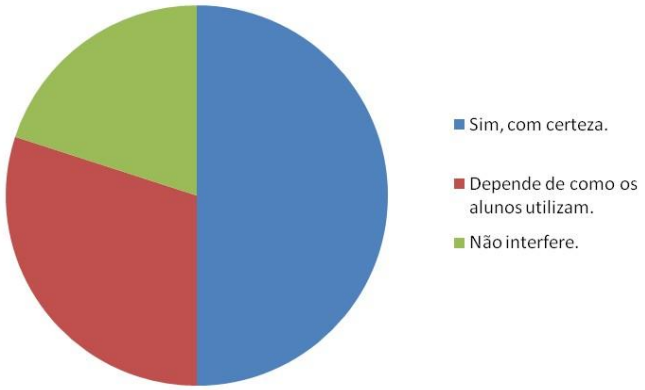
> *"Os livros didáticos trazem referências quanto ao conteúdo abordado através de sites e filmes. No entanto, não sugerem atividades em conjunto com o uso de tecnologias, como ocorre em algumas escolas particulares que possuem material didático online ou fazem das tecnologias um meio para a aprendizagem."*

Desta forma, em seus dizeres, Caudau (1997) afirma, quanto ao acesso das tecnologias e a prática da cidadania, que

> formar professores em um país onde a educação de fato não é considerada como prioridade, onde a vontade política não se compromete seriamente com as questões básicas da educação alfabetização, escolarização primária para todos e de qualidade, formação para a cidadania, entre outras, é tarefa por muitos considerada fadada ao fracasso. (p. 32)

O próximo questionamento se refere à questão 6 sobre a opinião do docente quanto a forma errônea de utilizar essas mídias e se elas podem interferir de forma negativa na conduta dos alunos. Desta forma, os resultados foram os seguintes:

Gráfico 6 - Crença dos professores quanto ao uso da tecnologia



De acordo com as respostas dos docentes, os meios tecnológicos podem interferir de forma negativa quanto à conduta do discente, em relação aos valores morais, visto que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

esses deturpam a maneira como os jovens se relacionam hoje e como eles compartilham o mundo virtual, como privacidade, falta de ética e o espaço alheio. O professor que domina as ferramentas tecnológicas possui uma visão crítica maior com relação ao uso das mesmas pelos alunos e compreende seu uso abusivo e sem norteamento. Este profissional é capaz de identificar os erros e, por meio de seus conhecimentos, direcionar o aluno quanto ao uso errôneo desses meios e resgatar valores que estão sendo perdidos pelo uso inadequado por parte dos alunos. Em contrapartida, o professor que apresenta resistência quanto ao uso das tecnologias tem a tendência de criticar o uso das mesmas.

Gráfico 7 - Utilização dos recursos tecnológicos para construção dos valores morais

A pergunta de número sete visou compreender se o educador acredita que, com o direcionamento de atividades por parte do professor, é possível resgatar os valores éticos e morais dos alunos utilizando esta mesma tecnologia? De que forma? Sendo assim, os resultados obtidos por meio do questionamento permearam da seguinte forma.

Desta forma, de acordo com a maioria dos professores existe, sim, a possibilidade de resgatar os valores morais por meio do uso das tecnologias em sala de aula. De acordo com a opinião do docente de Matemática 1 (PU) "*Não podemos deixar o aluno utilizar qualquer coisa em sala de aula, principalmente o celular, já que é proibido por lei*". Contudo, o professor de Geografia 2 (PU) assinala que "*Devemos sim nos apropriar da tecnologia dos alunos para direcionar seu bom uso, ou nosso papel de mediador do saber estará falido*". A opinião do professor de Geografia explica bem a intenção deste trabalho, que é o de verificar se por meio da mediação do professor o uso das ferramentas tecnológicas pode resgatar os valores que foram substituídos ou esquecidos pelo uso errado por parte dos alunos, principalmente adolescentes.

Os valores morais firmados pela sociedade se transformam de acordo com a transformação do meio em que o sujeito está inserido. E essa transformação que está sendo prejudicial ao homem e é o trabalho solitário do professor que está em destaque.

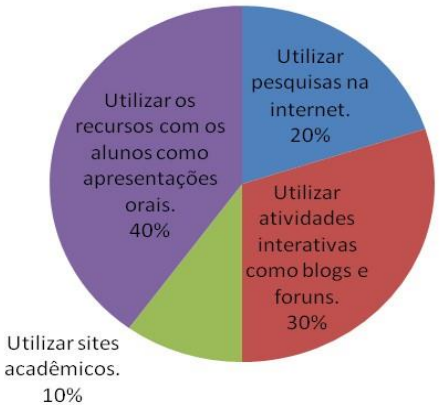
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> a moral e o direito são apenas hábitos coletivos, padrões constantes de ação que se tornam comuns a toda uma sociedade (...) e à medida que o meio em que vivemos se torna a cada dia mais complexo e mais flexível, devemos ter a iniciativa e a espontaneidade necessárias para segui-lo em todas as suas variações, para mudar conforme ele muda. (DURKHEIN, 2003, p. 24)

Portanto, os dizeres de Bourdieu (2008) relatam que o sistema de ensino é o agente principal da produção e da disseminação do capital cultural. Se os docentes não compreenderem que sua função dentro da escola é ser agente ativo de transformação com o direcionamento dos alunos, nunca será possível concluir tal transformação, visto que ele não estará desempenhando seu papel de mediador não só do conhecimento, mas da aplicação dos valores morais dentro da sociedade.

Gráfico 8

Atividades sugeridas como forma de construir os valores com o uso da tecnologia



A pergunta de número 8 teve como objetivo investigar quais atividades o educador utilizaria em conjunto com os recursos tecnológicos como forma de abordar e resgatar os valores morais nos alunos. Ao responderem a última pergunta, os participantes foram controversos em alguns pontos.

O professor de Sociologia 1 (PU) refletiu que

> *"Algumas atividades podem ser desenvolvidas, como pedir para que a sala, em grupos, organizem um blog e, sem que os outros grupos fiquem sabendo, "plagiar" o material feito por eles. Depois, no decorrer das aulas o professor poderia mostrar que o material deles foi copiado, o que despertaria um sentimento de revolta, levando assim a conscientização de que não devemos "copiar" nada de ninguém. Essa atividade ainda não tive a oportunidade de trabalhar, mas pretendo em um momento do qual abordarei a questão dos direitos e deveres de uma sociedade/ cidadão".*

Esta forma de mostrar e aplicar os valores e os deveres de um cidadão mencionados pelo professor colabora para o resgate desses valores, uma vez que a atividade ocorre de forma contextualizada e coloca o aluno em duas possíveis situações: a de inferir

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sobre seus direitos e deveres enquanto cidadãos. "É só na qualidade de participantes de um diálogo abrangente e voltado para o consenso, que somos chamados a exercer a virtude cognitiva da empatia em relação às nossas diferenças recíprocas na percepção de uma mesma situação" (HABERMAS, 2004, p. 10)

Já o professor de História 1 (PU) disse que "*não existe essa possibilidade a partir do momento que o próprio governo limita o uso dos recursos nas escolas. Se o aluno tem celular não pode usá-lo porque é proibido, se tem recursos nas escolas não pode usar por medo de vandalismo*." Por meio desta fala, percebemos que a política governamental é contraditória, no sentido de que, promove a inclusão digital, e ao mesmo tempo limita seu uso em sala de aula.

Outro ponto de vista exposto foi o da professora de Pedagogia 2 (PA):

> *"Ensinamos os alunos desde pequeno os valores morais e éticos, seus direitos e deveres. Creio que o uso da tecnologia será uma decorrência de como eles são influenciados no meio em que está inserido, se a mãe ou o pai é compulsivo e não possui regras quanto ao uso, é claro que esta criança está propensa a desenvolver esse hábito, e a repetir os valores dos pais na sua fase adolescente. Nós, enquanto educadores devemos ensinar não só o conhecimento, mas também zelar por esta parte".*

De acordo com Rossini (2010, p. 219)

> A liberdade de investigação, a disponibilidade total e aberta dos dados científicos no âmbito internacional e a publicação aberta dos resultados são os alicerces da pesquisa básica [...]. Ao compartilhar e trocar informações com a comunidade internacional, e ao publicar abertamente os resultados da pesquisa, todos os países [...] beneficiam-se.

Entretanto, essa "liberdade" que a professora oferece ao aluno é monitorada pela mesma para que o trabalho seja compartilhado em âmbito nacional ou internacional, mas com responsabilidade, beneficiando não só o aluno, mas também proporcionando a troca de informações construtivas e construindo uma cadeia de valores (resgatando os mesmos) e divulgando-os a outros, como forma de disseminação desses valores.

Portanto, os resultados das análises mostraram que a maioria dos professores utiliza algum recurso tecnológico em sala de aula e que alguns deles acreditam que é possível abordar a temática dos valores morais em conjunto com a utilização dessas ferramentas como forma de resgatar esses valores. Em algumas escolas faz-se questão de que todas as aulas sejam realizadas com o auxílio dos recursos, o que também pode ser considerado como ponto negativo por parte do aluno que necessita do aprendizado sociointeracionista vygotiskiano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O indivíduo é formado a partir da educação que recebe e, dentro dos muros

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

institucionais, esse papel mediador e formador é incumbido ao professor que deve, mais uma vez, adaptar-se aos novos moldes da sociedade atual como forma de direcionar o aprendizado e a formação do aluno. Sendo assim, a presente pesquisa buscou verificar "**De acordo com a concepção dos educadores, de que forma o uso das novas tecnologias na educação pode mediar a construção de valores morais, em nossa sociedade**"? Por meio deste questionamento, a hipótese para a resposta a essa pergunta norteou-se pelo fato de que as tecnologias estão ao alcance de praticamente todos e que a maioria de seus usuários são alunos que estão sendo preparados pela escola para atuarem como cidadãos praticantes de seus deveres e direitos.

Os resultados demonstraram que grande parte dos professores possui habilidade e domínio acerca do uso dessas tecnologias e acreditam que o direcionamento do professor em sala de aula, por meio de atividades contextualizadas, possibilita, sim, o resgate dos valores e própria disseminação dos mesmos. Portanto, a hipótese elaborada no início da pesquisa é pertinente e se mostrou eficaz durante a análise dos dados coletados e para a discussão.

Como forma de simplificar o que foi dito durante o estudo, é dentro dessa perspectiva que este trabalho se insere, isto é, de promover a reflexão do docente acerca do seu trabalho enquanto educador/ formador para a construção dos valores dentro da sociedade, em conjunto com as tecnologias que se fazem presentes dentro do contexto sócio-histórico em que os indivíduos estão inseridos.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. *Razões Práticas*: sobre a teoria da ação; Campinas, SP: Editora Papirus, 1996. Tradução de: Mariza Côrrea.

_____. *Escritos da Educação*. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs). 10ª. Ed. – Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2008.

BUSTAMANTE. J. *Hacia la cuarta generación de derechos humanos*. Repensado la condición humana en la sociedad tecnológica. In Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, n°1, septiembre-diciembre 2001. Disponível em http://www.campus- oei.org/revistactsi/numero1/bustamante.htm. Acesso em 28 out 2014.

CANDAU, V. M. *Pluralismo cultural, cotidiano escolar e formação de professores*. In: _____(org.) Magistério: construção cotidiana. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede.* A era da informação: economia, sociedade e cultura. 4ª edição. v. 1, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000.

DURKHEIM, E. *Ética e sociologia da moral*. Trad. Paulo Castanheira. São Paulo: Landy, 2003.

HABERMAS, J. *A ética da discussão e a questão da verdade*. Trad. Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

LIBÂNEO, J. C. *Adeus professor, adeus professora?* – novas exigências educacionais e profissão docente. São Paulo: Cortez, 1998

_____. *Organização e gestão da escola*: teoria e prática. 5. ed. revista e ampliada. Goiânia: Editora Alternativa, 2004.

MATURANA, H. *Cognição, ciência e vida cotidiana*. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

MORAN, J. M. *Leituras dos Meios de Comunicação*. São Paulo: Editora: Pancast, 1993.

PRETTO, N.; ASSIS, A. *Cultura digital e educação*: redes já. In: PRETTO, N.; SILVEIRA, A. (Org.). Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RIBEIRO, A; CASTRO, J. M. De; REGATTIERI, M. M. G. *Tecnologias na sala de aula* – uma experiência em escolas públicas de Ensino Médio. Brasília: UNESCO, MEC, 2007.
ROSSINI, C. *Aprendizagem digital, recursos educacionais abertos e cidadania*. In Cidadania e redes digitais (Citizenship and digital networks). 1a ed. Vários tradutores, São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil: Maracá – Educação e Tecnologias, 2010.
SAVATER, F. *O valor de Educar*. Lisboa: Edições Presença, 1997.
TÁVOLA, A. da. *A quem educa*. Contato: Revista Brasileira de Comunicação, Arte e Educação. Brasília: Senado Federal, v. 2, n. 5, out./dez., 1999
TOZONI-REIS, M. F. C. *Metodologia da pesquisa científica*. Curitiba: IESDE Brasil, 2007.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO E INTEGRAÇÃO DAS NORMAS ISO 14001 E OHSAS 18001 EM UMA INDÚSTRIA SUCROENERGÉTICA NO ESTADO DE SÃO PAULO.

Angélica Cristina Souza Borges (SENAC Bauru); angelica.borges@urp.ind.br * Fabiana Raquel Orselli Costa (SENAC Bauru); faraqo@hotmail.com
Gilberto Alves dos Santos (SENAC Bauru); gilberto.santos@zilor.com.br Rafael de Cássio Venâncio (SENAC Bauru); rcv_venacio@hotmail.com Tânia Regina Kovalski (SENAC Bauru); tania_kovalski@yahoo.com.br Leandro Peres Marcomini (SENAC Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Resumo: A conformidade do sistema com a ABNT NBR 14.001 garante a redução da carga de poluição gerada pelas organizações, porque envolve a revisão de um processo produtivo visando a melhoria contínua do desempenho ambiental. A implantação do sistema de saúde e segurança no trabalho é uma excelente alternativa para as empresas preocupadas em reduzir os níveis de acidentes, melhorar as condições de trabalho de seus colaboradores buscando eliminar os riscos com foco na melhoria contínua em atendimento aos requisitos legais. O objetivo deste trabalho é apresentar os benefícios da implementação do Sistema de Gestão Integrado, atendendo os requisitos das Normas ISO 14.001, OHSAS 18.001 integrada a ISO 9.001, visando mensurar qual a contribuição dos sistemas de gestão no âmbito organizacional em uma empresa do setor sucroenergético. O mesmo foi estruturado em três macros-etapas: levantamento bibliográfico, estudo de caso na empresa e análise de resultados. A pesquisa qualitativa fundamentada no estudo de caso foi realizada com o intuito de reunir informações, que compiladas e analisadas de forma cruzada, confirmaram as convergências e antagonismos entre a prática na empresa e a literatura. Para a coleta de dados, como fontes de evidências, utilizou-se entrevista semiestruturada, análise documental (manuais, procedimentos, documentos empresariais, etc.) e pesquisa bibliográfica no site da própria empresa. Após análise evidenciou-se o atendimento a 56% da norma ISO 14001 e 73% da norma OHSAS 18001. Observou-se que há benefícios através da integração das normas e dos sistemas de gestão e assim o trabalho adicional e documentação desnecessária poderão ser evitados. A empresa demonstrou-se muito engajada no atendimento as legislações aplicáveis e adequação nos itens pontuais com excelentes chances na obtenção da certificação, porém, tudo indica que os sistemas de gestão seguirão paralelos ainda por algum período até que esteja madura o suficiente para a integração total.

Palavras-chave: Gestão Integrada. ISO14001. OSHAS18001. Benefícios. Implementação.

Abstract: The compliance of the system with the ABNT NBR 14001 ensures the reduction of pollution load generated by organizations, since it involves the review of a production process aiming at continuous improvement of environmental performance. The implementation of health and safety system is an excellent alternative for companies concerned about reducing the level of accidents, improving the working conditions of its employees seeking to eliminate the risks with focus on continuous improvement in compliance with legal requirements. The objective of this paper is to present the benefits the implementation of the Integrated Management System, meeting the requirements of ISO Standards 14001, OHSAS 18001 integrated the ISO 9001, aiming to measure the contribution of the management systems at the

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

organizational level in a company of the sugarcane industry. This paper was structured in three macro-steps: literature review, case study in the company mentioned above and the analysis of the results. Qualitative research based on the case study was carried out in order to gather information, which compiled and analyzed in a crossed way the confirmed the convergences and antagonisms between the practice in the company and the literature. In order to collect data as evidence semi-structured interviews, document analysis (manuals, procedures, business documents, etc.) and bibliographical research on the company's own website where applied. After the analysis of the data, it was verified a compliance of 56% with of ISO 14001 and 73% of OHSAS 18001. It was observed that there are benefits with the integration of standards and management systems and thus additional work and unnecessary documentation can be avoided. The company proved to be very involved with meeting the applicable legislation and compliance with on excellent chances in obtaining the certification, however, it appears that the management systems will continue to be applied in parallel for some period until it is mature enough for full integration.

Keywords: Integrated Management. ISO14001. OSHAS18001. Benefits. Implementation.

INTRODUÇÃO

No mercado atual as organizações estão preocupadas em oferecer produtos e serviços que atendam as legislações vigentes para alcançar seus objetivos e buscar atender os consumidores que estão cada vez mais exigentes com os produtos adquiridos, e com as consequências de responsabilidades sociais e legais. Assim, as empresas cumprem seus requisitos legais para manterem-se no mercado cada vez mais competitivo e crescente, que para isso procuram certificarem em normas nacionais e internacionais por organismos que acreditem seus produtos, abrindo novos acessos a seus produtos. O ramo sucroenergético não é diferente, o setor tem se esforçado para modernização de seu parque fabril e atendimento a requisitos legais, bem como a diversificação de suas linhas de produtos com maior valor agregado.

As normas de sistema de gestão integraram-se fortemente a economia mundial. A ISO 9.001 é globalmente aceita em todas as situações em que seja preciso assegurar qualidade no fornecimento de bens e serviços. Também assumem relevância global para as organizações que desejam operar em um ambiente de desenvolvimento sustentável a ISO 14001, a OHSAS 18001, e as normas de responsabilidade social (RIBEIRO NETO; TAVARES; HOFFMANN, 2013).

O aumento crescente da consciência ambiental e a escassez de recursos naturais vêm influenciando cada vez mais as organizações a contribuírem de forma sistematizada na redução dos impactos ambientais associados aos seus processos. A Conformidade do sistema com a ABNT NBR 14001 garante a redução da carga de poluição gerada por essas organizações, porque envolve a revisão de um processo produtivo visando a melhoria contínua do desempenho ambiental, controlando insumos e matéria-prima que representem desperdícios de recursos naturais.

A implantação do sistema de saúde e segurança no trabalho é uma excelente

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

alternativa para as empresas preocupadas em reduzir os níveis de acidentes e melhorar as condições de trabalho de seus colaboradores. As organizações em todo o mundo, assim como suas partes interessadas, estão se tornando cada vez mais cientes da necessidade e dos benefícios do comportamento socialmente responsável.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é a sistematização do gerenciamento das atividades de uma empresa voltada basicamente à melhoria contínua, à prevenção da poluição e ao atendimento da legislação ambiental, visando à proteção do meio ambiente (ARIMURAA, *et al*., 2011).

O SGA é a forma pela qual as empresas se mobilizam interna e externamente na conquista da qualidade ambiental desejada. Pode ainda constituir uma estratégia para que o empresário em processo contínuo identifique oportunidades de melhorias que reduzam os impactos das atividades de sua empresa sobre o meio ambiente, de forma integrada à situação de conquista de mercado e da lucratividade (BRENT, 2005).

As questões ambientais assumiram novas dimensões passando por uma maior conscientização dos impactos ambientais gerados pela atuação do homem e o que serão herdados pelas gerações futuras. As organizações estão engajadas e estimuladas à conscientização ambiental. Seguindo esse princípio, muitas organizações do setor sucroenergético adotam o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) com objetivo de garantir todo o acompanhamento do processo, desde a utilização de matérias-primas, passando pela parte industrial e de distribuição de produtos, visando à certificação ISO 14001 que é uma ferramenta fundamental para as organizações que querem conseguir destaque no cenário nacional e internacional.

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL CONFORME A NORMA ISO 14001

Segundo a NBR ISO 14001, o sistema de gestão ambiental é definido como "O sistema de gestão ambiental é a parte de um sistema de gestão de uma organização utilizada para desenvolver e implementar sua política ambiental e para gerenciar seus aspectos ambientais".

Portanto, o conjunto de normas ISO 14000, fomentam a prevenção da poluição nas organizações, uma vez que orientam a organização quanto a sua estrutura, forma de operação e de levantamento, armazenamento, recuperação e disponibilização de dados e resultados (sempre atentando para as necessidades futuras e imediatas de mercado) e, consequentemente, a satisfação dos clientes e consumidores, entre outras orientações, inserindo a organização no contexto ambiental.

Para implementar um Sistema de Gestão Ambiental, a empresa precisa atender a alguns requisitos necessários exigidos pela ISO 14001. Estes requisitos seguem um esquema

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cíclico do tipo PDCA (Plan /Do/Check/Act), ou seja, planejar, executar, avaliar e agir. Assim, começa com o estabelecimento de uma política e um planejamento, passa pela implementação e operação do SGA, e depois são feitas as verificações e ações corretivas.

SISTEMA DE GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA CONFORME A NORMA ISO 18001

De acordo com Ribeiro Neto, Tavares e Hoffmann (2013), a OHSAS 18001 é um conjunto de elementos que orientam na implementação de um sistema de segurança e saúde no trabalho. É utilizada como referência para as empresas que desejam implantar o sistema de SST, passível de certificação. A norma é fundamentada na metodologia PDCA.

A preocupação das organizações com a segurança e saúde dos trabalhadores na execução de suas tarefas está ganhando cada vez mais importância nas empresas. As ações de prevenção de acidentes e a preocupação com a saúde física e mental dos trabalhadores é bem vista não apenas pelos consumidores, mas também por todas as empresas inseridas na cadeia de valor (NADAE, 2010).

MÉTODOS

Definido o tema e objetivo do artigo, o mesmo foi estruturado em três macroetapas: levantamento bibliográfico, estudo de caso na Empresa do Setor Sucroenergético e análise de resultados.

O referencial teórico é subdividido em macroitens: Abordagem da Norma ABNT NBR ISO 14001, Norma OHSAS 18001 e Integração dos Sistemas.

A pesquisa qualitativa fundamentada na metodologia de estudo de caso foi realizada com o intuito de reunir informações, que compiladas e analisadas de forma cruzada, verificaram-se as convergências e antagonismos entre a prática na empresa e a literatura.

Yin (2003) indica o método de estudo de caso para realização de pesquisas em ambientes organizacionais e administrativos, salientando que ele preserva as características holísticas e significativas dos eventos estudados.

Para a coleta de dados, como fontes de evidências, utilizou-se entrevista semiestruturada e análise documental (manuais, procedimentos, documentos empresariais etc.).

A entrevista semiestruturada foi realizada com o Supervisor de Segurança e o Especialista de Preservação Ambiental com o objetivo de coletar informações para o diagnóstico do presente trabalho, no período de janeiro a junho de 2015.

Os dados foram coletados por análise de documentos, observação direta e entrevistas com colaboradores responsáveis da área de meio Ambiente e segurança da unidade fabril. O estudo é composto pela análise ambiental prévia que tem como objetivo apresentar os aspectos ambientais da unidade, estabelecer a política

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ambiental e análise da relevância dos aspectos levantados, sendo avaliada a caracterização, filtros de significância e identificações/padrões, e em qual nível de oportunidade de gerenciamento integrado. A metodologia utilizada neste trabalho também abrangeu uma pesquisa bibliográfica no site hospedado na internet pela própria empresa foco do trabalho e, portanto, de conhecimento público. Também se utilizou de pesquisas bibliográficas com levantamento de dados de literaturas já publicadas sobre o setor.

RESULTADOS

A pesquisa foi realizada em uma empresa do setor sucroenergético, destaca-se que a empresa é certificada na ISO 9001:2008 desde 1998, foi uma das pioneiras no ramo de açúcar e etanol a possuir tal certificação, por se tratar de uma produtora de alimentos (açúcar e levedura). No ano de 2009 foi certificada também na ISO 22000, uma certificação específica para produtos alimentícios e em 2011 obteve a certificação Bonsucro.

Visando à identificação de conformidade da política e do planejamento do sistema de gestão utilizou como instrumento de coleta um check list, contendo os requisitos a serem averiguados, o atendimento as normas e um campo para relato de evidencias.

Os requisitos a serem avaliados, ou seja, os critérios de verificação foram extraídos da norma através de um processo de interpretação e classificação quanto o nível de comprometimento para o sistema. A busca de evidencias de conformidade desses requisitos foi efetuada baseada no levantamento e análisede documentos e registros e entrevistas com responsáveis pelas áreas ambientais e saúde e segurança do trabalho.

A equipe de Saúde e Segurança do Trabalho e Meio Ambiente é composta conforme Quadro 1. Observa-se que, as duas equipes do quadro abaixo trabalham independentemente uma da outra, as áreas são da mesma gestão e não trabalham de forma integrada.

Quadro 1 - Composições das equipes Saúde e Segurança X Meio Ambiente

SST - OSHAS 18001	MEIO AMBIENTE – ISO 14001
1 Supervisor de Segurança - Eng°	2 Especialistas Pres. Ambiental
3 Técnicos de Segurança	1 Analista Preservação Ambiental
1 Médico do Trabalho	2 Estagiárias – Engenharia Ambiental
1 Enfermeira do Trabalho	
1 Auxiliar Administrativa	

Observa-se que cada unidade fabril possui uma equipe para a SST, enquanto para a área de Meio Ambiente, a equipe acima responde a todas as unidades.

O quadro 2 apresenta o diagnóstico da NORMA OSHAS 18001 na empresa estudada.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Quadro 2 - Diagnóstico Norma OSHAS 18001

REQUISITOS	ATENDIMENTO C (cumpre); NC (não cumpre); P (parcial)	EVIDÊNCIA
4.1 Requisitos Gerais	NC	
4.2 Política de SST	P	Politica da Qualidade não atende a OSHAS 18001
4.3 Planejamento	-	
4.3.1 Identificação dos perigos, avaliação de riscos e determinação de controles	C	Identificação e avaliação dos perigos e riscos
4.3.2 Requisitos legais	C	Levantamento da legislação SST aplicável (federal, estadual e municipal)
4.3.3 Objetivos e programas	C	Estão estabelecidos objetivos, metas e programas
4.4 Implementação e operação	-	
4.4.1 Recursos, funções responsabilidades, prestação de contas e autoridades	C	Equipe SST atende a necessidade e investimentos em SST são realizados
4.4.2 Competência, treinamento e conscientização	C	Falta de matriz de capacitação para questões ambientais
4.4.3 Comunicação, participação e consulta	C	Procedimento de comunicação interna e externa
4.4.3.1 Comunicação	C	Procedimento de comunicação interna e externa
4.4.3.2 Participação e consulta	C	CIPA
4.4.4 Documentação	C	Base de documentos no SAP com procedimento de documentação e controle
4.4.5 Controle de documentos	C	Base de documentos no SAP com controle de documentos e registros
4.4.6 Controle operacional	C	Controle operacional para os aspectos ambientais significativos
4.4.7 Preparação e respostas de emergências	NC	Empresa possui Brigada de incêndio e simulados, porém não possui AVCB
4.5 Verificação	-	
4.5.1 Monitoramento e medição do desempenho	C	Foram realizados monitoramentos ambientais e controle de medição através de indicadores
4.5.2 Avaliação do atendimento a requisitos legais e outros	C	Software na internet com acompanhamento online das legislações ambientais e seu atendimento

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

4.5.3 Investigação do incidente não conformidade, ação corretiva e ação	C	Procedimento de investigação de incidente
4.5.3.1 Investigação de incidente	C	Árvore de causas e relatos
4.5.3.2 Não conformidade, ação	NC	Não possui procedimento para tratamento de não conformidades
4.5.4 Controle de registros	C	A empresa possui procedimento para identificação, armazenamento, proteção, recuperação, retenção e descarte de registros.
4.5.5 Auditoria interna	NC	Não existe procedimento de auditoria interna
4.6 Análise crítica pela direção	NC	Não existe análise critica pela direção para questões ambientais

Realizando-se uma análise no quadro 2 aliado ao histórico da empresa avaliada, pode-se concluir:

a) Item 4.1 – A Empresa não atende plenamente a OSHAS 18001.

b) Item 4.2 – A Empresa possui política da qualidade com alguns itens sobre SST, porém não atende plenamente a OSHAS 18001 como, por exemplo, não inclui um compromisso para prevenção de lesões.

c) Item 4.4.7 – Não foi evidenciado o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros – AVCB.

d) Item 4.5.3.2 - O tratamento de não conformidades é realizado, porém, não foi evidenciado um procedimento formal para as ocorrências.

e) Item 4.5.5 – Não são realizadas auditorias internas do Sistema de Saúde e Segurança do Trabalho, apenas é feito um *check-list* pelos próprios colaboradores responsáveis pela área de SST.

f) Item 4.6 – Não são realizadas análises critica pela direção para as questões de SST.

Com base na avaliação do diagnóstico inicial percebe-se que algumas ações necessitam ser tomadas para que a empresa almeje a certificação OSHAS 18001 para seus processos.

O quadro 3 apresenta o diagnóstico da NORMA ISO 14001 na empresa estudada.

Tabela 3 – Diagnóstico Norma ISO 14001

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REQUISITOS	ATENDIMENTO C (cumpre); NC (não cumpre); P (parcial)	EVIDÊNCIA
4.1 Requisitos Gerais	NC	
4.2 Política Ambiental	P	Politica da Qualidade não atende a ISO 14001
4.3 Planejamento	-	
4.3.1 Aspectos Ambientais	C	Identificação e avaliação dos aspectos e impactos ambientais
4.3.2 Requisitos legais e outros	C	Levantamento da legislação ambiental aplicável (federal, estadual e municipal)
4.3.3 Objetivos, metas e programas	C	Estão estabelecidos objetivos, metas e programas
4.4 Implementação e operação	-	
4.4.1 Recursos, funções responsabilidades e autoridades	P	Deficiência em mão de obra na equipe de meio ambiente e investimentos em meio ambiente são realizados
4.4.2 Competência, treinamento e conscientização	NC	Falta de matriz de capacitação para questões ambientais
4.4.3 Comunicação	C	Procedimento de comunicação interna e externa
4.4.4 Documentação	C	Base de documentos no SAP com procedimento de documentação e controle
4.4.5 Controle de documentos	C	Base de documentos no SAP com controle de documentos e registros
4.4.6 Controle operacional	C	Controle operacional para os aspectos ambientais significativos
4.4.7 Preparação e respostas de emergências	NC	A empresa possui sistemática de preparação e resposta a emergência, porém não possui o AVCB
4.5 Verificação	-	
4.5.1 Monitoramento e medição	C	Foram realizados monitoramentos ambientais e controle de medição através de indicadores
4.5.2 Avaliação do atendimento a requisitos legais e outros	C	Software na internet com acompanhamento online das legislações ambientais e seu atendimento
4.5.3 Não conformidade, ação corretiva e ação preventiva	NC	Não possui procedimento para tratamento de não conformidades

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

4.5.4 Controle de registros	C	A empresa possui procedimento para identificação, armazenamento, proteção, recuperação, retenção e descarte de registros.
4.5.5 Auditoria interna	NC	Não existe procedimento de auditoria interna
4.6 Análise crítica pela direção	NC	Não existe análise critica pela direção para questões ambientais

Realizando-se uma análise no quadro 3 aliado ao histórico da empresa avaliada, pode-se concluir:

a) Item 4.1 – A Empresa não atende plenamente a ISO 14001.

b) Item 4.2 – A Empresa possui politica da qualidade com alguns itens sobre meio ambiente, porém não atende plenamente a ISO 14001 como, por exemplo, não cita comprometimento com a prevenção de poluição.

c) Item 4.4.1 - no quesito infraestrutura, nota-se uma deficiência em mão de obra, como mostrado na "tabela 1" a equipe de trabalho destinada a cuidar da área de Meio Ambiente é muito reduzida, ficando praticamente um colaborador por unidade desempenhando funções voltadas a área.

d) Item 4.4.2 - São realizadas capacitações voltadas ao meio ambiente, onde os colaboradores passam por treinamentos, porém, não existe uma "Matriz de Capacitação" formalizada para cada função da empresa.

e) Item 4.4.7 – Não foi evidenciado o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros – AVCB.

f) Item 4.5.3 – O tratamento de não conformidades é realizado, porém, não foi evidenciado um procedimento formal para as ocorrências.

g) Item 4.5.5 – Não são realizadas auditorias internas do sistema Ambiental, apenas é feito um check-list pelos próprios colaboradores responsáveis pela área ambiental.

h) Item 4.6 – Não são realizadas análises critica pela direção para as questões ambientais, apenas é feito uma apresentação com principais resultados da área para Diretoria.

Com base na avaliação do diagnóstico inicial percebe-se que algumas ações necessitam ser tomadas para que a empresa almeje a certificação ISO 14001 para seus processos.

ANÁLISE CRÍTICA DA INTEGRAÇÃO DOS SISTEMAS

Por se tratar de uma indústria alimentícia, o foco principal inicialmente foi na implantação da certificação ISO 9001 que já está em processo desde 1998.

De acordo com o levantamento da ISO 14001 e OSHAS 18001, que foi realizado com

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

objetivo de subsidiar a empresa para uma futura certificação, visto que é uma preocupação evidenciada na missão, valores e princípios da Empresa.

Atualmente a Empresa atende a 56 % dos requisitos para implantação da certificação ISO 14001 e 73 % para certificação OSHAS 18001, validando a proposta inicial das vantagens da obtenção outra certificação, garantindo e fortalecendo os produtos e o compromisso com os stakeholders e retorno financeiro aos acionistas.

A compatibilidade dos requisitos entre duas normas é a combinação de processos, procedimentos e práticas adotadas por uma organização, para implementar suas políticas e atingir seus objetivos de forma mais eficiente e eficaz.

De acordo com a comparação das normas ISO 14001 e OSHAS 18001, pode-se notar a facilidade de integração das duas normas mostrando a correlação existente entre os itens das mesmas. O maior desafio é identificar as diferenças entre as normas e assegurar dentro do sistema de gestão que todos os requisitos das normas estejam contemplados.

Analisando os indicadores apresentados dos anos safras de 2013 e 2014, observou-se que os mesmos estão em constante melhoria continua e atendem as legislações vigentes. A gestão dos indicadores é apresentada para diretoria e realizam planos de ações corretivas para melhoria continua no desempenho dos indicadores.

A implantação dos sistemas de gestão ambiental e saúde e segurança do trabalho podem auxiliar a empresa na redução de custos, melhoria contínua, redução de impactos e incidentes, atendimento as metas estabelecidas, monitoramento e controle de forma eficiente, cumprindo todas as legislações vigentes.

RECOMENDAÇÕES

Ficou evidenciado que a empresa cumpre todas as suas obrigações legais, seja nas esferas: federal, estadual ou municipal.

A empresa possui sistemas para tratamento dos efluentes líquidos industriais, controle das emissões atmosféricas, destinação adequada dos resíduos industriais e ficou evidenciado que a empresa não possui passivos ambientais.

Recomenda-se que a empresa estude opções de tecnologias como, por exemplo, concentração de vinhaça para cumprimento da meta estabelecida para redução da captação dos recursos hídricos de acordo com a resolução SMA 88/2008.

Para questão de SST a empresa também cumpre as NRs e legislações aplicáveis, com exceção da obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros AVCB. Vale destacar que a empresa possui gestão na resposta a emergência em seus processos, porém possui projeto aprovado para adequação as normas do Corpo de Bombeiros. Recomenda-se que a empresa aprove um planejamento de investimentos com Diretoria e Acionistas e aprove junto ao Corpo de Bombeiros antes da efetiva implantação.

É importante uma fusão ou uma maior sinergia das equipes que trabalham com a ISO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

14001 e OSHAS 18001 para a realização da integração das normas nos quesitos treinamentos, documentações, sistemas de gestão, recursos financeiros, melhoria contínua, planejamentos, recursos humanos, comunicação, informações, medições entre outros.

De modo geral o sistema de gestão da Empresa está maduro, sólido e avançado no que diz respeito a atendimento a requisitos legais.

Foi observado que manter um sistema de gestão isolado poderá levar a uma enorme quantidade de documentação, com regulamentos internos redundantes ou conflitantes, bem como responsabilidades não definida claramente aos maiores interessados na questão. Uma vez que todos os sistemas de gestão têm vários requisitos em comum, como a política da empresa, a realização de auditorias internas, a melhoria contínua e a realização de análises críticas pela direção, há claras vantagens em se integrar esses requisitos em um sistema único.

Através da integração das normas e dos sistemas de gestão, muito trabalho adicional e documentação desnecessária poderão ser evitados. Através da utilização da sinergia e do compartilhamento de recursos, um sistema de gestão mais enxuto e eficiente é possível comparado aos sistemas de gestão individuais isolados.

As Auditorias internas também irão ganhar sinergia nas avaliações, onde o mesmo auditor poderá realizar uma auditoria na ISO 14001 e OSHAS 18001, ganhando tempo e tendo uma visão mais ampla da realidade das duas normas na Empresa.

CONCLUSÃO

O trabalho contribui para análise e tomada de decisão para implantação do sistema de gestão integrado nos requisitos das normas ISO 14001 e OHSAS 18001.

A empresa demonstrou-se muito engajada no atendimento as legislações aplicáveis e adequação nos itens pontuais como, por exemplo, obtenção do AVCB.

A empresa tem excelentes chances na obtenção da certificação, porém, tudo indica que os sistemas de gestão seguirão paralelos ainda por algum período de tempo que não será possível determinar. Como sugestão para um novo estudo, o foco poderá vir na necessidade e em instruções/ pesquisas de como obter essa integração dos sistemas de gestão para a empresa de beneficiar de um comitê integrado e com soluções rápidas e discutidas internamente.

Concluiu-se também que não se tem tanta facilidade em integrar os sistemas pois a maioria das empresas, até mesmo a empresa avaliada raciocinam de forma a manter os departamentos atuando em paralelo.

Os benefícios de se implantar e da possível integração, no caso, das normas OSHAS 18001 e ISO 14001 advém da competitividade de mercado e padronização de procedimentos, ambos, cada vez mais exigentes, em relação ao cuidado ao meio ambiente e a segurança das pessoas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A implementação do sistema de gestão integrado para a indústria do setor sucroenergético, poderá permitir às empresas que desejem demonstrar conformidade com os requisitos de meio ambiente e segurança e saúde ocupacional, implementem o SGI. O modelo pode ser utilizado como uma ferramenta para auxiliar as empresas na avaliação das suas práticas atuais, facilitando a etapa do planejamento da implementação.

REFERÊNCIAS

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR ISO 14001. Sistema de gestão de ambiental – Requisitos com orientações para uso. 2004.

ARIMURAA, T. H.; DARNALLB, N.; KATAYAMAC, H. Is ISO 14001 a gateway to more advanced voluntary action? The case of green supply chain management. Journal of Environmental Economics and Management. Volume 61, Issue 2, March 2011. BRASIL. CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE (CONAMA). 2011. Resolução CONAMA 436/2011, de 22 de dezembro de 2011. **Estabelece os limites máximos de emissão de poluentes atmosféricos para fontes fixas instaladas ou com pedido de licença de instalação anteriores a 02 de janeiro de 2007.** Brasília, DF, 18 mar. 2005. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=660>. Acesso em: 27.abr.2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA (MME). 2013. **Anuário estatístico de energia elétrica 2013.** Rio de Janeiro, 2013. 251 p.

BRENT, A.C. Integrating LCIA and LCM. Evaluating environmental performances for supply chain management in South Africa. **International Journal of Management of Environmental Quality**, v.16, n. 2, p. 130-142, 2005. Disponível em:< http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewPDF.jsp?contentType=Article&Filename= html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0830160203.pdf>. Acesso em: 17.abr. 2015. CHAIB, E.B.A. **Proposta para implementação de sistemas de gestão integrada de meio**
ambiente, saúde e segurança do trabalho em empresas de pequeno e médio porte: um estudo de caso da indústria metal-mecânica. 2005. 138 f. Dissertação (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

ELIA NETO, A. et al., **Manual de Conservação e Reúso de Água na Agroindústria Sucroenergética.** Brasília: Agência Nacional de Águas, 2009.

EMBRAPA. **Zoneamento Agroecológico da Cana-de-Açúcar.** Brasília, 2009. 55 p.

HERMANNS, A. K. **Gestão ambiental empresarial: aspectos legais, mercadológicos e econômicos**, Florianópolis: UFSC, 2005, 90 p. Disponível em:<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia295568.pdf>. Acesso em 17.abr.2015.

HOURNEAUX JR, F. BARBOSA, M.F.O.; KATZ, S. A gestão ambiental nas indústrias brasileiras: um estudo de caso. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 7., 2004, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: USP, 2004. Disponível em:< http://www.fiec.org.br/iel/bolsaderesiduos/Artigos/gestao_ambiental_nas_industrias_ bras.pdf>. Acesso em: 01.mar.2015.

MOREIRA, M. S. O desafio da gestão ambiental. **Revista Banas Ambiental**, São Paulo,n.10,p.2325,fev,2008.Disponívelem:<http://www.indg.com.br/iso14000/texto2.asp>. Acesso em: 01.mar.2015.

NADAE, Jeniffer de. **Proposta de método para introdução de práticas integradas de gestão em clusters industriais**. Dissertação de mestrado – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Engenharia, Bauru, 2010.

NEVES, Luis. Sistemas de Gestão Integrados- Vantagens para as empresas da cadeia alimentar. Disponível em: <http://www.infoqualidade.net/SEQUALI/PDF-SEQUALI-02/n02-30- 31.pdf >acesso em: 23.abr.2015.

OHSAS 18001:2007. Sistemas de Gestão da Segurança e Saúde no Trabalho – Requisitos. São Paulo, 2007.

PEDROSO, Carolina Belotti et al. Implementação da NBR ISO 14001: 2004 em uma empresa do segmento alimentício: um estudo de caso. **Gepros. Gestão da Produção, Operações e Sistemas,** São Carlos, v. 4, n. 6, p.27-41, dez. 2011.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RANZANI, Claudio. **Diretrizes para planejamento e implementação de sistema de gestão integrada em empresas da construção civil.** Dissertação de mestrado- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Engenharia, Bauru, 2011.
RIBEIRO NETO, João Batista M.; TAVARES, José da Cunha; HOFFMANN, Silvana Carvalho. **Sistemas de Gestão Integrados.** São Paulo: Editora Senac, 2013., p.89, p.139, p.391.
SEIFFERT, Maria Elizabete Bernardini. **Sistemas de Gestão Ambiental (ISO14001) E Saúde e Segurança Ocupacional (OHSAS 18001).**São Paulo: Editora Atlas S.A., p.9, 2010.
YIN, R.K. *Case study research: design and methods.* 3 ed. Sage Publications, 2003. ZILOR. Disponível em: <www.zilor.com.br>. Acesso em: 10 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ETAPAS NECESSÁRIAS PARA IMPLANTAÇÃO DE UM SGI

Aline Colaciti (Senac Bauru); alinecolaciti@yahoo.com.br

Carina Britto Spolaor (Senac Bauru); carinabspolaor@hotmail.com Cezar

Cardoso Filho (Senac Bauru); ccfpericias@gmail.com

Luiz Rafael Galvão Ângelo (Senac Bauru); eng_prod_rafael@hotmail.com *

Resumo: Com os avanços da globalização, tecnologias, velocidade de informações, velocidade de mudanças e o mercado cada vez mais exigente as empresas ou organizações que visam obter maiores parcelas do mercado estão tendo que melhorar seus sistemas de gestão para garantirem uma melhor imagem e confiança ao consumidor final. Uma maneira de melhorar o gerenciamento é fazendo a integração dos sistemas. Na verdade, não há uma certificação específica para Sistema de Gestão Integrado (SGI). Atualmente, as certificações mais utilizadas atuam com foco nas áreas de qualidade, meio ambiente e saúde e segurança do trabalho, as mesmas são certificáveis pelas normas ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001, respectivamente. Estes sistemas de gestão são certificáveis individualmente, porém, os mesmos podem ser implementados de forma integrada. A integração dos sistemas de gestão traz muitos benefícios para a organização, para o mercado, para o meio ambiente, para os colaboradores e para *stakeholders*. Entre os benefícios estão a redução do tempo e de investimentos em auditorias internas e externas. Para auxiliar as empresas no processo de integração, este artigo apresenta as principais etapas de processos para sua implantação. As fases de implementação de um sistema de gestão integrado são muito importantes, são nestes processos que as empresas e organizações definem seus objetivos, levantam oportunidades de melhorias, realizam mudanças culturais e comportamentais. Estas fases de implantação podem ser definidas como: comprometimento da direção, planejamento, estabelecimento de objetivos e metas, escopo do Sistema de gestão integrado, implantação e disseminação da documentação, mapeamento dos processos, processos operacionais, realização do produto, auditorias internas, ações corretivas, auditorias externas para certificação e manutenção da certificação.

Palavras-chave: Sistema de Gestão Integrado. Etapas para implantação. Vantagens do SGI.

Abstract: With advances in globalization, technology, information rate, speed changes and increasingly demanding market, companies or organizations that seek to obtain greater market shares having to improve their management systems to ensure a better image and consumer confidence end. One way to improve the management is making systems integration. In fact, there is no specific certification for integrated management system (IMS). Currently the most widely used certification work focused in the areas of quality, environment and health and safety, they are certifiable under ISO 9001, ISO 14001 and OHSAS 18001 respectively. These management systems are individually certifiable, however, they can be implemented in an integrated manner. The integration of management systems brings many benefits to the organization, the market, the environment, employees and stakeholders. Among them, reducing the time and investment in internal and external audits. To help companies in the integration process, this article presents the main process steps for its implementation. The phases of implementation of an integrated management system are very important, are these processes that companies and organizations define their goals, raise opportunities for improvement, conduct cultural and behavioral changes, these deployment phases can be defined as: management commitment, planning, setting goals and objectives, scope of the integrated management system, implementation and dissemination of documentation, mapping of processes, operational processes, product realization, internal audits, corrective actions, external audits for certification and maintenance of certification.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Keywords: Integrated management system. Steps for implementation. Advantages of SGI.

INTRODUÇÃO

O mercado mundial tem exigido, cada vez mais, que os produtos e/ou serviços atendam aos padrões das normas técnicas da qualidade, sustentabilidade e proteção à integridade física e saúde de seus funcionários. Assim, para garantir a sobrevivência e a viabilidade das empresas, tem-se tornado essencial atender aos requisitos ambientais e de saúde e segurança no trabalho em busca da prevenção de acidentes e prevenção de problemas em potencial.

O objetivo deste artigo é auxiliar as empresas que buscam melhorar seu gerenciamento por meio da integração de seus sistemas de gestão descrevendo as etapas necessárias para implantação de um SGI.

Assim sendo, justifica-se o presente trabalho, pelo fato que irá contribuir para empresas não certificadas em SGI como um modelo de referência, apresentando um estudo de implantação em empresas que já possuem o sistema, as etapas que cada uma definiu para obtenção do resultado, os requisitos estabelecidos para a implementação e apresentar uma síntese dos requisitos necessários para o processo de aplicação de SGI.

SISTEMA DE GESTÃO INTEGRADO

A Integração dos Sistemas de Gestão é uma excelente oportunidade para reduzir custos relacionados, por exemplo, à manutenção de diferentes estruturas de controle de documentos, auditorias, registros. A integração dos sistemas de gestão pode abranger diversos temas, tais como: qualidade, meio ambiente, segurança e saúde ocupacional, recursos humanos, responsabilidade social (CHAIB, 2005).

Na verdade, não há uma certificação específica para SGI. São três certificações mais usadas atualmente (Qualidade, Meio Ambiente e Saúde e Segurança do Trabalho). Porém, estes sistemas de gestão implementados segundo normas distintas podem ser integrados (CHAIB, 2005).

As vantagens da implantação de um SGI, de acordo Chaib (2005), também incluem:

- Diferencial competitivo;
- Fortalecimento da imagem no mercado e nas comunidades;
- Prática da excelência gerencial por padrões internacionais de gestão;
- Atendimento às demandas do mercado e da sociedade em geral;
- Melhoria organizacional;
- Reconhecimento da gestão sistematizada por entidades externas;
- Maior conscientização das partes interessadas;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Atuação proativa, evitando-se danos ambientais e acidentes no trabalho;
- Melhoria do clima organizacional;
- Maior capacitação e educação dos empregados;
- Redução do tempo e de investimentos em auditorias internas e externas.
- Minimização de fatores de risco;
- Segurança legal contra processos e responsabilidades;
- Segurança das informações importantes para o negócio;
- Minimização de acidentes e passivos;
- Identificação de vulnerabilidade nas práticas atuais.

Integração dos sistemas apresenta benefícios como a redução de custos, redução de duplicidade, redução de conflitos nos sistemas, economia de tempo para realização dos processos, gerenciamento de possíveis riscos de trabalhos, melhoria na comunicação, melhoria em toda organização (NETO; TAVARES; HOFFMANN, 2008).

Integrar é muito mais do que juntar documentos dos sistemas distintos. O SGI deve ser desenvolvido para atender às necessidades dos negócios e não as dos auditores (NETO; TAVARES; HOFFMANN, 2008).

Existem diversos caminhos que podem ser seguidos para a implantação de SGI na empresa, mesmo assim é necessário observar as características da empresa com uma visão particular. Com isso, diferentes fatores influenciam na disposição de como a mesma será administrada, desde a existência ou não de outras gestões, a tradição da gestão presente, o planejamento da gerência, considerando os objetivos, prazos e motivações, além dos recursos financeiros e humanos. Labodová (2003) enfatiza duas maneiras de integração verificadas em empresas europeias, temos:

- Implementação sequencial de sistemas individuais – qualidade, meio ambiente e saúde e segurança – são combinados, formando o SGI;
- Implementação do SGI, sendo que apenas um sistema engloba todas as três áreas. Para essa forma de implementação, a metodologia escolhida está baseada nas teorias da análise de risco, cujo significado pode ser usado como um fator integrador – risco para o meio ambiente, para a saúde e dos empregados e população ao redor e risco de perdas econômicas decorrentes a problemas no produto.

Conforme Soler (2002), antes da implementação, deve-se definir a forma de desenvolvimento do SGI mais adequada e eficiente, que atenda às necessidades da Organização. Ressalta-se que o atendimento a tais necessidades não implica necessariamente em um processo formal de certificação, podendo estar restrito

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

apenas a melhorias nos processos e produtos da Organização. Explicita esses diferentes formatos de implantação de SGI:

Sistemas Paralelos: os sistemas são separados e, para suas diferentes especificidades (saúde e segurança do trabalho e meio ambiente), apenas os formatos quanto à numeração, terminologia e organização são semelhantes. Nessa proposta, a organização terá dois ou três:

- Representantes da administração;
- Programas de treinamento;
- Conjuntos de documentos;
- Programas de controle de documentos e dados;
- Instruções de trabalho;
- Sistemas de gestão de registros;
- Sistemas de calibração;
- Programas de auditoria interna;
- Controles de procedimentos para não-conformidades;
- Programas de ações corretivas e preventivas;
- Reuniões para análise crítica pela administração.

Sistemas Fundidos: Neste caso há o compartilhamento de algumas partes dos sistemas de gestão relacionadas com procedimentos e processos, porém, continuam sendo sistemas separados em várias outras áreas. O grau de integração, em geral, dependerá da própria organização. Alguns processos podem ser comuns aos sistemas, como:

- Sistema de registros de programas de treinamento;
- Programa de controle de documentos e dados;
- Sistemas de calibração;
- Sistema de gestão de registros.

Dentre outros itens, a organização continuará tendo:

- Representantes da administração;
- Programas de treinamento;
- Conjuntos de documentos;
- Programas de auditoria interna;
- Controles de procedimentos para não-conformidades;
- Programas de ações corretiva e preventiva;
- Reuniões para análise crítica pela administração.

Nesse nível de integração, a organização já se encontra caminhando em direção a uma proposta mais eficiente e menos redundante. Porém, continua gastando

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

muita energia com a manutenção dos dois sistemas, tendo que determinar onde um termina e onde o outro começa. Enquanto, por um lado, temos a proposta de integração parcial dos sistemas fundidos, por outro, temos a proposta de integração total – a proposta do SGI.

Nos Sistemas Totalmente Integrados a proposta do SGI envolve um sistema de gestão homogêneo, adequado tanto aos requisitos da ISO 9001, aos da ISO 14001 e aos da OHSAS 18001. Todos os elementos dos sistemas de gestão são comuns, ou seja, há apenas um:

- Conjunto de documentos;
- Política abrangendo os diferentes requisitos;
- Representante da administração;
- Sistema de gestão de registros e de treinamentos;
- Sistema de controle de documentos e dados;
- Conjunto de instruções de trabalho;
- Sistema de calibração de equipamentos;
- Programa de auditoria interna (incluindo uma única equipe de auditores qualificados);
- Plano de reação às não-conformidades específicas;
- Programa de ações corretiva e preventiva;
- Sistema de gestão de registros;
- Reunião para análise crítica pela administração.

SUGESTÕES PARA A IMPLANTAÇÃO DO SGI

DEFINIÇÃO DO PROCEDIMENTO DE IMPLEMENTAÇÃO DO SGI

Normalmente as empresas que pretendem implementar um SGA – Sistema de Gestão Ambiental conforme a ISO 14001 e um SGSST – Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho conforme a OHSAS 18001 já tem um SGQ – Sistema de Gestão de Qualidade conforme a ISO 9001 presente na empresa. Dessa forma, garante a facilidade da implementação e integração dos demais Sistemas de Gestão.

O procedimento de implementação do SGI é baseado nas normas de SGA – Sistema de Gestão Ambiental – ISO 14001 e de SGSST – Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho – OHSAS 18001

APLICAÇÃO DO PROCEDIMENTO NA EMPRESA

Inicialmente é necessário realizar uma análise crítica na empresa com o objetivo de obter um diagnóstico do estado atual da empresa, pois dessa forma é possível averiguar as áreas de interesse para a investigação de seus aspectos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ambientais e seus impactos, além dos riscos existentes nas atividades.

REQUISITOS GERAIS DO SGI

A empresa precisa definir os limites da implementação do SGI, definindo claramente se fará a gestão em toda empresa ou em parte dela. Sobretudo, para uma empresa de pequeno porte é aconselhável fazer no âmbito de toda a empresa para que sua integração seja mais eficiente.

POLÍTICA DO SGI

Define-se uma política de SGI com os seguintes comprometimentos para a empresa (CHAIB, 2005):

- Desenvolver metodologias que avaliem a qualidade, o desempenho ambiental e o relativo à saúde e segurança dos trabalhadores, promovendo a melhoria contínua;
- Exercer as atividades observando a qualidade, a preservação ambiental e a saúde e segurança dos trabalhadores;
- Atender à legislação ambiental e à relativa à saúde e segurança do trabalho e demais normas aplicáveis;
- Capacitar os funcionários quanto às questões referentes ao SGI;
- Documentar, comunicar e tornar disponível às partes interessadas a política de SGI adotada e manter constante diálogo com elas;
- Revisar periodicamente a Política de SGI adotada.

IMPLEMENTAÇÃO E OPERAÇÃO DO SGI

ESTRUTURA E RESPONSABILIDADES

A administração da empresa é responsável pela Qualidade, Saúde e Segurança do Trabalho e pelo Meio Ambiente. Assim, devem nomear um ou mais representantes da administração que fique responsável em assegurar que o SGI seja implantado e monitorado.

Os funcionários de todos os níveis devem ser responsáveis, dentro do escopo de sua autoridade, pelo desempenho do sistema de gestão. Desta forma, estará sendo criado um grupo de trabalho composto por representantes dos setores administrativo e operacional, com o objetivo de facilitar a abrangência e a aplicabilidade do Sistema, em toda a empresa. Este grupo, dentro de suas competências e após os treinamentos de qualificação, será capaz de identificar as não-conformidades ambientais, de qualidade e de SST, compreendendo o que são e o que fazer (CHAIB, 2005).

TREINAMENTO, CONSCIENTIZAÇÃO E COMPETÊNCIA

Na empresa faz-se necessário promover treinamentos aos trabalhadores de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

modo que se desenvolvam e potencializem as suas competências, além de difundir a cultura de preservação ambiental e saúde e segurança do trabalho. Como formas de treinamentos temos as palestras, seminários, cursos, dentre outros que busquem tais objetivos.

O treinamento deve ser direcionado a todas as pessoas responsáveis por seguir algum procedimento operacional, a todos os que circulam pelas áreas da organização e a todos os que gerenciam os trabalhadores.

COMUNICAÇÃO

Para que uma gestão seja bastante eficiente é indispensável ter um bom sistema de comunicação. Deve-se ressaltar a obrigatoriedade de divulgação de determinadas informações relativas à SST e Meio Ambiente a órgãos fiscalizadores, como o MTE, INSS e a FEAM. Tais informações abrangem as estatísticas de acidentes, disposição de resíduos sólidos, dentre outros (CHIAB, 2005).

DOCUMENTAÇÃO DO SGI

SGI:

Alguns tópicos devem ser notados na elaboração da documentação do

- Descrever os elementos essenciais do SGI – política integrada, objetivos, metas, programas, atribuição de responsabilidades, procedimentos operacionais e a interação entre suas partes específicas;
- Divulgar os resultados alcançados;
- Divulgar as mudanças na legislação e nos mercados;
- Apresentar ou desenvolver novas tecnologias;
- Permitir análises e revisões periódicas.

CONTROLE OPERACIONAL

As operações e atividades do SGI deverão ser planejadas de forma que sejam executadas sob condições específicas:

- Planejamento de manutenção nos equipamentos e máquinas envolvidos no processo, conforme normas e legislações pertinentes, além de orientações do fabricante;
- Definição dos critérios de operação nos procedimentos. Incluem-se o manuseio de equipamentos e máquinas, além de padrões de operação para atividades correspondentes;
- Gestão de fornecedores e terceirizados: A direção deve ter uma política clara sobre os critérios de seleção. Os valores de SST e MA devem se aplicar também aos fornecedores e terceirizados (prestadores de serviços); Os procedimentos e requisitos da organização devem ser constantemente comunicados aos fornecedores e prestadores de serviços.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- A direção deve identificar as pessoas que são responsáveis por: Autorizar as mudanças de processos; Garantir que as mudanças sejam implementadas e monitoradas; Providenciar / obter a aprovação das partes interessadas pertinentes; Documentar as mudanças de processos.

MONITORAMENTO DO SGI E REGISTROS

Com o intuito de acompanhar os objetivos e as metas definidas pela empresa, a própria deverá elaborar um procedimento para monitorar e ajustar periodicamente o desempenho do SGI. Esse monitoramento pode ser feito pelo responsável do SGI. Além do mais, todo e qualquer resultado durante o monitoramento da gestão deve ser registrado para que posteriormente seja avaliado o desempenho do SGI pela diretoria da empresa.

RESULTADOS E CONCLUSÃO

As fases de implementação de um SGI necessárias para atender a proposta de estudo são:

- Comprometimento da Direção: líderes estabelecem propósitos e o rumo da organização, criam e mantém um ambiente interno onde as pessoas se envolvam completamente para atingir os objetivo e metas desejados onde visa a criação de um ambiente propício para a implantação do SGI, os mesmos serão responsáveis pelo planejamento, execução e monitoramento dos processos realizados pela organização;
- Planejamento: etapa que contempla as etapas anteriores de diagnóstico inicial, e elaboração do planejamento estratégico da organização. Torna-se um diferencial da metodologia em relação aos demais, alinhando o SGI com as estratégias da organização;
- Estabelecimento de objetivos e metas: os mesmos foram constituídos e alinhados juntamente com as diretrizes do planejamento estratégico, baseado na política do SGI. O Comitê de gestão estabelecendo os objetivos os quais foram desdobrados em metas de curto e longo prazo;
- Escopo do SGI: esta etapa estuda a área de atuação do SGI, visando quais os processos mapeados conforme o mapeamento dos processos. Estes necessitam de um controle de qualidade, observando a relevância de cada processo mapeado na qualidade dos serviços prestados;
- Implantação e disseminação da documentação: serão implantados estes documentos após uma verificação simultaneamente, verificando a eficácia da redação dos documentos;
- Mapeamento dos processos: as informações iniciais foram mapeadas sobre os processos das atividades realizadas, a fim de identificar e estabelecer as etapas mais críticas de uma atividade definindo assim suas entradas e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

saídas. Com o resultado do mapeamento torna-se mais fácil a etapa posterior, a elaboração de procedimentos e instruções de trabalho que tornam possível o controle das atividades, usando uma abordagem sistêmica da gestão;

- Processos operacionais: nesta etapa são inseridas diretrizes das normas técnicas, especificações e manuais de treinamento para posterior verificação e realização do produto conforme o estipulado nas diretrizes;
- Realização do produto: esta é a parte que contempla as etapas referentes à implantação do SGI, tendo seu diferencial quando comparado às demais metodologias, um breve detalhamento no que se refere à definição dos processos organizacionais, contemplando nesta etapa a identificação dos aspectos e dos impactos ambientais e também dos perigos e riscos de Segurança e Saúde no Trabalho (SST), previstos nas normas de referência;
- Auditorias internas: estas são realizadas para a verificação e adequação do sistema sobre as normas estabelecidas. Há uma auditoria semestral onde analisa se todas as áreas envolvidas no sistema;
- Ações corretivas: as não conformidades encontradas pelas auditorias geram o plano de ação corretiva que busca maneiras de solucionar os problemas encontrados;
- Auditorias externas para certificação: após analisados os sistemas, auditorias internas e a verificação da eficácia das ações propostas é feita a auditoria externa por organismos certificadores certificados;
- Manutenção da certificação: esta é a etapa de maior importância, pois garante a continuidade e um bom funcionamento do SGI.

Sendo assim, identificou-se que a implantação do SGI apresenta grandes vantagens e consideráveis mudanças para toda e qualquer organização que optar pela implantação do mesmo. Portanto, para obtenção de crescimento nos dias atuais com o mercado cada vez mais exigente as empresas ou organizações que visam obter maiores parcelas do mercado estão tendo que melhorar seus sistemas de gestão aplicando assim o SGI para melhorar a sua gestão.

REFERÊNCIAS

CHAIB, E. B. D. **Proposta Para Implementação De Sistema De Gestão Integrada De Meio Ambiente, Saúde E Segurança Do Trabalho Em Empresas De Pequeno E Médio Porte: Um Estudo De Caso Da Indústria Metal-Mecânica**. (2005). Disponível em: <http://www.ppe.ufrj.br/ppe/production/tesis/ebdchaib.pdf>. Acesso em: 20 de setembro de 2015.

FERNANDES, J. L. S *et. al*. **Etapas Necessárias para Implantação de um Sistema de Gestão Integrado.** Semana Internacional das Engenharias da FAOR, 2011, Horizontina, RS.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LABODOVÁ, **Alena, Implementing integrated management systems using a risk analysis based approach**, in: Journal of Cleaner Production, 2003n. 12 (2004), p. 571-580. MENEZES, A. M.; CAMPOS, I. M. S.; ROSA, M. N. B. **Gestão Integrada de Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Trabalho em Empresa de João Pessoa/PB.** Encontro Nacional deCursos de Graduação em Administração, 2012, Bento Gonçalves, RS.
NETO, B. M. R.; TAVARES, J. D. C. T.; HOFFMANN, S.C. **Sistemas de Gestão Integrados – Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Segurança e saúde no trabalho**. São Paulo. Senac, São Paulo, 2008.
SOLER, Luís Alberto de, 2002. **Diagnóstico das dificuldades de implantação de um sistema integrado de gestão da qualidade, meio ambiente e saúde e segurança na micro e pequena empresa.** Tese de Mestrado – Gestão Ambiental – UNIOESTE, Santa Catarina, Brasil.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GESTÃO DA QUALIDADE E DO MEIO AMBIENTE: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE UMA EMPRESA DESENVOLVEDORA DE SOFTWARE PARA GESTÃO PÚBLICA

Alexandre Realino Alves (SENAC - Bauru); alexandre.r.alv@gmail.com* Iowana Manfio Cardarelli (SENAC - Bauru); iowanacardarelli@gmail.com Leandro Peres Marcomini (SENAC – Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Resumo: No cenário econômico moderno, em que o advento da tecnologia impulsionou o potencial produtivo da indústria, fez dos mercados mais competitivos e aumentou o nível de exigência dos consumidores, as empresas necessitam aderir a práticas de produção que garantam a qualidade do produto ou serviço e lhe proporcione vantagem competitiva perante os concorrentes. Além disso, com a recente preocupação para com as questões ambientais, cabe às empresas, enquanto parte de uma sociedade ecologicamente em transformação, grande parcela da responsabilidade em alcançar o desenvolvimento sustentável. Pela garantia da qualidade do processo produtivo e dos produtos desenvolvidos que proporciona, e pelo controle do processo produtivo e seus aspectos cujo impacto ambiental possa ser significativo, justifica-se a implantação e manutenção de um Sistema Integrado de Gestão da Qualidade e do Meio Ambiente em qualquer que seja o contexto empresarial. O presente relato compreende a experiência observada nas etapas de diagnóstico para desenvolvimento da proposta de um Sistema de Gestão como Trabalho de Conclusão de Curso, em uma empresa de pequeno porte desenvolvedora de software localizada na cidade de Americana – SP. Caracteriza a atividade econômica e o produto, e retrata superficialmente a cultura organizacional já existente, que incorporou elementos da gestão de maneira voluntária.

Palavras-chave: Gestão Integrada. Desenvolvimento de Software. Cultura Organizacional.

Abstract: In the modern economic environment, the advent of technology has boosted the productive potential of the industry and made markets more competitive by increasing consumers' requirements. In this scenario, companies need to adhere to practices that ensure the quality of the product or service and provide competitive advantage over competitors. With the recent concern for environmental issues it is up to companies as part of a society which is changing a large part of the responsibility in achieving sustainable development. Because of quality assurance of the production process and developed products, in addition of the control of the aspects whose environmental impact can be significant, it is justified that the implementation and maintenance of an Integrated Quality Management and Environment Systems in any business environment. This work reports the experience observed in the diagnostic steps for development of the proposal of a management system in a small company of software development located in Americana - SP. Characterize its economic activity and the product, and superficially explains the existing organizational culture, which incorporated elements of management voluntarily.

Key-words: Integrated management. Software Development. Organizational Culture.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a economia mundial passou por grandes e velozes transformações que moldaram permanentemente a relação das empresas com a comunidade e a sociedade, e destas duas para com o Meio Ambiente. A globalização e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

o advento da tecnologia impulsionando o potencial produtivo da indústria fizeram com que os mercados fossem se tornando a cada dia mais competitivos, e as necessidades dos consumidores fossem ficando cada vez mais específicas e complexas.

Para dar suporte à gestão em organizações modernas sujeitas a este contexto econômico foram desenvolvidos os padrões normativos para sistemas de Gestão da Qualidade e do Meio Ambiente, e a adoção desses padrões por organizações modernas certamente representa uma vantagem competitiva indispensável à sobrevivência.

O presente trabalho compreende um relato sobre a experiência de uma empresa de pequeno porte desenvolvedora de software localizada na cidade de Americana (SP) e a adesão voluntária a elementos qualidade e do pensamento ambiental, que são altamente desejáveis à possibilidade de implantação de um SGI segundo as normas ISO 9001 e ISO 14001 e que puderam ser observados nas etapas de diagnóstico para desenvolvimento da proposta de um Sistema de Gestão como Trabalho de Conclusão de Curso.

GESTÃO DA QUALIDADE

O conceito de qualidade vinculado a objetos materiais é algo presente no mundo desde muito antes da formalização das atividades econômicas de hoje. Já na antiguidade há claros indícios da ideia de qualidade presente no fazer das coisas. O código de Hamurabi, considerado pela ciência como um dos mais antigos registros informacionais de que se têm conhecimento, já mencionava características desejáveis e indesejáveis de produtos ao determinar que os arquitetos devessem construir casas adequadas ao uso que era pretendido, ou seriam obrigados a reconstruí-las ou adequá-las arcando com o custo desta ação de retrabalho. (PINKSY, 1998).

Caso as construções desabassem provocando vítimas fatais, o empreiteiro era obrigado a reparar os danos e poderia ser condenado à morte caso o acidente tirasse a vida do chefe de família. Se as vítimas fossem filhos do chefe de família, a condenação se aplicava ao filho do construtor responsável pela obra. Isso aponta para uma preocupação antiga evidenciada no código de Hamurabi, relativa às características de durabilidade e solidez de bens materiais. Esta preocupação tinha como objetivo maior a proteção do consumidor como parte interessada. (PINKSY, 1998).

Com o passar dos anos, ao estender o conceito aos diversos aspectos da vida humana foram surgindo também diversas iniciativas de padronização do que seriam as características desejáveis aos produtos considerados como *de boa qualidade* (grifo nosso).

Num primeiro momento, a ideia de Controle de Qualidade se limitou à inspeção de produtos acabados cujo único objetivo era evitar que os defeituosos fossem entregues aos clientes. É praticamente unânime a opinião dos autores quanto à

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

impossibilidade de aumentar a qualidade por simplesmente identificar falhas sem eliminar a sua origem. Com o advento das teorias de Frederick Taylor e da divisão do trabalho, sistemas de inspeção passaram a ser necessários para que fosse possível verificar todo o volume então produzido. Neste primeiro momento o foco ainda é o produto e não o processo produtivo. (VASCONCELLOS e LUCAS, 2012).

Conforme aumentava a produtividade, crescia a dificuldade de inspecionar todos os produtos. Com a produção em massa resultante da linha de produção, a inspeção foi cada vez mais se mostrando inviável. Foram então desenvolvidos procedimentos orientados pela estatística para realizar inspeções por amostragem, e atribui-se a principal responsabilidade desse fato à A. Shewhart. No período pós II Guerra Mundial, a qualidade foi gradativamente se aproximando do controle de processos e substituindo a inspeção de produtos, englobando agora um ciclo de produção e não apenas o produto acabado. (VASCONCELLOS e LUCAS, 2012).

A moderna Gestão da Qualidade teve seu início no Japão, onde surgiu o conceito de Qualidade Total como proposta de criação de sistemas que não responsabilizassem um departamento específico pela qualidade, e sim estimulassem a cooperação total da empresa. Passou-se a enxergar o alto custo da falta de qualidade como um problema que precisava ser enfrentado em todos os processos, não sendo suficiente inspecionar e barrar produtos defeituosos. Eliminar os defeitos antes que aconteçam fez com que se redirecionasse a estratégia para a prevenção. (RIBEIRO NETO; TAVARES; HOFFMAN, 2013).

> Por uma questão de maturidade, foi natural que o Japão continuasse à frente no quesito qualidade, aplicando as novas teorias antes que os demais países. Entretanto, o renascimento industrial no Japão foi tão sólido e rápido que a sociedade mundial se interessou em conhecer as ferramentas da Gestão da Qualidade Total, difundindo- as nas décadas de 1980 e 1990. (VASCONCELLOS; LUCAS, 2012, p.13).

A gestão da Qualidade é baseada em princípios, dentre estes estão: o controle do processo, vez que "a qualidade não deriva da inspeção, e sim da melhoria do processo produtivo" (DEMING, 1990, p. 22); a Melhoria Contínua, que propõe uma modificação nas atribuições da administração, que passam a ser planejar, executar, verificar e melhorar (DEMING, 1990 *apud* MARCELO; OLIVEIRA; PAULISTA, 2013), a parceria estratégica com o fornecedor por um relacionamento de confiança e fidelidade que minimize o custo total, e traga satisfação a diversos níveis da cadeia de valor. (DEMING, 1990 *apud* MARCELO; OLIVEIRA; PAULISTA, 2013); e o foco da abordagem estar na satisfação do cliente. (CARPINETTI, 2010).

Os benefícios advindos da Gestão da Qualidade são vários, e podem ser citados como principais: a definição de procedimentos documentados; o constante monitoramento e controle; a garantia de que ações serão tomadas para corrigir falhas que afetem a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

qualidade do produto; e a diminuição de defeitos e sua identificação com maior antecedência, que resulta em menor custo produtivo. (PRIEDE, 2012 *apud* KLOKNER *et al*., 2014).

GESTÃO AMBIENTAL

Segundo Philippi Junior, Roméro e Bruna (2004) o homem é o grande agente transformador do ambiente natural e o ambiente urbano é resultado de aglomerações em ambientes naturais transformados, que para sobreviverem e se desenvolverem necessitam dos recursos de outros ambientes naturais. Nesse sentido, a forma como se administra a utilização desses recursos pode acentuar ou minimizar os impactos do homem no ambiente natural. Esse pode ser entendido como o início do pensamento da Gestão Ambiental.

A preocupação ambiental foi primeiramente abordada pelo Clube de Roma, em 1972, gerando a publicação "Limites do Crescimento", que contemplou em termos trágicos o futuro mundial, caso a sociedade mantivesse os padrões de produção e consumo vigentes à época. De lá até hoje várias conferências, protocolos, acordos, convenções, relatórios, documentos, fundos e órgãos ligados à questão ambiental aconteceram, sendo os mais importantes: Primeira Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente em Estocolmo, Suécia, em 1972; Relatório "Nosso Futuro Comum" (CMMAD, 1988); a RIO-92, em 1992; Protocolo de Quioto em 1997; em 2002 a Rio+10 em Johanesburgo e Rio+20 em 2012, no Rio de Janeiro.

> Estamos diante de um momento crítico na história da Terra, numa época em que a humanidade deve escolher seu futuro. À medida que o mundo torna-se cada vez mais interdependente e frágil, o futuro enfrenta, ao mesmo tempo, grandes perigos e grandes promessas. Para seguir adiante, devemos reconhecer que, no meio de uma magnífica diversidade de culturas e formas de vida, somos uma família humana e uma comunidade terrestre com um destino comum. Devemos somar forças para gerar uma sociedade sustentável global baseada no respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça econômica e numa cultura da paz. Para chegar a este propósito, é imperativo que nós, os povos da Terra, declaremos nossa responsabilidade uns para com os outros, com a grande comunidade da vida, e com as futuras gerações (Carta da Terra, 2002, s/n).

Neste cenário, cabe às empresas enquanto parte de uma sociedade ecologicamente em transformação, grande parcela da responsabilidade em alcançar o desenvolvimento sustentável. Estas questões influenciam diretamente o surgimento das normas ambientais internacionais, em que se destaca a série ISO 14000. Partindo do pressuposto de que a sustentabilidade representa um estado de amadurecimento atingível no longo prazo, a importância das certificações ambientais como a ISO 14001 fica evidente, uma vez que a absorção destes conceitos pela economia é fundamental para a sua fixação na sociedade.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Entretanto, a implantação de um sistema de Gestão Ambiental empresarial depende do grau de conscientização da alta administração e da natureza do negócio; e acontece em estágios evolutivos, que traduzem a maturidade da organização em relação ao tratamento das questões ambientais.

A evolução do pensamento sobre Gestão Ambiental nas empresas até 1998 e com projeções para os dias atuais segundo Johnson (1998) *apud* DEMAJOROVIC, 2003, p.54, pode ser observada na Quadro.

Quadro 1 - evolução do pensamento sobre Gestão Ambiental nas empresas

Período	Abordagem	Valor	Concepção	Atitude
Até 1970	Sem controle de poluição	Lucro	Indiferença aos problemas ambientais	Poluir e degradar (externar custos)
Até 1985	Controle da poluição	Lucro e respeito à regulação	O controle da poluição diminui os lucros	Poluir no limite que a regulação permite
Atual	Prevenção da poluição	Lucro, respeito à regulação e eficiência	Aumento dos lucros	Reduzir resíduos no processo produtivo e desenvolver maior política de segurança
?	Análise do ciclo de vida	Lucro, eficiência e qualidade ambiental	Aumento dos lucros e vantagens competitivas no longo prazo	Gerenciar o produto desde a produção até sua disposição final
?	Desenvolvimento sustentável	Lucro e prevenção a qualidade ambiental a longo prazo	Aumento dos lucros e vantagens competitivas no longo prazo	Produzir produtos que não agridam o meio ambiente

Fonte: Johnson (1998) apud DEMAJOROVIC (2003)

Um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) tem princípios e fundamentos a serem observados: a inclusão das questões ambientais nas prioridades da corporação; o envolvimento da alta administração; a identificação dos requisitos legais e outros aplicáveis a atividades, produtos e serviços da empresa; o diálogo com as partes interessadas; o comprometimento com a prática da proteção ambiental; o foco na prevenção ao invés da correção; o estabelecimento de critérios e planejamento de todas as atividades, produtos e processos; a avaliação e monitoramento do desempenho ambiental; a disponibilização de recursos necessários; a harmonização do SGA com outros sistemas de gestão implantados; o envolvimento de pessoas; e a Melhoria Contínua. (RIBEIRO NETO; TAVARES; HOFFMAN, 2013).

Os benefícios advindos da implantação de um SGA numa organização envolvem a empresa, a comunidade, o Meio Ambiente, os colaboradores e os clientes trazendo, de forma ampla, melhorias a todos.

Os sistemas de Gestão da Qualidade e do Meio Ambiente têm elementos comuns entre eles: a obrigatoriedade em se desenvolver uma política para reger o sistema, e que deve ser promovida pela alta direção; a necessidade de se planejar as ações, definindo objetivos e metas; o monitoramento e medição dos aspectos significativos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para o foco de cada um dos sistemas; a prática de realização de ações corretivas com o objetivo de evitar a reincidência de falhas, e preventivas com o objetivo de prevenir falhas antes que elas aconteçam; e a recorrência de análises críticas para melhoria do sistema. Há, portanto, forte similaridade entre os processos de um SGA e SGQ que justificam a sua integração em um único sistema de gestão.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

O presente relato traz informações levantadas no diagnóstico de uma empresa desenvolvedora de software que tem como clientes entidades do Poder Público municipal. O levantamento destas informações ocorreu através de entrevista com o responsável pela gerência dos processos de relacionamento com o cliente, e de uma visita às instalações da empresa onde foi possível observar a rotina de trabalho e o funcionamento do processo produtivo.

A atividade econômica é caracterizada pelo fornecimento de soluções de tecnologia para automação de processos administrativos relacionados à gestão pública, focando as áreas de ensino e educação, e de recursos humanos. O produto ofertado pela empresa é o software para gerenciamento informatizado destes processos e é entregue ao cliente de forma customizada: nas etapas de planejamento para implantação do sistema, coletam-se requisitos do cliente que são desdobrados em necessidades específicas a serem atendidas pelo sistema, que é então adaptado. Há uma frente de trabalho específica para realizar a coleta e análise desses requisitos.

No modelo de comercialização estabelecido, o software é hospedado em um servidor alugado pela empresa, e o acesso é disponibilizado através de um contrato de prestação de serviço conquistado mediante concorrência pública, na modalidade de licitação. A forma como ocorre o relacionamento com o cliente é, geralmente, estabelecida no edital de licitação. Os acordos de níveis de serviço são fixados em contrato, e o suporte obedecer às regras de prazo de atendimento e condições de resposta pré-definidas.

No entanto, não é incomum a empresa realizar melhorias no software que não foram motivadas por obrigações contratuais, uma vez que o processo de desenvolvimento está em constante movimento e são identificadas entradas para novas atualizações através de requisitos informados pelo cliente após implantação, que só puderam ser percebidos com o amadurecimento resultante da automatização do processo, ou seja, com o uso do próprio sistema.

Além disso, o estabelecimento recente de um processo de testes segundo metodologias específicas visa prever os possíveis casos de uso do sistema e identificar falhas ainda no desenvolvimento, antes de ser entregue ao cliente, o que proporciona maior controle sobre o processo.

Em contrapartida, ainda não existe uma estrutura de documentação definida e a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ausência de alguns procedimentos documentados representa ameaças à continuidade do processo de desenvolvimento do software. Este aspecto se apresenta como negativo, mas algumas ações já estão em andamento para responder ao risco, sendo possível citar novamente o exemplo das rotinas de teste cuja metodologia está em processo de aprimoramento e padronização, e resultará em um documento de orientação dos testes.

A empresa iniciou também recentemente uma grande reforma na planta da sede, como ação de expansão do negócio que só foi possível através da organização dos processos de trabalho capaz de garantir a participação no mercado. Na modificação do prédio, foram previstos sistemas de climatização simples, compostos por entradas e saídas de ar que potencializam a troca natural de calor através da circulação, visando reduzir impacto pelo uso de energia elétrica nos aparelhos de ar condicionado. Além disso, para aproveitar a condensação da água que ocorre nesses aparelhos, está sendo construído um jardim vertical que deverá cobrir uma área que corresponde a aproximadamente 25% das paredes do prédio, com objetivo de aumentar a qualidade do ambiente de trabalho pela criação de um micro clima internamente, irrigando as plantas com esta água que normalmente seria dispensada.

Por fim, cita-se como exemplo de boa prática a minimização das impressões pela exibição de apresentações em formato eletrônico usando projetores multimídia e dispositivos portáteis, e a troca de informação que acontece quase exclusivamente através de ferramentas eletrônicas. A redução do uso de papel também é uma preocupação constante no cotidiano da empresa, e estuda-se a possibilidade de fixar uma meta de redução.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Mesmo se tratando de uma empresa relativamente jovem e de gestão familiar, foi possível identificar um grande empenho por parte da diretoria em aprimorar o processo comercial e produtivo.

A empresa demonstra grande comprometimento para com o levantamento dos requisitos do cliente, ao dedicar uma frente de trabalho específica para analisar a sua necessidade e traduzi-la em requisitos para o desenvolvimento da customização que será entregue a cada cliente, e neste aspecto há certa proximidade para com as atividades de determinação de requisitos relacionados ao produto, presente na Gestão da Qualidade.

A prática de realizar melhorias no software embasadas em requisitos informados pelo cliente após iniciarem o uso é claramente uma evidência de Melhoria Contínua.

O fato de ter se estabelecido um processo de testes para prevenir falhas no desenvolvimento, proporcionando maior controle sobre o processo, remete também à qualidade no que diz respeito à redução de falhas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O uso de sistemas de climatização simples, com circulação do ar para evitar o ar condicionado e poupar energia elétrica, evidencia grande proximidade com a ideia de Redução de Impactos Significativos. Além disso, a preocupação com o uso de papel a ponto de se estabelecer uma meta de redução se relaciona com o estabelecimento de Objetivos e Metas para redução de impacto.

Conclui-se, portanto, que há determinado alinhamento para com os conceitos da Gestão da Qualidade e do Meio Ambiente, ainda que inconsciente: a cultura organizacional até o momento incorporou elementos voluntariamente, que se fortaleceram através da cooperação interna das áreas de Desenvolvimento e Atendimento ao Cliente. Por se tratar de uma empresa com raízes não corporativas, entende-se que o cenário poderia ser incrivelmente mais problemático, em que nenhum preceito de gestão pudesse ser observado.

Neste contexto, acredita-se que os esforços para o desenvolvimento e implantação e certificação de um Sistema de Gestão Integrado da Qualidade e do Meio Ambiente segundo as normas ABNT NBR ISO 9001:2008 e ABNT NBR ISO 14001:2004 deverão ser relativamente menores em função do comprometimento da direção e da maturidade das relações que a gestão tem para com os processos de produção e possibilidades de melhoria.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Gisele Silva. O DESAFIO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. **Revista Visões,** Rio de Janeiro - RJ, v. 1, n. 4, jan./jun. 2008. Semestral. Disponível em: <http://www.fsma.edu.br/visoes/ed04/4ed_O_Desafio_Do_Desenvolvimento_Sustentavel_Gisel e.pdf>. Acesso em: 15 set. 2015.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da qualidade:** conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2010.

Carta da Terra – Organização das Nações Unidas, 2002.

CMMAD - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso Futuro Comum. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

DEMAJOROVIC, Jacques. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental:** Perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Senac São Paulo, 2003. 277 p.

DEMING, W. Edwards. **Qualidade:** a revolução na administração. Rio de Janeiro, Marques-Saraiva, 1990. 357 p.

JABBOUR, Charbel José Chiappetta; SANTOS, Fernando César Almada. EVOLUÇÃO DA GESTÃO AMBIENTAL NA EMPRESA: UMA TAXONOMIA INTEGRADA À GESTÃO DA PRODUÇÃO E DE RECURSOS HUMANOS. **Gestão & Negócios,** São Carlos - SP, v. 13, n. 3, p.435-448, set./dez. 2006. Quadrimestralmente. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gp/v13n3/06.pdf>. Acesso em: 15 set. 2015.

KLOKNER, Pedro Ervim Dornelles et al. Implantação de um Sistema de Gestão da Qualidade segundo a ISO 9001:2008 em uma empresa recém criada. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - SIMPEP, 11., 2014, Bauru. **Anais.**.. . Bauru: Pgpep, 2013. v. 1, p. 1 - 13. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais.php>. Acesso em: 19 set. 2015. MARCELO, Gabriela Gonzaga; OLIVEIRA, Otavio Braga de; PAULISTA, Paulo Henrique. Gestão da Qualidade Total: 14 princípios de Deming. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - SIMPEP, 10., 2013, Bauru. **Anais.**.. . Bauru: Ppgep, 2013. v. 1, p. 1 - 10. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais.php>. Acesso em: 19 ago. 2015.

MEADOWS, D. L., MEADOWS, D. H., RANDERS, J.; BEHRENS, W. W. **Limites do crescimento:** um relatório para o Projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

OLIVEIRA, Otávio José. **Curso Básico de Gestão da Qualidade.** São Paulo: Cengage Learning, 2014. 182 p.

PINKSY, Jaime. **100 textos de história antiga.** 6. ed. São Paulo: Contexto, 1998. 151 p.

PHILIPPI JUNIOR, Arlindo; ROMÉRO, Marcelo de Andrade; BRUNA, Gilda Collet. **Curso de Gestão Ambiental:** Coleção Ambiental. Barueri - Sp: Manole, 2004. 1045 p.

RIBEIRO NETO, João Batista; TAVARES, José da Cunha; HOFFMANN, Silvana Carvalho. **Sistemas de Gestão Integrados:** Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Segurança e saúde no trabalho. 4.ed. São Paulo (SP): Senac, 2013. p. 391.

VASCONCELLOS, André Luiz Carneiro de; LUCAS, Solange Fortuna. Gestão pela qualidade: dos primórdios aos modelos de excelência em gestão. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 8., 2012, Rio de Janeiro. **Anais.** Rio de Janeiro: Firjan, 2012. p. 3- 21.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROPOSTA DE SISTEMA INTEGRADO DE MEIO AMBIENTE E SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO EM UMA INDÚSTRIA QUÍMICA DE PEQUENO PORTE PRODUTORA DE GLICERINA

Flavia Fernandes Sobrinho (Senac - Bauru); flavia.sobrinho@gmail.com* Thaline de LimaDalmati (Senac - Bauru); thalinedalmati@gmail.com Tulio Moya Mansanaro (Senac - Bauru); tulio_moya@hotmail.com
Leandro Peres Marcomini (Senac - Bauru); leandro.marcomini@yahoo.com.br

Resumo: Esse trabalho tem como proposta fazer o diagnóstico de uma indústria química de pequeno porte, avaliando seus controles em gestão de meio ambiente, e gestão de saúde e segurança no trabalho. A empresa escolhida foi a Biobrotas Oleoquímica, uma indústria química situada em Brotas-SP que tem como atividade principal a bidestilação de glicerina e conta com um quadro de funcionários com 21 colaboradores, o que a classifica como uma indústria de pequeno porte. Os levantamentos dos riscos ocupacionais foram feitos baseando-se no mapa de risco da empresa para avaliação do sistema de gestão de saúde e segurança no trabalho. Já o diagnóstico ambiental para o sistema de gestão do meio ambiente foi feito com base no levantamento de aspectos e impactos ambientais resultantes da atividade da empresa. Como referência nos levantamentos, foram utilizadas as normas para os sistemas de gestão ISO 14.001:2004 (Sistema de Gestão Ambiental) e OHSAS 18.001:2007 (Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional). Após o diagnóstico, foram propostas melhorias para os dois sistemas de gestão visando à junção de ambos como um único sistema de gestão integrado, visto que as normas possuem um grande número de similaridades que facilitam a integração destes sistemas e que isto ocorre por que cada nova revisão e edição visa esta finalidade, no sentido de facilitar a sua implementação. A ideia de integrar os sistemas de gestão vem do fato de que um único gerenciamento integrado pode acelerar a melhoria de desempenho nas áreas de segurança ocupacional e meio ambiente, além de minimizar o volume, a administração e a manutenção do sistema de gerenciamento documentado, prover um uso mais amigável dos elementos em suas aplicações e promover a coordenação e balanceamento dos dois propósitos (AYOADE *et. al.* 1996 apud BERTOLINO, 2012).

Palavras-chave: Sistema de Gestão Integrado. Segurança e Saúde no Trabalho. Meio Ambiente.

Abstract: This paper has as goal to make the diagnosis of a small chemical industry, evaluating its control on environmental management, and management of health and safety at work. The company chosen was Biobrotas Oleoquimica, a chemical industry located in Brotas-SP that has as main activity the distillation of glycerin and counts on 21 employees, being classified as a small industry. The surveys on occupacional risk were made based on the map of risks of the company to evaluate the system of management of health and safety at work. As for the environmental diagnosis to the system of environmental management, it was made based on the surveys on environmental aspects and impacts resulted of the company's activities. As reference in the surveys, it was used the norms of management systems ISO 14.001:2004 (Environmental Management System) and OHSAS 18.001:2007 (Occupational Health and Safety Management Systems). After the diagnosis, it was proposed improvements for both management systems aiming the junction of the two systems as one only integrated management system, considering the fact that the norms have a great number of similarities between themselves that makes the integration of these systems easier and that happens because each new version and new issues searches for that, aiming to facilitate its implementation. The idea to integrate the management systems, comes from the fact that one only integrated management can accelerate the improvement in

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

development in the areas of safety and environment, besides minimizing the volume, administration and maintenance of the documented management system, provides a more friendly use of the elements in its applications and promote a coordination and balance on both proposals (AYOADE *et. al.*, 1996 apud BERTOLINO, 2012).

Keywords: Integrated Management System. Health and safety at work. Environment.

INTRODUÇÃO

A globalização tem sido um dos impulsionadores do processo de transformação social, política e econômica no mundo atual. Visando o fortalecimento de sua economia diante de tais transformações, a comunidade empresarial tem voltado sua atenção para questões além de sua capacidade de produção e consequente concorrência no mercado.

Segundo FONSECA (2004), a partir do início da década de 80, começou a ficar evidente que as crescentes exigências do mercado - aspectos custo e qualidade – aliados à crescente conscientização da sociedade quanto à utilização sustentável dos recursos naturais, geraram um novo conceito de qualidade orientada, também, para a qualidade de vida. Assim, nota-se a existência de um mercado em crescente processo de conscientização ecológica, no qual mecanismos como selos verdes e Normas, como a Série ISO 14000, passam a constituir atributos desejáveis, não somente para a aceitação e compra de produtos e serviços, como para a construção de uma imagem ambientalmente positiva junto à sociedade (NICOLELLA *et al*., 2004).

Além disso, as questões concernentes à saúde e segurança do trabalho também têm sido objeto de discussão, assegurando a não admissibilidade da existência de ambientes laborais e processos produtivos que condenem os trabalhadores a sofrerem danos à sua saúde, muitas vezes irreversíveis, ou acidentes que possam gerar lesões que os incapacitem a permanecer no exercício de suas atividades. Neste ambiente, o mercado passou a exigir que os produtos e serviços trouxessem consigo o comprometimento das empresas responsáveis pelos mesmos em atender aos padrões das normas internacionais de qualidade, sustentabilidade ambiental e proteção à integridade física e saúde de seus trabalhadores.

Assim, o gerenciamento das questões ambientais e de saúde e segurança do trabalho, com foco na prevenção de acidentes e no tratamento dos problemas potenciais, passaram a ser o gerenciamento da própria viabilidade e sobrevivência do empreendimento. Sob esta crescente forma de pressão, as indústrias do mundo inteiro estão buscando respostas para melhorar seu desempenho ambiental e tornarem-se organizações mais confiáveis tanto para investimentos quanto para os consumidores de seus produtos.

Deste modo, o tema deste trabalho foi determinado visando promover a consciência ambiental e social da empresa escolhida, por meio de um diagnóstico ambiental e de saúde e segurança e a proposição de controles operacionais. Essa postura, ao longo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

do tempo, auxiliará a empresa a alcançar outros objetivos econômicos, além de diminuir outros tipos de pressões, como a crescente preocupação das partes interessadas, em relação às questões ambientais, sociais e ao desenvolvimento sustentável.

O objetivo geral deste trabalho é a elaboração de um diagnóstico ambiental e de saúde e segurança da indústria Biobrotas Oleoquímica, produtora de glicerina localizada no interior do Estado de São Paulo, no município de Brotas, visando à adoção de um sistema integrado de gestão ambiental e saúde e segurança no trabalho. A integração pretende proporcionar melhores condições para a saúde e segurança dos trabalhadores, reduzir os esforços dos trabalhadores, otimizar os recursos, reduzir os riscos e aumentar a produtividade, bem como criar consciência nos responsáveis pela gestão da empresa e melhorar o atendimento à demanda dos *stakeholders* internos e externos.

Os objetivos específicos do estudo são a avaliação dos requisitos legais do empreendimento, o diagnóstico dos locais de trabalho quanto aos aspectos e impactos ambientais, e riscos relacionados à saúde e segurança no trabalho, a elaboração da Política Integrada de Meio Ambiente e Saúde e Segurança do empreendimento e a proposição de medidas de melhoria nas áreas ambiental e de saúde e segurança, visando à implantação de um sistema integrado.

SISTEMAS DE GESTÃO

De acordo com Valle (1995) a qualidade ambiental é parte inseparável da qualidade total ansiada pelas empresas que pretendem se manter competitivas e assegurar sua posição em um mercado cada vez mais globalizado e exigente. Dessa forma, a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é uma das melhores formas para conseguir obter melhorias de desempenho ambiental em uma organização (MOURA, 2002), pois uma empresa que implantou um sistema de gestão ambiental adquire uma visão estratégica em relação ao meio ambiente: deixa de agir em função apenas dos riscos e passa a perceber também as oportunidades (MOREIRA, 2006).

A implantação de SGA se inicia com a definição de uma política ambiental que estabelece os princípios de ação para uma organização em relação ao seu desempenho ambiental.

Para a obtenção do desempenho ambiental foi realizado um levantamento de aspectos e impactos ambientais da atividade da empresa, e segundo o texto da NBR ISO 14.001:2004, para a implantação de um SGA a organização deve estabelecer, implementar e manter procedimentos para identificar os aspectos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços, dentro do escopo definido de seu sistema da gestão ambiental e determinar os aspectos que tenham ou possam ter impactos significativos sobre o meio ambiente. Dessa forma, foi utilizada a metodologia de MOREIRA (2006) para a obtenção dos impactos mais significativos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O Sistema de Gestão Segurança e Saúde no Trabalho (SGSST) permite o controle dos riscos e perigos relacionados à saúde e segurança no trabalho (SST), além de conduzir ao processo de implantação de melhorias contínuas. Tem como principal objetivo prevenir os acidentes ao invés de corrigir, trabalhar com planejamento de atividades, produtos e processos, estabelecer critérios de avaliações, coordenar e integrar os sistemas envolvidos na operação, avaliar, monitorar e buscar a melhoria contínua dos processos.

A OHSAS 18001:2007 é uma norma do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional que visa proteger e assegurar que os colaboradores tenham um ambiente de trabalho seguro e saudável. Os benefícios da implantação da OHSAS 18.001:2007 são enormes, entre eles podemos citar a redução de acidentes de trabalho, melhoria da imagem da organização sem acidentes, controle de perigos e riscos de acidentes de trabalho, melhoria na produtividade, otimização dos recursos, credibilidade da empresa por sua atuação responsável, conscientização dos riscos, melhores condições de trabalho e maior segurança e produtividade dos colaboradores.

A norma OHSAS 18.001 informa que a organização deve estabelecer, implementar e manter os procedimentos para a identificação continuada de perigos, a avaliação de riscos e a determinação dos controles necessários.

METODOLOGIA

Para a análise o desempenho ambiental e de saúde e segurança da empresa, primeiramente houve a identificação dos processos, produtos e serviços, por meio do acompanhamento do processo produtivo e rotina da empresa, a fim de realizar a identificação dos aspectos ambientais e riscos associados. Em seguida, foram levantados os requisitos legais pertinentes ao empreendimento e relacionados à conservação do meio ambiente e de saúde e segurança no trabalho.

Quadro 1 - Avaliação da relevância do impacto

Abrangência (do impacto)			**Gravidade (do impacto)**		
Nota	Grau		Nota	Grau	
1	Pontual	Atinge somente o local de trabalho	1	Baixa	Danos pouco significativos, reversíveis com ações simples.
3	Local	Dentro dos limites da empresa, além do local de trabalho.	3	Média	Danos consideráveis, reversíveis a médio prazo.
5	Regional/Global	Atinge áreas fora dos limites da empresa.	5	Alta	Danos severos, efeitos irreversíveis a médio prazo.
Frequência (do aspecto) ou Probabilidade (do risco)					
Nota	Grau	*Situação Normal/Especial*	*Situação de Risco*		
1	Baixo	Ocorre uma vez por mês, ou menos	Pouco provável de ocorrer, remota		
3	Médio	Ocorre duas ou mais vezes por mês	Provável que ocorra		
5	Alto	Ocorre uma ou mais vezes por dia ou continuamente	Muito provável ou já ocorreu nos últimos 12 meses		
Resultado da relevância de um impacto = soma das notas obtidas na avaliação					

Fonte: MOREIRA (2006)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Para a determinação de significância do impacto ambiental, determinou-se:

a) Natureza do Impacto: Um impacto ambiental pode ser significante ou insignificante. Insignificante é o impacto que não representa prejuízos graves ao meio ambiente. Significante é o impacto que significa potenciais ou efetivos danos ao meio ambiente.

b) Relevância: A relevância do impacto significativo foi avaliada por meio de uma conjugação de fatores: Abrangência (grau de extensão do dano), Gravidade (capacidade do meio ambiente de suportá-lo ou reverter seus efeitos) e Frequência ou Probabilidade de ocorrência em se tratando de situação de risco, conforme o Quadro 1 representado:

A mesma metodologia ainda avaliou a relevância do consumo de recursos naturais, classificando os processos de acordo com seu nível de consumo (baixo, médio e alto), conforme Quadro 2.

Quadro 2 - Avaliação da relevância do consumo de recursos naturais

Abrangência			**Gravidade**		
Nota	Grau		Nota	Grau	
1	Baixo	A oferta do recurso é abundante, sem qualquer ameaça de escassez.	1	Baixo	Pouca possibilidade de redução do consumo no processo analisado.
3	Médio	Há alguma possibilidade de falta do recurso a longo prazo.	3	Médio	Alguma possibilidade de redução do consumo.
5	Alto	Pode haver escassez do recurso a curto ou médio prazo.	5	Alto	Muitas possibilidades de redução do consumo.
Freqüência					
Nota	Grau	*Situação Normal/Especial*			
1	Baixo	O processo se enquadra no grupo 1 (baixo consumo)			
3	Médio	O processo se enquadra no grupo 2 (médio consumo)			
5	Alto	O processo se enquadra no grupo 3 (consumo elevado)			
Resultado da relevância do consumo = soma das notas obtidas na avaliação					

Fonte: MOREIRA (2006)

O grau de relevância foi obtido a partir da soma dos pontos e classificou-se por: desprezível (soma dos pontos igual a 3), moderado (soma entre 5 e 7 pontos) e crítico: (soma entre 9 e 15 pontos).

Para o diagnóstico de saúde e segurança do trabalho, foi elaborado o mapa de risco dos setores da empresa, principalmente os envolvidos no processo, visando representar os potenciais riscos à saúde do trabalhador no seu ambiente de trabalho.

Segundo o item 4.3.1 da norma OHSAS 18001:2007 referente à identificação de perigos, avaliação de riscos e determinação de controles, exige-se que a organização redija procedimentos para identificação de perigos e avaliação de riscos e aplique-os, de forma a conhecer em detalhes os riscos existentes na organização.

A escolha do método de controle de perigos deve ser hierarquizada, seguindo:

1) Eliminação;

2) Substituição;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

3) Controles de Engenharia;

4) Sinalização/alertas e/ou controles administrativos;

5) Equipamentos de proteção individual (EPIs).

É necessário para a elaboração do mapa de risco conhecer e analisar o processo de trabalho da empresa através do número de trabalhadores por ambiente de trabalho e no total da empresa; todos os equipamentos, procedimentos e materiais utilizados no exercício da função; as atividades desempenhadas pelos trabalhadores; as características de cada ambiente de trabalho.

Assim, os procedimentos para a elaboração do mapa de riscos são:

a) Conhecer os setores/seções da empresa;

b) Fazer o fluxograma de todos os setores da empresa e das etapas de produção;

c) Listar todos os materiais e equipamentos (tipo de alimentação das maquinas, etc.) envolvidos no processo produtivo;

d) Listar todos os riscos existentes, setor por setor;

e) Identificar os riscos existentes em cada ambiente de trabalho, além da declaração dos trabalhadores expostos aos mesmos riscos;

f) Unir todas as informações levantadas de acordo com cada setor da empresa, representante da CIPA e colaboradores;

g) Utilizando o layout da empresa para representação, classificar todos os setores de acordo com o seu grau de risco, obtido pela tabela 1 abaixo, tabela de Simbologia das cores.

Quadro 3 – Simbologia das cores para classificação de grau de risco

Simbologia das cores					
No mapa de risco, os riscos são representados e indicados por círculos coloridos de três tamanhos diferentes, a saber:			Risco químico leve		Risco mecânico leve
			Risco químico médio		Risco mecânico médio
			Risco químico elevado		Risco mecânico elevado
	Risco biológico leve		Risco ergonômico leve		Risco físico leve
	Risco biológico médio		Risco ergonômico médio		Risco físico médio
	Risco biológico elevado		Risco ergonômico elevado		Risco físico elevado

Posteriormente, considerando-se a Política Integrada de Meio Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho, bem como os requisitos legais pertinentes a ambos os sistemas, foram propostas adequações ao empreendimento visando cumprir os requisitos das normas ISO 14.000 e OHSAS 18.000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RESULTADOS

DIAGNÓSTICO AMBIENTAL

Considerando os resultados obtidos na etapa de levantamento e avaliação da significância dos aspectos e impactos promovidos pela indústria, pode-se concluir que os impactos benéficos e classificados como desprezíveis não necessitam de ações, sendo passíveis de serem mantidos no processo, uma vez que não causam nenhum tipo de prejuízo ao meio ambiente. Outros, também classificados como desprezíveis, mas de natureza adversa, necessitam de ações simples para sua correção.

Os impactos moderados e os críticos devido a sua natureza adversa e seu alto grau de significância são alvos dos planos de ações com medidas que visem seu enquadramento nos requisitos legais. No entanto, há que se ressaltar que dois impactos significativos, a geração de resíduos no processo industrial e emissões atmosféricas pelo funcionamento da caldeira, já contam com medida de adequação ambiental e atendem aos requisitos pertinentes.

Assim, com relação à melhoria contínua do desempenho ambiental, sugeriu-se à empresa a implantação de:

- Sistema de tratamento de água residual: os gases emitidos pela caldeira já contam com equipamento de controle conhecido como lavador de gases. No entanto, é necessária a instalação de sistema de tratamento da água proveniente da lavagem dos gases e a destinação ambientalmente adequada dos resíduos decantados no sistema de tratamento.
- Plano de redução de consumo de água: o tratamento da água de lavagem dos gases ainda permite a sua reutilização em usos menos nobres na área industrial, como lavagem do pátio.
- Plano de monitoramento de compra de insumos: visa à implantação de um acompanhamento adequado da compra de insumos, principalmente os de origem florestal, cuja comercialização é controlada por órgão ambiental competente.
- Plano de gerenciamento de resíduos sólidos (PGRS): a gestão dos resíduos sólidos deve ser pautada do adequado acondicionamento, transporte e destinação final dos resíduos. Os resíduos oriundos do processo industrial (sal e carvão ativado) já são destinados com a devida documentação de maneira ambientalmente adequada (tratamento e aterros específicos). No entanto, todos os resíduos devem integrar o PGRS. Assim, materiais recicláveis, embalagens vazias de produtos químicos que também são gerados ao longo do processo industrial, devem ser corretamente destinados.
- Educação ambiental: A conscientização dos funcionários com relação à necessidade e importância da conservação dos recursos naturais e cumprimento

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de metas que sejam pré-estabelecidas pela diretoria da empresa, dar-se-á por meio de treinamentos e cursos que devem ser ministrados de maneira contínua para que se alcancem satisfatoriamente as medidas propostas para a adequação ambiental.

DIAGNÓSTICO DE SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

Analisando os resultados obtidos através do Mapa de Risco e do PPRA identificamos alguns pontos que se encontram de acordo com o sistema de SST que podem ser destacados, como o controle efetivo de entrega, utilização, condições de uso e conservação dos EPIs e a realização de exames médicos nos funcionários previstos no PCMSO.

Vimos também que a empresa já tem elegido os membros da CIPA, que são responsáveis pelos riscos e perigos encontrados no ambiente de trabalho, para que o mesmo possa ser prevenido a tempo, porém há a necessidade da efetiva realização da CIPA com reuniões mensais registradas em ata.

Pelo levantamento também foi possível identificar outros pontos com necessidade de melhoria no Sistema de SST:

- Monitorar as condições de trabalho;
- Fazer correções e melhorias diversas no ambiente de trabalho;
- Providenciar instruções e cursos relativos à higiene e segurança do trabalho;
- Promover treinamentos voltados a ergonomia, nos ambientes considerados mais críticos;
- Promover treinamentos de saúde e segurança no trabalho voltados aos riscos físicos, químicos, mecânicos e biológicos encontrados;
- Alertar sobre a manutenção dos equipamentos, máquinas, ferramentas e utensílios e mantê-los sempre em bom estado de uso, sempre desligados quando forem submetidos às manutenções;
- Acompanhar os itens de segurança e higiene previstos na legislação, permitindo que a empresa se familiarize com as exigências e programe as alterações para o cumprimento das mesmas.

CONCLUSÃO

O diagnóstico deste trabalho possibilitou a identificação de aspectos cujos impactos são classificados como significativos e dos riscos ocupacionais aos quais os trabalhadores estão expostos, e foi de fundamental importância para a elaboração de um plano de gestão integrada que atuasse nos pontos mais críticos dos processos. Assim, na elaboração do plano de gestão foram propostas ações de melhoria para a empresa visando atingir um maior desempenho ambiental e social. Devido à simplicidade do processo, as tratativas dos impactos ambientais também exigem a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

implantação de poucas medidas de adequação, considerando que alguns aspectos importantes como a geração de resíduos sólidos e emissões atmosféricas, já estão parcialmente adequados. No entanto, devido à sua capacidade de alterar significativamente o meio ambiente, estes aspectos devem ser tratados como prioridade durante a adequação ambiental.

A saúde e segurança dos funcionários também foram levadas em consideração durante a proposição das medidas de adequação para a empresa, uma vez que se considera que bem-estar e qualidade de produção estão diretamente relacionados.

Os cumprimentos (direto ou indireto) das ações propostas nos cronogramas e a responsabilidade das anotações no PPRA são da direção geral da empresa e seus propostos, dos encarregados dos setores de trabalho, dos responsáveis pela produção, de todos os empregados e de todos os contratados ou terceirizados que prestam serviços no âmbito da empresa sem eximir, no entanto, o empregador da responsabilidade que lhe compete no cumprimento das ações determinadas.

Os elementos chaves para este processo é a organização, os recursos e processos utilizados, pessoas, equipamentos e cultura. Todos estes sob um escopo unificado do meio ambiente, saúde e segurança.

A integração do sistema auxilia a identificar oportunidades de melhorias, a facilitar a tomada de decisões pela diretoria e a ser um sistema funcional e sinérgico entre as áreas, pessoas e processos.

Importante ressaltar que o trabalho não possui como objetivo o esgotamento ao atendimento a todas as normas e requisitos, mas apenas sugerir propostas neste sentido de modo a dar início ao processo de melhoria contínua contido na Política Integrada de Meio Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho da empresa. Portanto, este trabalho teve função importante para a conscientização da diretoria da empresa quanto à necessidade de se estabelecer um plano de gestão integrada que atenda às legislações ambientais e de segurança e pratique a conservação do meio ambiente e da saúde de seus trabalhadores, diminuindo seus potenciais prejuízos com acidentes ambientais e de segurança no trabalho e tornando a empresa mais competitiva no mercado.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR ISO 14001:2004.** Sistema de gestão ambiental: requisitos com orientações para uso. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

BERTOLINO, Marco Túlio. **Sistemas de Gestão Ambiental na indústria alimentícia [recurso eletrônico].** Porto Alegre: Artmed, 2012.

BRITISH STANDARDS INSTITUTION (2007). **OHSAS 18001:2007: Occupational Health and Safety Assessment System – requirements**. 1ed.: OHSAS Project Group – British Standards Institution, 34p.

FONSECA, Elton Lage. **"Benefícios do Sistema Integrado de Gestão ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001"**, São Paulo, Revista Meio Ambiente Industrial, Ed. 51, pp 20 – 23, 2004. MOREIRA, Maria Suely**. Estratégia e Implantação do Sistema de**

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Gestão Ambiental (Modelo ISO 14.000). 3. ed., Nova Lima: IDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2006.

MOURA, Luís Antônio Abdalla de. **Qualidade e Gestão Ambiental – Sustentabilidade e ISSO 14.001.** 6ª ed. São Paulo: Del Rey, 2011.

NICOLELLA, G., MARQUES, J. F., SKORUPA, L. A. **Sistema de gestão ambiental: aspectos teóricos e análise de um conjunto de empresas da região de Campinas, SP.** Jaguariúna: Embrapa Meio Ambiente, 2004.

REIS, Luis Felipe Sanches de Souza Dias; QUEIROZ, Sandra Mara Pereira. **Gestão Ambiental em Pequenas e Médias Empresas.** Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.

RIBEIRO NETO, João Batista M.; TAVARES, José Cunha; HOFFMANN, Silvia Carvalho. **Sistemas de Gestão Integrados Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Segurança e Saúde no Trabalho.** 4º ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.

SÁNCHEZ, Luiz Enrique. **Avaliação de Impacto Ambiental: Conceitos e Métodos.** São Paulo: Oficina de Textos, 2006.

VALLE, Cyro Eyer do. **"Qualidade Ambiental: Como Ser Competitivo Protegendo o Meio Ambiente: como se preparar para as Normas ISO 14000".** São Paulo: Pioneira Ed.,1995.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A INTEGRAÇÃO DA GESTÃO AMBIENTAL COM OUTROS SISTEMAS DE GESTÃO

Marta Ribeiro Alves Cezar (SENAC- Bauru); martacezar@yahoo.com.br* Willian Cezar Quessada Santos (SENAC- Bauru); willian_cq@yahoo.com.br

Resumo: Este trabalho tem por objetivo mostrar os benefícios trazidos pela implantação do Sistema de Gestão Integrada em Meio Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho em empresas em expansão que estejam buscando a melhoria contínua dos processos de produção, ou prestação de serviços, na minimização ou mitigação da poluição gerada por suas atividades, a economia de recursos hídricos e energia através da redução, reutilização, reciclagem e tratamento de efluentes industriais, visando na certificação de seus sistemas, para manter a competitividade e mostrar que estão alinhadas com princípios da sustentabilidade no exigente mercado mundial, empresas brasileiras decidiram pela implantação de Sistemas de Gestão através de normas mundialmente reconhecidas de forma individual ou integradas. Um Sistema de Gestão deve ser economicamente viável e exequível. Algumas organizações seguindo às necessidades do mercado já estão optando também pelo Sistema de Gestão Integrado (SGI) devido à facilidade de definição e demonstração dos procedimentos das linhas de produção ou prestação de serviços. O Sistema de Gestão Integrada possibilita a empresa enxergar os sistemas como um único processo aumentando os lucros da empresa, facilitando o conhecimento da Alta Direção nas questões relacionadas à produção mais limpa, mostrando os impactos negativos e ou positivos causados por suas atividades ao ambiente. Atualmente é também um indicador comprovado de aumento dos lucros por variados motivos como; fortalecimento do conceito de sustentabilidade, melhoria da imagem e credibilidade da empresa, obtenção de financiamentos com juros mais baixos, aumento da competitividade e lucratividade, redução dos custos de materiais e insumos, redução da geração ou emissão de resíduos e gases poluentes, respeito ao planeta e futuras gerações e redução de despesas os com passivos ambientais e trabalhistas como; multas, indenizações processos administrativos, civis e criminais, diminui o absenteísmo ou presenteísmo. Melhora a qualidade de vida dos colaboradores, diminuem doenças, acidentes e incidentes, a segregação e armazenamento correta de resíduos sólidos é potencializada visando à reutilização e reciclagem. Juntos estes indicadores fortalecem a empresa possibilitando sua entrada ou permanência no mercado mundial.

Palavras-chave: Sistema. Redução. Reutilização. Reciclagem. Poluição.

Abstract: This work aims to show the benefits brought by the implementation of the Integrated Management System Environment and Health and Safety at Work in growing businesses that are seeking constant improvement of production processes, service delivery, minimize or mitigate Pollution generated by its activities, saving water and energy resources by reducing, reusing, recycling and treatment of industrial effluents, aiming at the certification of their products and or services, keeping your brand, competitiveness and show that they are aligned with principles sustainability in the demanding world market, large Brazilian companies have decided for the implementation of management systems with globally recognized standards of individual or integrated way. The implementation of a management system should be economically viable and feasible in companies or organizations following the market needs are already opting for the Integrated Management System (SGI) due to ease of definition and demonstration of procedures of production lines or providing services, compliance with laws etc. The implementation of Integrated Management System enables to see the company's system as a single process, increasing the company's profits. Knowledge and awareness of senior management on issues related to cleaner production, the triple bottom line, positive or negative impacts caused by its activities to the environment, now is a proven indicator of increased profits for various reasons such as; strengthening the concept

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

of sustainability, improve the image and credibility of the company, obtaining financing with lower interest rates, increased competitiveness and profitability, reduce costs of materials and supplies, reducing the generation or emission of waste and greenhouse gases, respect for the planet and future generations and reduce expenses with the environmental and labor liabilities as; fines, indemnities administrative, civil and criminal cases, decreases absenteeism or presenteeism. Improves the quality of life of employees, reduces illness, accidents and incidents are lessened, segregation and proper storage of solid waste is enhanced with a view to reuse and recycling. Together these indicators strengthen the company enabling their entry and stay in the world market.

Keywords: System. Reduction. Reuse. Recycling. Pollution.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo mostrar os benefícios trazidos pela implantação do Sistema de Gestão Integrada em Meio Ambiente e Saúde e Segurança no Trabalho em empresas de pequeno, médio e grande porte ou em empresas em expansão que estejam buscando na melhoria contínua dos processos de produção, ou na de prestação de serviços; a minimização ou a mitigação da poluição gerada por suas atividades, a economia de recursos hídricos e energia através da redução, reutilização, reciclagem e tratamento de efluentes industriais; visando à certificação de seus sistemas para manter sua marca, continuar competitiva e mostrar que estão alinhadas com princípios da sustentabilidade no exigente mercado mundial.

O Sistema de Gestão Integrada tem como objetivo a padronização de documentos, registros e procedimentos, possibilitando às empresas enxergarem seu sistema de produção e ou prestação de serviço como um único processo.

O tema é bem interessante e mostra também que a sobrevivência do ser humano não pode ser dissociada das boas práticas de produção e ou prestação de serviços pelas empresas e organizações mundiais, para tanto é necessário a normalização e padronização de requisitos regulamentados por normas técnicas mundialmente reconhecidas.

Visto que os impactos causados pelas modificações dos habitats naturais com a exploração, o uso e consumo de recursos naturais não renováveis no mundo é um importante indicador de desequilíbrio dos ecossistemas, que vem sendo explorados há séculos de forma gananciosa e criminosa em nome do crescimento e desenvolvimento da economia. (GOPALAN, 1995. p. 121-152).

A antropia (ação do homem) seja ela de forma positiva ou negativa será sempre o grande motivador do desaparecimento de diversas espécies da fauna e flora, do aquecimento global, do degelo de calotas polares, do aumento dos níveis do mar, do efeito estufa, das alterações climáticas, das tempestades mais rigorosas, das enchentes, dos desmoronamentos e desabamentos, da maior incidência de raios, etc.

A degradação dos ecossistemas além de deixar as espécies mais suscetíveis à predação antrópica, fomenta atos criminosos e alimenta o contrabando internacional, a caça, a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pesca, e a extração de espécies da flora e o uso de recursos naturais sem autorização dos órgãos competentes é crime em alguns países e em todo o território brasileiro.

Devido à extensão geográfica, o Brasil enfrenta dificuldades para coibir os atos lesivos ao meio ambiente em seu território como: a falta de conhecimento e consciência ambiental, juntada a falta de material humano e equipamentos modernos para uma fiscalização mais efetiva, são indicadores do grande prejuízo à fauna e à flora brasileira e do aumento das listas de espécies em extinção.

O Sistema de Gestão Integrada chega num momento em que empresas ou organizações precisam certificar seus produtos ou serviços para satisfazer às exigências do mercado mundial que procura por produtos ecologicamente corretos.

A certificação de produtos e serviços é a garantia que compradores e consumidores têm de que as empresas seguem os princípios do desenvolvimento sustentável preocupando- se em garantir a sobrevivência da geração presente sem prejudicar as necessidades das gerações futuras.

Para facilitar a compreensão do leitor este trabalho será dividido em tópicos, no primeiro tópico explicaremos alguns termos que envolvem o tema, no segundo tópico mostraremos as principais legislações ambientais vigentes no Brasil e o crescimento do ordenamento jurídico ambiental brasileiro, a partir do terceiro tópico traremos informações das principais causas de desequilíbrio ambiental e os benefícios da implantação do Sistema de Gestão Integrada. Na conclusão apresentaremos resultado deste estudo, esclarecendo que este trabalho não esgotará o tema devido à variedade de assuntos a ele inerentes.

Para mostrar a importância do Sistema de Gestão Integrada, adotamos neste trabalho pesquisas bibliográficas tendo como fonte livros, artigos, buscas na internet e apostilas utilizadas no curso de Pós Graduação em Sistemas de Gestão Integradas em Qualidade, Meio Ambiente Segurança e Saúde no Trabalho e Responsabilidade Social ministrado pelo SENAC Bauru, demonstrando que a degradação ambiental pode estar ligada à falta de gestão de resíduos, mostrando também que empresas que optaram pela implantação de sistemas de gestão integradas utilizando-se de normas regulamentadoras como ferramentas facilitadoras de definição e demonstração de procedimentos inerentes aos processos de fabricação ou de prestação de serviços observaram em curto e médio prazo aumento nos lucros, mitigação de passivos trabalhistas, ambientais e maior satisfação dos colaboradores, clientes e fornecedores.

DEFINIÇÕES

Apresentaremos abaixo as definições importantes para o trabalho, visando auxiliar a compreensão deste trabalho por todos os públicos.

Bioma - É um conceito usado nos estudos da ecologia para determinar um grande ecossistema regional ou subcontinental, definido por um tipo principal de vegetação e paisagem característica.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ecossistema - Unidade básica no estudo da ecologia é o conjunto dos seres vivos que interagem entre si e com o meio natural de maneira equilibrada, por meio da ciclagem da matéria e do uso eficiente da energia solar.

Habitat - Local ocupado pelas espécies onde elas encontram tudo o que precisam para sua sobrevivência.

População - Conjunto de organismo da mesma espécie que ocupa uma determinada área.

Comunidade - Conjunto de todas as populações presentes em uma determinada região.

Desenvolvimento Sustentável - É um conceito sistêmico que defini ações e atividades humanas visando o desenvolvimento e crescimento presente sem comprometer as necessidades de desenvolvimento das futuras gerações (FONSECA, 2014).

ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO E PRINCIPAIS LEGISLAÇÕES AMBIENTAIS

Ao contrário do que muitos pensam, as normas de proteção ambiental sempre existiram, no passado esta proteção era feita através de normas de direito privado com o intuito de proteger as relações de vizinhança e por meio do direto penal e direito administrativo, ou pelo uso e costume, até meados do século 21, as normas de proteção ambiental abrangiam e sancionavam o mau uso de elementos naturais ou usos que pudessem prejudicar a terceiros da mesma forma.

As antigas formas de proteção ao meio pelo Direito Privado e Direito Público tornaram-se insuficientes devido à complexidade e diversidade dos temas, biomas e ecossistemas. As leis de proteção ambiental atuais foram setorizadas e consideram aspectos específicos tais como proteção à fauna, à flora, proteção aos recursos hídricos, oceanos, proteção dos solos urbanos, proteção atmosférica, florestas, etc (ANTUNES, 2014).

O Direito Ambiental brasileiro é um setor recente do direito moderno, motivo pelo qual tem sofrido relevantes modificações para conseguir definir e organizar a utilização social dos recursos ambientais seguindo a importância do ordenamento jurídico nacional e internacional, estabelecendo métodos, proibições e permissões esclarecendo como a apropriação econômica dos recursos naturais pode ser feita, tendo como base a Constituição da República Federativa de do Brasil de 1988, no capítulo nº 06, artigo nº 225 (ANTUNES, 2014, p.3).

Apresentaremos a seguir as principais legislações vigentes no Brasil: Política Nacional de Meio Ambiente – Lei Federal, nº. 6.938/1981; Constituição da República Federativa de do Brasil de 1988- cap. 6, artigo 225; Lei dos Crimes Ambientais – Lei Federal, nº. 9.605/1998; Lei das Águas – Lei Federal, nº 9.433/1997; Política Nacional de Resíduos Sólidos – Lei, nº. 12.305/2010; Política Nacional sobre mudanças do Clima – Lei nº. 12.187/2009; Inventário Nacional de Resíduos Sólidos Industriais - Resolução

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONAMA nº. 313/2002.

CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E SUA ORIGEM

A modernização da indústria, somada ao crescimento da população, e ao consumismo, juntando-se à falta de educação ambiental, são indicadores responsáveis pelo aumento das agressões ao meio ambiente e o surgimento do termo "Desenvolvimento sustentável", que para muitos é apenas um movimento ligado ao esoterismo, ou modismo. Ainda hoje a população acredita que viver de forma sustentável é apenas segregar os resíduos recicláveis em casa para que os caminhões da coleta seletiva possam levar, sem a preocupação com a destinação final dos mesmos, ou conhecer o verdadeiro motivo e a necessidade desta segregação.

Catadores autônomos olham para os resíduos apenas como forma econômica recolhendo o que lhes interessam e descartando em qualquer lugar o material que acreditam não ter valor econômico agregado ou pelo baixo valor econômico empresas desconhecem os impactos decorrentes de suas atividades ao ambiente; a Administração Pública deixa a desejar quanto à fiscalização que lhe é pertinente, empresa se prestadoras de serviços investem pouco em novas formas de geração de energia renovável, produção mais limpa, através da redução, reutilização e reciclagem dos resíduos.

Viver de forma sustentável exige mudanças radicais em nossos hábitos tais mudanças se tornaram quase impossíveis para uma geração que após a segunda guerra mundial (meados do século XX) foi incentivada a consumir cada vez mais sem se preocupar com a produção de resíduos pelo alto consumo, com o uso de recursos naturais não renováveis ou com o tempo de degradação de cada resíduo. A economia após a segunda guerra mundial (1945) entendia que para haver crescimento e desenvolvimento a produção de bens de consumo teria que ser aumentada visando apenas lucros. Seguindo este entendimento de crescimento e desenvolvimento, chegamos ao século XXI com o planeta sucumbindo pelo entulhamento diário de resíduos e poluentes que contaminam o ar, o solo e águas.

Uma enxurrada de propagandas com promoções e apresentação de novos produtos nos impulsiona a comprar desenfreadamente. Adquirir bens e serviços deixou de ser necessidade e passou a ser modo de aliviar stress, motivo de felicidade ainda que os bens adquiridos não sejam jamais usados. Esta é a educação e orientação que despercebidamente recebemos do setor econômico pós - segunda guerra mundial em nome de um desenvolvimento dinâmico e uma economia crescente mesmo que este modelo de desenvolvimento nos leve a morte.

Esta é uma realidade que não é transmitida até que a escassez de um recurso natural transforme a vida da população em um pesadelo. A crise hídrica do verão/2014 que ainda atinge a população da região Sudeste do Brasil, exigindo prementes medidas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

educativas preventivas e corretivas para o para a utilização e aproveitamento de recursos hídricos, desenvolver tarefas diárias como; higiene pessoal, lavagem de louças, roupas e cozinhar, deixaram claro que a falta ou supressão de qualquer recurso natural pode levar a população brasileira ao desespero, ou à morte, pelo aparecimento de doenças como exemplo da dengue que se multiplicou devido à falta de instrução da população, que em desespero e desconhecendo os perigos, ao tentar minimizar da falta de água, passou a coletar e armazenar água das chuvas sem os devidos cuidados em baldes, bacias e tambores destampados formando assim grandes criadouros do mosquito Aedes Aegypti, vetor e transmissor do vírus da dengue tendo em vista que o mosquito Aedes Aegypti. (VARELLA, 2014).

O movimento ambiental nasceu das manifestações de dois atores sociais distintos: sociedade civil e comunidade científica. A sociedade civil foi representada pelo movimento hippie nos países mais desenvolvidos, os hippies foram os primeiros a mostrar preocupação com a degradação ambiental, esta época ficou tão marcada que ainda hoje os profissionais que atuam na área de meio ambiente são vistos como pessoas que se preocupam apenas em cuidar de animais e plantas.

As preocupações da comunidade internacional com os limites do desenvolvimento do planeta ficaram mais fortes a partir de 1960, datam desta década também a discussões sobre os riscos da degradação planetária, tais manifestações se tornaram tão intensas que a ONU (organização das Nações Unidas) promoveu em Estocolmo (1972) a Conferência sobre o Meio Ambiente (ANTUNES, 2014, p.54).

O livro Primavera Silenciosa lançado em 1962, pela Bióloga Raquel Carson, foi considerado um marco para as inter-relações entre meio ambiente, economia e questões sociais. Em 1987 foi publicado o Relatório "Nosso futuro comum" como resultado do trabalho em conjunto de 21 governos, líderes empresariais e representantes da sociedade, todos eram membros da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), criada em 1983 pela Assembleia Geral da ONU (Organização das Nações Unidas).

A Comissão era presidida na época pela então Primeira Ministra na Noruega Gro Harlem Brundtland, que criou a definição mais aceita até os dias de hoje para termo desenvolvimento sustentável, o relatório de Brundtland como ficou conhecido definiu desenvolvimento sustentável da seguinte forma: "Desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades". Podemos usar como exemplo da crise hídrica do verão/2014 que ainda atinge a população da região Sudeste do Brasil, exigindo prementes medidas educativas preventivas e corretivas para o para a utilização e aproveitamento de recursos hídricos.

O relatório Nosso Futuro Comum trouxe questões sobre o uso correto da terra, sua ocupação e uso coerente dos recursos naturais destacando o uso da água; moradia,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

serviços educativos, sanitários e administração do crescimento urbano. De acordo com o relatório de Brundtland não podemos mais aceitar a pobreza generalizada como algo inevitável, mas como problema ambiental sanável, sendo dever de todos primar por atender às necessidades básicas da população, incluindo a necessidade da biosfera em absorver os efeitos danosos das ações humanas (BRUNDTLAND,1983).

O visível esgotamento dos recursos naturais, o crescimento econômico ilimitado, o aumento da geração de resíduos, e a desigualdade social ascendente, são indicadores que ameaçam a sobrevivência da geração presente e comprometem a sobrevivência das gerações futuras demandando ação conjunta dos governos, empresas e sociedade para serem superados respeitando e integrando a interdependência que desenvolvimento sustentável propõe.

O tripé da sustentabilidade de acordo com o criador do termo Triple Botton Line (John Elkington), designa o equilíbrio dos três pilares, ambiental, econômico e social. A inserção dos três pilares no meio empresarial trouxe o reconhecimento de que para manter sua marca e estabilidade no mercado moderno as organizações precisam contribuir progressivamente para atender às expectativas de crescimento empresarial, mostrando ações inovadoras nos setores ambiental, econômico e social, implantando tecnologias compatíveis com as necessidades atuais ampliando sua eficiência produtiva, de prestação de serviços e efetividade sustentável.

A produção e consumo responsável seguido de princípios sustentáveis é a única maneira de garantirmos que as necessidades da geração presente e futuras sejam supridas, imprimindo na comunidade mundial a obrigação de optar pelo consumo de bens produzidos com tecnologias e materiais menos agressivos ao meio ambiente, evitando desperdícios e criando maneiras de gerenciar os resíduos no pré e no pós - consumo visando à redução, à reutilização e a reciclagem dos mesmos. (CREDIDIO, 2008)

HISTÓRIA DAS NORMAS E BENEFÍCIOS DA NORMALIZAÇÃO DE SISTEMAS DE GESTÃO

A aplicação de normas padronizadas nas linhas de produção e prestação de serviços vem de épocas muito remotas, porém a necessidade de normalização como caminho regrado surgiu nos primeiros povoados com a produção e o comércio de bens comuns, os produtores passaram a seguir procedimentos que agregavam maior valor a seus produtos, através da qualidade cientifica das normas técnicas tudo que era produzido e consumido passou a ganhar formas e tamanhos iguais como exemplo o dinheiro, os pesos, as medidas. A concepção moderna e o caráter técnico científico da normalização tiveram origem no final do século XVIII na mesma época em que se criou o sistema métrico de medidas (NETO, 2013, p.19).

A percepção dos benefícios com a credibilidade alcançada através da qualidade, da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

segurança, da economia pelo uso de normas técnicas estimulou em alguns países o desenvolvimento dos primeiros organismos de normalização. Dessa forma as normatizações através das normas de sistemas de gestão integraram-se na economia mundial com predominância de uma linguagem técnica padronizada.

A implantação dos sistemas de gestão baseados em normas regulamentadoras é voluntária e pode ser de forma individual ou integrada, cabendo às organizações a decisão de alocar tempo e recursos para a implementação dos sistemas de gestão conforme sua necessidade baseado em normas como: pré-requisitos de clientes, redução de custo com seguros, adoção as melhores práticas, barreiras comerciais, melhoria de desempenho e imagem e estabilidade em um ambiente em constante mudança (NETO, 2013, p.23).

RELAÇÃO DO HOMEM COM O MEIO

Planeta sempre forneceu gratuitamente aos seres vivos toda matéria- prima necessária para sua sobrevivência, no entanto o homem tem com a natureza uma relação desarmônica, com a revolução industrial aumento da população e a globalização, novas tecnologias foram inseridas nos sistemas de produção para atender a demanda dos mais variados produtos; produtos que até o século XIX eram produzidos de forma artesanal, entraram numa linha de produção frenética e irresponsável, a economia mundial até então considerava que desenvolvimento e crescimento econômico era igual ao aumento de produção baseando-se apenas em lucros (ANTUNES, 2014, p.5).

A preocupação e cuidado com as questões relacionadas ao meio ambiente, saúde e segurança no trabalho, qualidade e responsabilidade social nas linhas de produção e prestação de serviços não podem mais ser vistas apenas como despesas, sendo que processos bem planejados hoje são sinônimos de economia, valorização dos produtos e oportunidade de novos negócios.

Grandes negócios são fechados pela identificação de empresas que atendem às normas e legislações produzindo de forma ecologicamente correta conforme preconiza o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) criado pela Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), que acompanha o desempenho financeiro das empresas líderes em sustentabilidade no Brasil (BM&F BOVESPA). Sabemos questões socioambientais são afetas a todas as áreas de uma organização, motivo mais que suficiente para que o assunto seja integrante da política da empresa independente de seu escopo. (BOVESPA, 2015).

Visando a melhoria contínua, a minimização da poluição, a economia de recursos hídricos e novas fontes de geração de energia e diminuir os riscos de acidentes em 2014/2015, iniciamos um projeto de reaproveitamento e reutilização de resíduos resultantes das atividades da empresa. Inserimos nova fonte de energia e forma de tratamento do efluente. Os resíduos sólidos foram segregados e armazenados

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

corretamente seguindo a padronização de cores dos recipientes, posteriormente foram vendidos para empresas recicladoras conforme a Resolução do CONAMA, 275/01.

DO CASO CONCRETO EM TESTE PELA PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU E UMA EMPRESA DA REGIÃO

Foram firmadas parcerias com empresa de Bauru/SP para fornecimento de madeiras visando o reaproveitamento desta matéria orgânica (resíduos de madeiras) como fonte de energia na produção de vapor em caldeiras de um frigorífico situado no município. Os resíduos de madeira são oriundos de várias atividades como construção civil, supermercados, entreposto de frutas e legumes, ou descartados incorretamente pela população em terrenos baldios, estes resíduos certamente seriam descartados no aterro sanitário municipal, ou em áreas receptoras autorizadas pela Prefeitura Municipal de Bauru.

A Secretaria do Meio Ambiente (SEMMA) de Bauru mantém um trabalho contínuo para evitar a contaminação do solo, ar e águas, a proliferação de vetores de doenças e animais peçonhentos pela disposição incorreta de resíduos pela população. Semanalmente são recolhidos toneladas de resíduos dispostos de forma incorreta. O reaproveitamento de resíduos de madeira como fonte de energia em Bauru impactou positivamente vários ambientes como, Aterro Sanitário, empresas prestadoras de serviços de montagens de pallets entrepostos de produtos etc. áreas receptoras de resíduos da construção civil, etc. Hoje sabemos que retirada de madeira das florestas impacta os ecossistemas pela modificação dos habitats naturais, desequilibram o clima, elevam a taxa de mortalidade das espécies da fauna e flora, facilitam a predação e captura de animais selvagens e plantas nativas (BAURU, 2015).

Foi feito o replantio árvores nativas do cerrado em frente à empresa tendo em vista a preservação e conservação de espécies nativas do cerrado e a importância das florestas para o equilíbrio do clima.

O efluente da empresa foi tratado de forma biodegradável visando à devolução da água para os corpos d'água com menos sujidade ou contaminantes possível evitando a eutrofização.

O projeto teve como objetivo mostrar que a reutilização de resíduos sólidos e orgânicos tem valor comercial agregado como exemplo citamos o reaproveitamento de madeira que diminui custos para empresas que possuem caldeiras (produção de vapor) ou para empresas que utilizam caçambas para destinar esse resíduo corretamente, essa ação aumentou a vida útil do aterro sanitário e diminuiu impactos ambientais.

Os resíduos gerados pela queima da madeira (cinzas) podem ser agregados a outros orgânicos que após o processo de compostagem viram adubo orgânico, concluído assim o ciclo da redução, reutilização e reciclagem atendendo aos princípios da sustentabilidade com produção mais limpa e ecologicamente correta. Os resíduos sólidos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

segregados corretamente podem ser reaproveitados ou vendidos a empresas recicladoras e o valor retorna para a empresa vendedora podendo ser utilizado para benefício dos funcionários. O gerenciamento e gestão de resíduos torna - se possível com a conscientização e participação de todos na empresa, incluindo a Alta Administração. Os benefícios da implementação integrada da ISO 14001:2004 Meio Ambiente e OHSAS 18001: 2007 impactaram positivamente o ambiente da empresa e foram observados em todo o parque industrial, conforme a Lei nº 12.305/10.

CONCLUSÃO

A implantação ou implementação de sistemas de gestão de forma individual ou integrada é uma realidade necessária a toda empresa que deseja manter sua marca, ter credibilidade e expandir seus negócios no mercado atual. Após a avaliação inicial dos aspectos ambientais significativos decorrentes das atividades da empresa iniciamos a implantação de um projeto experimental integrando as normas ISO 14001: 2004 – Meio ambiente e OHSAS 18001: 2007, implementado em 2014/2015 como trabalho de conclusão do curso de Pós-Graduação em Sistema de Gestão Integrada em Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Segurança e Saúde no Trabalho.

Foram utilizadas as metodologias: 1) quantitativa - considerando que seriam utilizados gráficos e tabelas e planilhas analisadas mensalmente com o fim de encontrar os percentuais de melhoria ao longo do ano obedecendo ao ciclo do PDCA; 2) qualitativa – considerando a melhoria na qualidade de vida como bem estar, sentir-se mais confortável, desconfortável, feliz ou triste, capacitado ou incapaz de acompanhar as mudanças. O projeto teve como resultado a conscientização ambiental, agregou valores, diminuiu custos, impactou a todos os colaboradores diretos, indiretos ou que trabalham em nome da empresa.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito Ambiental.** 16. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
BARROS, Carlos Alberto Martins de. **O poder de polícia do exército brasileiro no combate aos crimes ambientais ocorridos na região de fronteira.** In: Âmbito Jurídico. Disponível em: ≤http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=15249&revista _caderno=5>. Acesso em: 15 ago. 2015.
BOVESPA. BM&F, Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE. Disponível em: < http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&idioma=pt-br >. Acesso em: 13 mai. 2015.
BAURU. Secretaria do meio ambiente. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/semma/>. Acesso em 24 jul. 2015.
BRASIL. **Constituição da República Federativa Do Brasil de 1988**. Artigo 225. Brasília: Congresso Nacional; 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 13 mai. 2015. BRASIL. **Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional; 1981. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm>. Acesso em: 13 ago. 2015.
BRASIL. **Lei nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997**. Institui a Política Nacional de Recursos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Hídricos, cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos, regulamenta o inciso XIX do art. 21 da Constituição Federal, e altera o art. 1º da Lei nº 8.001, de 13 de março de 1990, que modificou a Lei nº 7.990, de 28 de dezembro de 1989. Brasília: Congresso Nacional; 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9433.htm>. Acesso em: 12 jul. 2015.
BRASIL. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional; 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9605.htm>. Acesso em: 05 ago. 2015.
BRASIL. **Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009**. Institui a Política Nacional sobre Mudança do Clima - PNMC e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional; 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12187.htm>. Acesso em: 14 jul. 2015.
BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional; 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007- 2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 22 jun. 2015.
BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Declaração da Conferência de ONU no Ambiente Humano**. In: Estocolmo, 1972. Disponível em: <www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/estocolmo.doc>. Acesso em: 27 abr. 2015. BRASIL. **Resolução CONAMA nº 275/2001**. Estabelece o código de cores para diferentes tipos de resíduos na coleta seletiva: Ministério do Meio Ambiente; 2001. Disponível em: <www.mma.gov.br/port/ legiaabre.cfm?codleg=273 >. Acesso em 27 abr. 2015.
BRASIL. **Resolução CONAMA nº 313/2002.** Dispõe sobre o Inventário Nacional de Resíduos Sólidos Industriais: Ministério do Meio Ambiente; 2002. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=335 >. Acesso em 27 abr. 2015. CARSON, Rachel. **Primavera Silenciosa.** 1. Ed. São Paulo: Editora Gaia, 2010.
CEZAR, Thyago. **Responsabilidade Civil do Estado pelo Descumprimento do Princípio da Duração Razoável do Processo**. Bauru: Faculdade de Direito de Bauru, 2010. p.12.
CLUB OF ROME. **O clube de Roma.** Disponível em:<http://www.clubofrome.org/?p=4764>. Acesso em 12 abr. 2015.
CREDIDIO, Fernando. **Triple BottomLine: O tripé da sustentabilidade.** Disponível em: <http://www.institutofilantropia.org.br/component/k2/item/1607-triple_bottom_line_o_tripe_da_sustentabilidade>. Acesso em 14 mai. 2015. FONSECA, Krukemberghe. **Conceitos a respeito de ecologia.** Disponível em: <http://www.brasilescola.com/biologia/conceitos-respeito-ecologia.htm >. Acesso em 12 ago. 2015.
GOPALAN**,** H.N.B**. Integrated Pest Management in the Tropics:** Current Status and Future Prospects. John wiley & Sons, Chichesster, England, 1995. p. 121-152. Disponível em:
<http://www.mma.gov.br/biodiversidade/biodiversidade-global/impactos>. Acesso em 25 ago. 2015.
NETO, João Batista M. Ribeiro. **Sistema de Gestão Integrados: qualidade, meio ambiente, responsabilidade social, segurança e saúde no trabalho**. 4. ed. São Paulo; Editora SENAC, 2013.
PERCÍLIA, Eliene. **Níveis tróficos**; Brasil Escola. Disponível em <http://www.brasilescola.com/biologia/niveis-troficos.htm>. Acesso em: 07 mar. 2015.
TORRES, Leonardo Araújo; TORRES, Rodrigo Araújo. **Direito Ambiental brasileiro: surgimento, conceito e hermenêutica**. In: **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 17, n. 3248, 23 maio 2012. Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/21836>. Acesso em: 03 abr. 2015.
VARELLA, Drauzio. **Aedes aegypti**. Disponível em: <http://drauziovarella.com.br/letras/a/aedes-aegypti/>. Acesso em: 26 ago. 2015.
VARGAS, Graziela Mônaco. **Estudos Básicos sobre Normalização: origem, conceitos e organismos reguladores.** Disponível em: **<**http://www.brasilescola.com/biologia/niveis-troficos.htm>. Acesso em: 07 mar. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

AUTOMAÇÃO E MONITORAMENTO DE PROCESSOS: SDADA E ARDUINO

Ivan Leal Morales* (Senac, FIB, UNIESP IESB); ivan.lmorales@sp.senac.br Marcelo Machado Pereira (FIB); lobo.death@gmail.com
Marco Aurélio M. Antunes (FIB, UNIESP IESB); prof_marco@terra.com.br Thito Rodrigo Ribeiro (FIB Bauru); thito_rodrigo@hotmail.com

RESUMO: Os processos industriais utilizam sistemas de monitoramento para prover segurança aos processos envolvidos e facilitar as tomadas de decisão por parte dos operadores. Com o avanço da tecnologia é possível realizar este monitoramento pela integração de sensores nas redes industriais e distribuição da informação aos diversos setores envolvidos. Sistemas denominados SCADA (*Supervisory Control and Data Aquisition*) são compostos por equipamentos, softwares, linguagens de programação podendo ser aplicado nas mais variadas áreas de controle de processos como industriais, laboratórios, automação residencial, monitoramento de ambientes sensíveis a temperatura e calor, sistemas agrários, controles ambientais, simulações meteorológicas etc. O sistema SCADA recebe as variáveis dos processos através de um sistema computacional interligado aos diversos sensores instalados no chão de fábrica que determinam os desvios informando e auxiliando na correção dos desvios na planta industrial. Por ser ambiente gráfico, facilitam a análise e as tendências da operação, além de manter log das operações. Operam com sensores, protocolos específicos de envio de informações e hardware que faz a integração entre as pontas do sistema. O hardware utilizado no estudo é o Arduino que por meio de linguagem de programação dá possiblidade que o projetista avalie qual a amplitude e o que se deseja monitorar. Por meio deste estudo demonstramos as tecnologias envolvidas, os vínculos existentes e os benefícios que um sistema de monitoramento pode trazer para as empresas que adotarem a solução. O contexto estudado leva em consideração a plataforma aberta que pode ser explorada e modificada para atingir o objetivo do projeto.
PALAVRA-CHAVE: Monitoramento. Processo. Supervisório. Arduino. Sensores. SCADA.

ABSTRACT: Industrial processes use monitoring systems to provide security to the processes involved and facilitate decision-making by operators. With the advancement of technology, it is possible to carry out this monitoring by the integration of sensors in industrial networking and distribution of information to the various sectors involved. SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition) consist of equipment, software, programming languages can be applied in various areas of process control and industrial, laboratories, home automation, monitoring sensitive environments temperature and heat, agrarian systems, environmental controls, weather simulations etc. The SCADA system receives the variables of the process through a computer system connected to the various sensors installed on the factory that determine the deviations informing you and assisting in the correction of deviations in the industrial plant. The graphical facilitate the analysis and trends of operation, and maintains log of operations. They operate with sensors, specific protocols to provide information and hardware that makes the integration between the system ends. The hardware used in the study is that through the Arduino programming language gives possibility that the designer assess the amplitude and to be monitored. This study found demonstrate the technologies involved, the links and the benefits that a monitoring system can bring to enterprises that adopt the solution. The study context considers the open platform that can be explored and modified to achieve the project objective.
KEYWORD: Monitoring. Process. Supervisory. Arduino. Sensors. SCADA.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INTRODUÇÃO

Segundo Lopes (2009), sistema supervisório é definido como uma interface de fácil leitura, com o objetivo de converter dados do processo de produção em gráficos ou em "telas amigáveis", de modo a facilitar a percepção e a atuação do operador sobre o processo. De um modo geral é um sistema computacional que obtém os dados do processo e os transforma em dados gráficos, sendo mostrando em um monitor que ilustra o supervisório de um sistema de controle de tratamento de água.

De acordo com Branquinho (2014), os sistemas supervisórios são usados para monitorar e controlar uma planta fabril, um processo ou um equipamento. Este sistema automatiza o processo de monitoramento, aquisição e coleta de informação relativa aos processos em ambientes complexos e que possam estar geograficamente distantes, coleta toda informação e disponibiliza em monitores que ficam na sala dos administradores e a exibe de forma concisa, clara, podendo usar gráficos, botões, controles, animações diagramas para o pessoal responsável.

Ainda segundo SCADABR (2010), Sistema SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition ou Controle Supervisório e Aquisição de Dados) serve como interface entre o operador e processos dos mais variados tipos, como máquinas industriais, controladores automáticos e sensores dos mais variados tipos. Com sistemas SCADA são construídos desde aplicativos simples de sensoriamento e automação, até os famosos "Painéis de Controle" em empresas de geração e distribuição de energia elétrica, centrais de controle de tráfego e assim por diante.

Um sistema SCADA é, por definição uma interface amigável entre máquinas, hardwares e operadores que tem como objetivo fornecer a estas informações para as tomadas de decisão necessários durante o monitoramento dos processos. É no ambiente gráfico que está o grande ganho de produtividade e segurança pois visualmente os operadores observam e monitoram as atividades desenvolvidas podendo tomar as decisões necessárias para segurança do processo. Ainda, segundo SCADABR (2010) um sistema SCADA típico deve oferecer drivers de comunicação com equipamentos, um sistema para registro contínuo de dados ("datalogger") e uma interface gráfica para usuário, conhecida como "IHM" ou Interface Homem-Máquina.

Na IHM são disponibilizados elementos gráficos como botões, ícones e displays, representando o processo real que está sendo monitorado ou controlado. Entre algumas das funções mais utilizadas em sistemas SCADA estão: Geração de gráficos e relatórios com o histórico do processo, Detecção de alarmes e registro de eventos em sistemas automatizados, Controle de processos incluindo envio remoto de parâmetros e set-points, acionamento o comando de equipamentos e uso de linguagens de script para desenvolvimento de lógicas de automação onde aplicamos o Arduino para executar esta função.

De acordo com Barros (2012), existe a necessidade de que softwares

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

implementados em diferentes linguagens de programação, compartilhem dados entre si de modo que cada um cumpra seu papel específico e gerem um único sistema com um propósito maior é um fato constante (estabilidade e garantia da informação correta pelo SCADA).

Ainda de acordo com Nakamura (2011), essa comunicação entre processos dá-se o nome de IPC (Interprocess Communication), o qual denota um conjunto de chamadas de sistema que permite um processo do modo usuário possa:

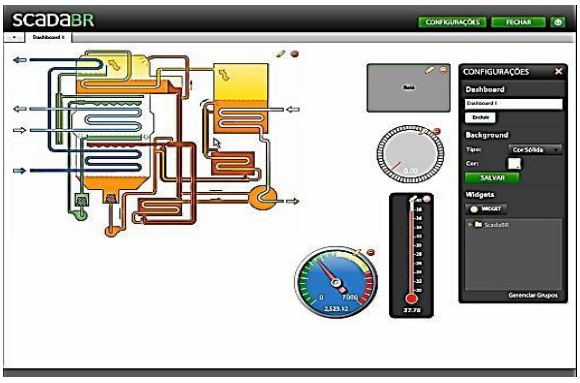
- Sincronizar-se com outros processos;
- Enviar mensagens para outros processos ou receber mensagens deles;
- Compartilhar pedaços da memória com outros processos

Podemos notar que um sistema supervisório é composto por hardwares e softwares que trabalhando em conjunto e com métodos de programação confiáveis se transformam em rica fonte de informações e coleta de dados para ser utilizado no chão de fábrica.

O software ScadaBR é desenvolvido em modelo "opensource", Segundo ScadaBR (2010) é uma aplicação baseada em Java, ou seja, PCs rodando o Windows, Linux e outros sistemas operacionais e podem executar o software a partir de um servidor de aplicações (sendo o Apache Tomcat a escolha padrão). Ao executar o aplicativo, ele pode ser acessado a partir de um navegador de Internet, preferencialmente o Firefox ou o Chrome.

A interface principal do ScadaBR é de fácil utilização e já oferece visualização das variáveis, gráficos, estatísticas, configuração dos protocolos, alarmes, construção de telas tipo HMI e uma série de opções de configuração. Após configurar os protocolos de comunicação com os equipamentos e definir as variáveis (entradas e saídas, ou "tags") de uma aplicação automatizada, é possível montar interfaces de operador Web utilizando o próprio navegador. Também é possível criar aplicativos personalizados, em qualquer linguagem de programação moderna, a partir do código-fonte disponibilizado ou de sua API "web-services".

Figura 1 - ScadaBR



Fonte: Scadabr (2015)

Segundo Automação Industrial, (2015) as vantagens de utilizar um sistema supervisório

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

seriam:

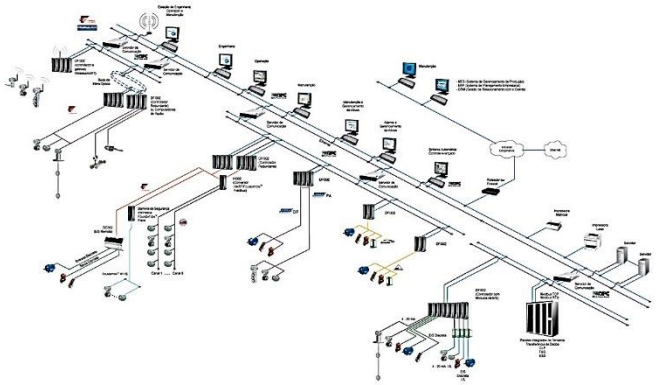
- **Análise de tendências:** baseado no histórico das informações do banco de dados, é possível tomar ações proativas para maximizar a produção da planta.
- **Alarmes:** sinaliza em tempo real, alguma falha no processo e registra essa falha no banco de dados para consultas futuras.
- **Operação remota no processo:** intervenção no processo, a partir da sala de controle.
- **Geração de relatórios e gráficos:** é possível gerar relatórios e gráficos sobre os alarmes e tendências.
- **Aumentar a disponibilidade da planta:** A partir das informações geradas em tempo real, permite identificar falhas e consequentemente otimizar as tomadas de decisão para manter a planta em operação.

REDES INDUSTRIAIS

Segundo Boaretto (2008), nos processos produtivos, vem-se verificando uma tendência em substituir sistemas com processamento centralizado, geralmente baseado em equipamentos de grande porte, por sistemas distribuídos, compostos por diversos similares de menor porte. Porém, o controle distribuído somente será viável se todos os integrantes do sistema puderem trocar informações entre si de modo rápido e confiável.

Para atender a essa necessidade, surgiram diversos tipos, padrões, protocolos em redes de comunicação industrial. Rede de comunicação industrial é o conjunto de equipamentos e softwares utilizados para propiciar o trânsito de informações da produção, entre os diversos níveis hierárquicos de um processo industrial.

Figura 2 - Rede Industrial



Fonte: Smar (2015)

As redes industriais estão sujeitas aos vários problemas de uma unidade fabril como resíduos de produtos em partículas microscópicas que ficam suspensas no ar.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Sem um sistema eficiente de limpeza por exaustores posicionados corretamente na produção estas partículas se depositam nos equipamentos levando, ao passar do tempo, a curtos, queima ou até mesmo a perda do equipamento. Ainda temos os ruídos magnéticos gerados pelos equipamentos que possuem motores elétricos. Altas ou baixas temperaturas, vapor. Desta forma, equipamentos para redes industriais são, em geral, especialmente construídos para trabalhar nessas condições adversas e os protocolos de comunicação adotados também devem considerar aspectos de segurança e disponibilidade do sistema desenvolvido (PEREIRA & LAGES, 2004).

MONITORAMENTO

Segundo Boaretto (2008), rede de comunicação é a plataforma através da qual a informação de um sistema SCADA é transferida. Tendo em consideração os requisitos do sistema e as distâncias a cobrir, as redes de comunicação podem ser implementadas, entre outros, através dos seguintes meios físicos:

- Cabos - Os cabos estão indicados para a cobertura de pequenas distâncias, normalmente em fábricas, não sendo adequados para grandes distâncias devido ao elevado custo do cabeamento, instalação e manutenção;
- Linhas Discadas - As linhas discadas podem ser usadas em sistemas com atualizações periódicas, que não justifiquem conexão permanente. Quando for necessário comunicar com uma estação remota é efetuada uma ligação para o respectivo número;
- Linhas Dedicadas - As linhas dedicadas são usadas em sistemas que necessitam de conexão permanente. Essa conexão, no entanto, é uma solução cara, pois é necessário o aluguel permanente de uma linha de dados ligada a cada estação remota;
- Rede *Wireless* - Esses dispositivos são usados em locais onde não estão acessíveis linhas discadas ou dedicadas. Por vezes, em situações onde uma ligação direta via rádio não pode ser estabelecida devido à distância, sendo necessária a instalação de dispositivos repetidores.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

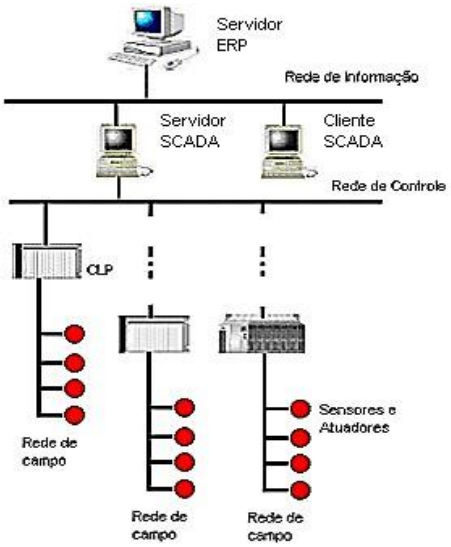


Figura 3 - Sistema Scada
Fonte: Ebah (2015)

Ainda segundo Boaretto (2008), as estações de monitoração central (servidor SCADA) são as unidades principais dos sistemas SCADA, responsáveis por recolher a informação gerada pelas estações remotas e agir em conformidade com os eventos detectados. Podem estar centralizadas num único computador, ou distribuídas por uma rede de computadores de modo a permitir a partilha de informação proveniente do servidor SCADA.

MODBUS

De acordo com Souza (2015) Modbus é uma estrutura de mensagem desenvolvida pela Modicon em 1979, usada para estabelecer comunicação entre os dispositivos mestre-escravo / cliente-servidor. Ele é de fato um padrão, muitos protocolos de rede industriais utilizam este protocolo em seu ambiente. O protocolo Modbus disponibiliza um padrão de indústria através do método MODBUS para trocar mensagens.

O Modbus é considerado opensource funcionando com linguagem universal para que sejam coletadas informações de diferentes dispositivos de diferentes fabricantes. Modbus é um protocolo de envio e recebimento de requisições que pode operar sobre diferentes tipos de redes ou conexões como RS-232, USB ou Ethernet.

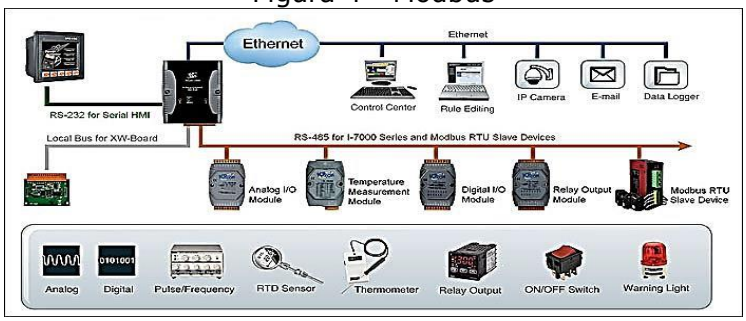
Ainda segundo Souza (2015) os dispositivos Modbus comunicam-se utilizando a técnica mestre-escravo no qual permite que somente um dispositivo (o mestre) possa iniciar as transações (chamadas de queries). Os outros dispositivos (escravos) respondem de acordo com o pedido do mestre, ou de acordo com a tarefa em questão. Um dispositivo periférico escravo (válvula, drive de rede ou outro dispositivo de medição), que processa a informação e envia o dado para o mestre

Quando um Modbus solicita informação para um ou mais dispositivos é enviada uma mensagem com o endereço de destino da comunicação. Modbus cuida para iniciar a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

comunicação e os clientes limitam-se enviar a resposta.

Figura 4 - Modbus



Fonte: Wise.icpdas (2015)

ARDUINO E SENSORES

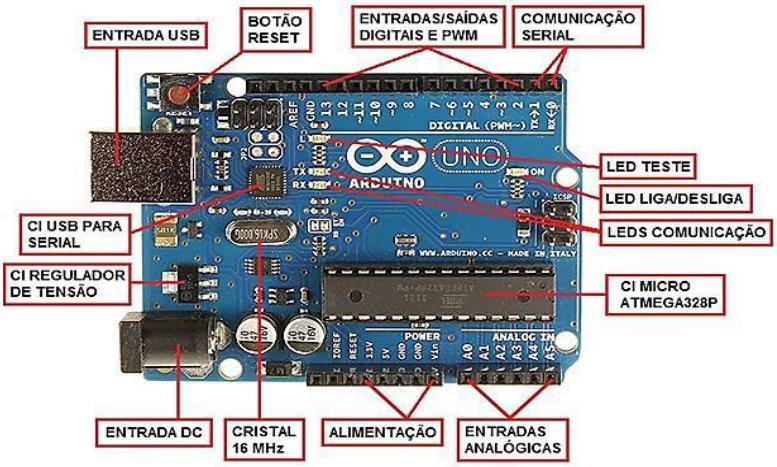
De acordo com McRoberts (2011) o micro controlador Arduino teve seu início no Interaction Design Institute na cidade de Ivrea, na Itália. O professor Massimo Banzi procurava um meio barato de tornar mais fácil para estudantes de design trabalhar com Tecnologia. Ele discutiu seu problema com David Cuartielles, um pesquisador visitante da Universidade de Malmo, na Suécia, que estava procurando soluções semelhantes, e o Arduino nasceu. A nova placa foi denominada Arduino em referência a um bar local frequentado por membros do corpo docente e alunos do instituto. O micro controlador Arduino torna-se uma ferramenta possibilita a criação de projetos eletrônicos de forma simples. O principal objetivo foi facilitar a vida de quem busca uma maneira descomplicada de montar pequenos projetos.

De acordo com Burgos (2015) Arduino é um "hardware" (circuito eletrônico) cujo principal componente é um circuito integrado (chip ou CI) micro controlador da família ATMEL. Micro controladores são CI´s que podemos programá-los para realizar as funções que queremos. Há diversos tipos de micro controladores na eletrônica, porém o Arduino tem algumas vantagens sobre os demais principalmente nos quesitos preço (é relativamente barato perto dos demais) e na facilidade de programação pois utiliza a linguagem C/C++.

Para Monk (Ano Desconhecido), o micro controlador Arduino é uma pequena placa de micro controlador contendo um plugue de conexão USB (universal serial bus) que permite a ligação com um computador. Além disso, contêm diversos outros terminais que permitem a conexão com dispositivos externos, como motores, relés, sensores, diodos a laser, alto-falantes e demais dispositivos. Eles podem ser controlados diretamente pelo computador ou então podem ser somente programados, em seguida, desconectados, permitindo assim que trabalhem independentes.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Figura 5 - Arduino



Fonte: Burgos (2015)

Arduino foi projetado para ser utilizado nas mais variadas formas de controle quer sejam sensores ativos ou passivos.

Segundo Gertz (2012), podemos utilizar no Arduino sensores de temperatura, fumaça, fotômetros etc.

De acordo com Evans (2011) todo o projeto Arduino tem em sua prática a filosofia do hardware livre. O hardware livre busca a colaboração compor um resultado final. Ele desenvolve um modelo colaborativo entre os desenvolvedores de hardware e outros contribuintes ao redor do mundo. Ao invés de sistemas fechados, projetos em código aberto permite o acesso aos arquivos de outros projetos, realizando melhorias e redistribuindo novos aplicativos para a comunidade. O ecossistema Arduino incorpora em sua filosofia a abertura do design, arquitetura eletrônica e colaboração massiva. Notamos então o hardware Arduino é flexível podendo atingir o objetivo do projeto proposto pela facilidade na troca de comunicação e colaboração das comunidades e Centros Universitários.

LINGUAGEM DE PROGRAMAÇÃO

A linguagem de programação utilizada no Arduino é C/C++, conhecida pelos programadores, que facilita o desenvolvimento dos códigos.

Ainda segundo Evans (2011), a estrutura dos códigos contém declarações de variáveis, função setup () que roda somente uma vez após o circuito ser acionado. Pode incluir chamadas para outras funções, tais como pinMode (), digitalWrite () e delay (). A função pinMode () é utilizado para definir um pino específico para estados de entrada ou saída. DigitalWrite () é usado para definir o estado de um pino de saída para alto ou baixo nível, utilizado, por exemplo, de forma eficaz para ligar ou desligar um LED. A função loop () estabelece a rotina do programa de forma continua até que um comando manual ou automático indique sua parada. A última

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

função, delay (), faz com que um atraso seja gerado antes do retorno da primeira linha de programação inserida no loop().

Figura 6 - O Arduino Descomplicado e Divertido

```
int ledPin = 10;   // variável inteira LedPin (poderia ter outro nome) ligado no pino 10
void setup() {     // esta função roda só uma vez cada vez que o circuito é ligado
pinMode(ledPin, OUTPUT);    // indica que o led no pino 10 é para saída de dados
}
void loop() {      // esta função roda continuamente enquanto o circuito está ligado
digitalWrite(ledPin, HIGH);  // O pino 10 onde está o led passa para nível alto (acende)
delay(1000);                 // Espera de 1000 milissegundos ou 1 segundo
digitalWrite(ledPin, LOW);   // O pino 10 onde está o led passa para nível baixo (apaga)
delay(1000);                 // Espera de 1000 milissegundos ou 1 segundo
}
```

Fonte: Burgos (2015)

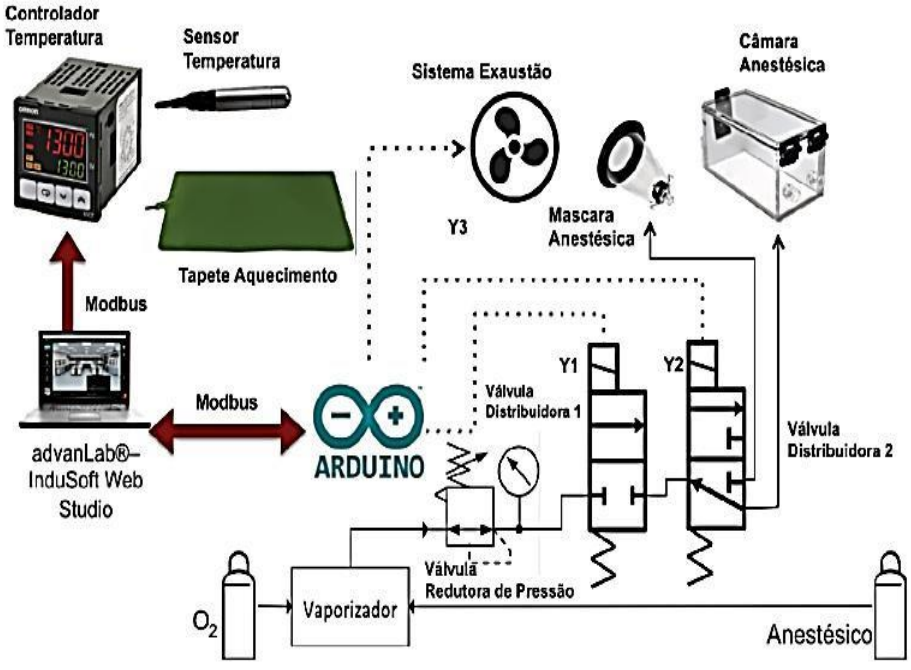
PROJETANDO UM SISTEMA

O projeto de automação de um ambiente envolve: sistema SCADA com interface gráfica, sensores, redes de comunicação, Arduino e protocolo Modbus.

Por meio dos códigos de programação, o Arduino recebe os valores obtido dos sensores e após comparação com os parâmetros de sua linha de código, envia os dados, através do protocolo Modbus, para o sistema SCADA que, por meio da interface gráfica, mostra aos operadores os resultados online para as devidas tomadas de decisão.

O sistema SCADA por estar interligado em uma rede de comunicação facilita acesso remoto ou ainda online dos outros colaboradores envolvidos na análise do processo.

Figura 7 - Solução para Aquisição de Dados para Laboratório



Fonte: Moura (2015)

A ponte de comunicação entre o SCADA e o objeto de monitoramento é o

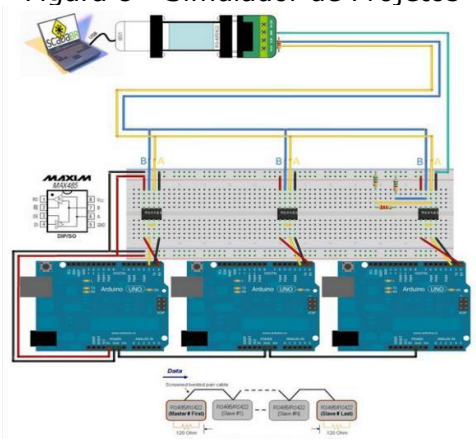
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

arduino. Este utiliza resistores, transistores, circuitos integrados, capacitores, indutores, led´se os mais variados tipos de componentes eletrônicos.

Antes do início do projeto físico utilizamos simuladores para verificar o funcionamento do sistema, na parte lógica e eletrônica. Por exemplo, para alimentarmos os leds, precisamos calcular o valor de um resistor que deve ser colocado em sua ligação para limitar a passagem da corrente. Similar isto com outros componentes como Transistores e circuitos integrados. Logo um entendimento mínimo de cálculos elétricos deve ser realizado para entendimento das grandezas elétricas envolvidas no projeto.

Uma das maneiras de se conhecer mais sobre as ligações dos componentes elétricos é utilizar simuladores como disponível em www.123d.circuits.io, onde podemos montar, compartilhar e avaliar o que os projetistas estão realizando nas integrações dos diversos projetos existentes.

Figura 8 - Simulador de Projetos



Fonte: 123d.circuits (2015)

CONCLUSÃO

O projeto com as tecnologias descritas no trabalho pode ser um elemento muito importante nos controles dos processos onde estão inseridos.

Por ser realizado na plataforma aberta (open), fornece ao projetista inúmeras possibilidades de montagem da solução, bem como a troca de informações com a comunidade do software livre SCADA e hardware livre Arduino.

O fato do sistema SCADA operar por meio de interface gráfica facilita a interação homem x hardware fornecendo segurança na análise e desempenho do sistema.

A compreensão de todas as tecnologias envolvidas é necessária pois muitas são as variáveis presente.

De acordo com Moura (2014) testes devem ser executados para validar a robustez do produto final.

O uso de simuladores facilita a compreensão do projeto e eventuais erros de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cálculos nos circuitos eletrônicos. Há necessidade de compreensão da operação dos componentes para escolha do melhor recurso para o projeto.

Ainda, a pesquisa bibliográfica mostrou a necessidade de constante troca de informações com pesquisadores e meios acadêmicos, além da leitura de materiais complementares, para expansão do conhecimento e possível projeto em ambiente real de produção.

Referências

123D.CIRCUITS. **Scada Simulator.** Disponível em: <www.123d.circuits.io>. Acesso em: 04 out. 2015.
GERTZ, E. JUSTO, P. Atmospheric Monitoring with Arduino EUA, Sebastopol, Maker Press, 2013
BARROS, T.; ADRIÃO D. D. N.; JORGE D. MÁRCIA M. L. D.; VANJA M. F. B.
Desenvolvimento de Supervisórios para Monitoração de Processos Simulados. Anais do XIX Congresso Brasileiro de Automática, CBA 2012.
BOARETTO, N. Sistemas Supervisórios: Instituto Federal de Santa Catarina, Joinville, 2008 http://joinville.ifsc.edu.br/~neury/Sistemas Supervisórios - acessado em 25/08/2015 BRANQUINHO, M.A. Segurança de Automação Industrial e SCADA: Rio de Janeiro, Elsevier,2014
BURGOS L.C. Arduino Descomplicado e Divertido – VOL.1 – São Paulo – Burgos Eletrônica, 2014.
CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA; Roberto da. Metodologia Científica. 6ª edição São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
EBAH. **Sistema Scada.** Disponível em:
<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAfO8EAI/apostila-sistemas-supervisorios-1>.
Acesso em: 04 out. 2015.
EVANS, B. Beginning Arduino Programming, TIA – Apress, 2011. MOTT, A. O que são Sistemas Supervisórios: Automação Industrial,
http://www.automacaoindustrial.info/o-que-sao-sistemas-supervisorios/ - acessado em 22/08/2015
MOURA, D. Desenvolvimento de uma Solução de Aquisição de Dados para Laboratório. Dissertação de Mestrado de Engenharia Mecânica apresentado na Faculdade do Porto/ Portugal. Porto.2014.
SCADABR. **Tela de Monitoramento.** Disponível em:
<http://www.scadabr.com.br/?q=blog/1&page=4>. Acesso em: 04 out. 2015.
SMAR. **Rede Industrial.** Disponível em: <http://www.smar.com/brasil/artigo-tecnico/redes- industriais>. Acesso em: 04 out. 2015.
SOUZA, V. O Protocolo Modbus: Cerne Conhecimento e Desenvolvimento, http://www.cerne- tec.com.br/Modbus.pdf - acessado em 25 /08/2015
WISE.ICPDAS. **Modbus.** Disponível em: <http://wise.icpdas.com/products/WISE-5800.html>. Acesso em: 04 out. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ATIVIDADE PRÁTICA COM ESTUDANTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA FACULDADE ITEANA DE BOTUCATU PARA REALIZAÇÃO DE WORKSHOP DE MARKETING E VENDAS

Daniel Lima Vialôgo (Faculdade Iteana de Botucatu);
danielvialogo@yahoo.com.br*
Helton Forti; heltonforti@aedu.com

Resumo: O mercado de trabalho vem exigindo, com frequência, maior dinamismo por parte dos candidatos a importantes vagas no mundo corporativo. A partir do aprendizado, promovido por meio de atividades que proporcionem ao estudante universitário vivenciar na prática situações pertinentes ao universo dos negócios, de fato, a construção do conhecimento dar-se-á de forma mais contributiva em relação ao futuro profissional dos jovens. Visando aliar teoria e prática, foi proposta uma atividade com estudantes do curso de administração na Faculdade Iteana de Botucatu, com o intuito de organizar um *workshop* de marketing e vendas, no qual são apresentadas propostas de melhorias para empresas da região de Botucatu, ocorrendo simultaneamente uma interação dos estudantes com consultores externos, convidados pelo docente responsável pelos trabalhos dos alunos. Considerando a estrutura do evento proposto, no qual são consideradas situações reais do mercado, o conhecimento se constrói de maneira ativa e eficiente, despertando no aluno o senso crítico empreendedor, favorecendo a formação de agentes de mudança para a sociedade e as organizações.

Palavras-chave: Marketing; Empreendedorismo; Senso crítico; Aprendizado; Estudante.

Abstract: The job market comes frequently demanding greater dynamism on the part of the candidates to important places in the corporate world. From the learning, promoted through activities that provide the College students experience in practice situations relevant to the world of business, in fact, the construction of knowledge will be more contributive to the future of young professional. In order to combine theory and practice, it was proposed an activity with students of administration in Iteana of Botucatu College, to organize a workshop on marketing and sales, which are proposals for improvements to enterprises in the region of Botucatu, occurring at the same time a students' interaction with external consultants invited by the Professor responsible for the work of the students. Considering the structure of the proposed event, in which are considered real market situations, to build knowledge actively and efficiently, awakening in the critical sense student entrepreneur, favoring the formation of agents of change for society and organizations.

Keywords: Marketing; Entrepreneurship; Critical thinking; Learning; Student.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta um breve relato de experiência referente à realização de um workshop de marketing e vendas com alunos do 3° ano do curso de administração na Faculdade Iteana de Botucatu.

Trata-se de trabalhos desenvolvidos pelos alunos, atuando como consultores, que apresentam propostas em um encontro no formato de workshop de negócios. A atividade foi criada em 2013 pelo docente responsável pela disciplina de marketing, com apoio da coordenação e direção da faculdade.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O evento ocorre anualmente no último dia letivo de aula, no mês de novembro, onde os alunos do curso de administração apresentam propostas de melhoria para empresas da região de Botucatu. Os trabalhos envolvem um plano de ação, visando propor ações para a força de vendas de uma empresa.

Os trabalhos são desenvolvidos durante o segundo semestre letivo, mediante acompanhamento e orientação por parte do docente responsável, ocorrendo em novembro as apresentações no evento sob o título: Workshop de Marketing e Vendas O Aprendiz.

Durante a elaboração dos materiais, os estudantes visitam as empresas atuando como consultores, fazem registros e confeccionam um trabalho constando melhorias com foco em marketing e vendas.

A atividade surgiu com o intuito de possibilitar ao estudante do curso de administração a construção do conhecimento por meio de uma vivência prática e real, permitindo a aquisição de competências que o tornem diferenciado e apto para desafios no universo corporativo.

A competência é entendida como a integração entre os seguintes saberes: conceitual (saber), procedimental (saber fazer) e atitudinal (ser). São aprendizagens integradoras que envolvem a reflexão sobre o próprio processo de aprendizagem (Pinto, 1999 apud Barrenne et al, 2004, p. 47).

Considerando a atuação dos alunos, no projeto em questão, como consultores de empresas selecionadas para estudo na região de Botucatu, a atividade permite ao estudante ingressar em um processo de aprendizagem ativo e diferenciado, contribuindo com a formação do jovem autônomo e eficiente para o mercado.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Com base nos conteúdos da disciplina Administração de Marketing, a qual é ministrada para o terceiro ano do curso de administração de empresas, os alunos formam equipes para atuarem como consultores de uma empresa. A partir da formação das equipes, são eleitos líderes que representarão os grupos.

Mais especificamente, o trabalho envolve eixos temáticos relacionados à plano de vendas, plano de marketing, mix de comunicação e administração da força de vendas. Com base nos tópicos em questão, o estudante desenvolve habilidades que lhe possibilitarão desenvolver um olhar crítico vantajoso para efeito de sua formação pessoal e profissional.

De fato, nota-se a relevância do marketing para profissionais que buscam por vantagens competitivas e estratégicas, ou seja, que pretendem desenvolver habilidades que viabilizem um posicionamento estratégico vantajoso no atual contexto competitivo no qual pessoas e empresas estão inseridas.

Sobre o profissional de marketing do futuro, Kotler afirma que:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Esses profissionais devem ter sólidas habilidades quantitativas associadas a habilidades qualitativas bem desenvolvidas; devem ter uma atitude interdependente e empreendedora, mas também saber trabalhar em estreita harmonia com outros departamentos, como vendas e eles devem captar a "voz" e o ponto de vista dos consumidores sem deixar de ter aguçada visão financeira de como o marketing cria valor dentro de suas organizações (Kotler, 2012, p. 15).

Ao elaborar o trabalho, identificando pontos a melhorar no negócio, sugerindo melhorias através de um plano de ação devidamente detalhado e coerente, o aluno desenvolve importantes habilidades que lhe ajudarão a aprimorar seu aprendizado, contribuindo com seu incremento profissional.

Por meio desta atividade, os alunos compreendem, na prática, as dificuldades para diagnosticar um negócio e sugerir melhorias, e promover a construção do conhecimento de forma ativa. Ou seja, a partir da mecânica de aprendizado proposta pelo docente atuando como mediador, os estudantes assimilam o conteúdo por meio da metodologia ativa, na qual o estudante é estimulado a aprender fazendo, pesquisando e conhecendo.

Segundo Freire (2011), pesquiso para constatar, constatando, intervenho, intervindo educo e me educo.

Através da pesquisa, é possível o indivíduo exercitar o senso investigativo, adquirindo novos conhecimentos que favorecerão seu posicionamento proativo e coerente na sociedade e no universo corporativo.

Para Perrenoud (1999), ligar o desconhecido ao conhecido, o inédito ao já visto, está na base de nossa relação cognitiva com o mundo. Desta forma, o processo de aprendizagem torna-se algo mais eficaz para a vida do indivíduo por estimulá-lo a investigar e buscar novos conhecimentos.

Considerando a metodologia ativa, enquanto o docente atua como mediador, o aluno é o investigador, ou melhor, pesquisador, selecionando os instrumentos que julgar necessários para responder ao desafio (ou situação problema exposta) com argumentos válidos e coerentes.

Para início dos trabalhos, visando a realização do workshop para apresentação das ideias propostas sobre marketing e vendas, primeiramente os alunos selecionam uma empresa da região de Botucatu, seguindo logicamente orientações fornecidas pelo docente, onde cada equipe trabalhará com uma empresa diferente.

A empresa será objeto de estudo de cada equipe para desenvolvimento da atividade que consiste na elaboração de um plano de ação visando apresentar melhorias para a força de vendas do negócio.

Durante o desenvolvimento dos trabalhos, os alunos visitam a empresa estudada para:

- Entrevistar o empresário e conhecer a estrutura da empresa;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Compreender as características do mercado;
- Analisar produtos e serviços da empresa;
- Tabular dados e obter um diagnóstico.

É importante ressaltar que a atividade se divide em cinco momentos:

- Os alunos selecionam com qual empresa irão trabalhar;
- Realizam visitas à empresa para coleta de informações;
- Orientações e acompanhamento do docente em sala de aula;
- Elaboração do trabalho em Word e Power Point;
- Apresentação dos trabalhos no workshop.

Ao término da montagem dos trabalhos, contendo informações sobre a empresa e o plano de ação proposto, realiza-se o workshop, evento no qual estarão presentes os alunos organizados em suas equipes, representantes de cada uma das empresas selecionadas para estudo e dois consultores convidados pelo docente, os quais elaboram perguntas para interagirem com os alunos após as apresentações, no formato de mesa redonda para debate e discussões.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

O Workshop de Marketing e Vendas descrito no presente trabalho é um encontro de negócios que divide-se em quatro partes:

- Primeira parte do evento: exposição das empresas, onde cada empresa participante organiza um showroom no formato de estande para exposição de seus produtos;
- Segunda parte: cada grupo apresenta em Power Point o diagnóstico sobre a empresa, bem como o plano de ação com sugestões de melhoria para a força de vendas do negócio;
- Terceira parte: Os líderes (um por equipe) sobem ao palco para compor a mesa da sala de reuniões, onde respondem a um jogo de perguntas elaboradas pelos consultores convidados pelo docente;
- Quarta parte: O docente encerra o evento concedendo um feedback às equipes quanto ao desempenho.

O evento permite uma real interação entre a Faculdade Iteana de Botucatu e empresas da região, as quais são selecionadas pelos alunos para desenvolvimento dos projetos.

Por meio da proposta pedagógica, centrada na metodologia ativa de ensino e aprendizagem, na qual está inserido o Workshop de marketing e vendas em questão, o estudante aprimora a comunicação oral, desenvolve competências essenciais para o mundo dos negócios e compreende inclusive fundamentos relacionados a postura ética e sustentável em prol do trabalho em equipe.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

BARRENE, María Etiennette Irigoin; ZUNIGA, Fernando Vargas. Competência Profissional: manual de conceitos, métodos e aplicações no setor de saúde. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2004.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo, Paz e Terra, 2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

PERRENOUD, Philippe. Construir as competências desde a escola. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ESTILOS DE LIDERANÇA: UM ESTUDO DE CASO JUNTO AOS GESTORES DA COMPLETA COMÉRCIO DE FERRAGENS E UTILIDADES EIRELI.

Willyams Reinnier Vilela Dota (ITE): willyams.reinnier@gmail.com; José Munhoz Fernandes (ITE): munhoz@ite.edu.br

Resumo: O presente trabalho discutirá o tema liderança nas organizações. Num primeiro momento, visitando algumas das principais teorias a ele relacionadas e no estágio seguinte, utilizando-se de uma pesquisa de campo, de abordagem qualitativa, conhecer o estilo de liderança dos gestores de uma empresa do ramo atacadista, localizada no interior do estado de São Paulo. Para tanto foi aplicado um questionário, com objetivo de se conhecer os estilos de liderança da população pesquisada, composta de nove pessoas. Os resultados demonstraram que os gestores se enquadram num grau alto em relação ao estilo da liderança autocrática, num grau médio em relação ao estilo de liderança democrática e, consequentemente, num grau médio de liderança compartilhada ou bidimensional, ou seja, de preocupação média com a produtividade e a equipe. Com isso, pretende-se discorrer sobre a importância do papel da liderança nas organizações.

Palavras-chave: Organizações, Gestão de Pessoas, Liderança.

Abstract: This paper will discuss the theme of leadership in organizations. At first, visiting some of the main theories related to it and the next stage, using a field of research, a qualitative approach, knowing the leadership style of the managers of a company of the wholesale branch, located in the state of Sao Paulo. To this end, a questionnaire was applied, in order to meet the population's leadership styles studied, made up of nine people. The results showed that managers fall in a high degree to autocratic leadership style, an average degree to democratic leadership style and hence an average degree of shared or two-dimensional lead, or medium concern with productivity and staff. Thus, we intend to discuss the important role of leadership in organizations.

Keywords: Organizations, People Management, Leadership.

INTRODUÇÃO

LIDERANÇA

Segundo Maximiniano (2000), existem muitas definições de liderança. Numa explicação mais simples, a maioria dos autores considera um líder ou "exercer a liderança", quando uma pessoa consegue influenciar o comportamento de outras pessoas. Há também casos em que um grupo influencia outros grupos, como acontece com as sociedades anônimas, cujos investidores – acionistas - dependem que a empresa obtenha lucro. Neste grupo pode-se obter maior influência de um ou alguns pelo poder, pelo cargo ou amizade entre os sócios. De acordo com o autor, esta é a definição de liderança como processo social, a relação entre pessoas. Quando há um líder ou um grupo de líderes e seguidores, têm-se a natureza da liderança.

O autor também afirma que liderança é a realização de uma meta, missão ou objetivo por uma equipe de trabalho. Um homem que conduz com sucesso sua equipe para alcançar objetivos específicos pode ser considerado um líder.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O grande líder é aquele que tem a capacidade de enfrentar as diversas situações no seu dia a dia. A liderança consiste em líderes que levam seus colaboradores a realizar vários objetivos que podem representar valores, motivações, desejos, necessidades e expectativas, tanto de seus liderados quanto de si mesmo.

A essência da liderança está na forma como os líderes enxergam e trabalham seus valores e motivações**,** bem como de seus seguidores. Uma liderança é o uso da influência, não para mandar, mas para conduzir as pessoas por motivos próprios a fazerem de bom grado e levá-los à realização dos objetivos do grupo.

De acordo com Maximiniano (2000), o líder é visto como uma pessoa com diversas qualidades, dotado de virtudes extraordinárias, um grande influenciador de pessoas em diversas situações. O fato é que a liderança, muita vezes, parece ser definida como uma virtude ou qualidade, o que torna algumas pessoas diferentes, pois têm a facilidade para influenciar outras. Abaixo serão analisados os traços de personalidades, motivações e habilidades do líder.

COMPORTAMENTOS E TIPOS DE LÍDERES

Maximiniano (2000) afirma que, quando o grupo fica sem foco, precisa se concentrar no comportamento do líder, neste caso o que se observa é a liderança. O estudo da liderança é a forma como o líder se relaciona com sua equipe de trabalho, seja individual ou em grupo. Os estilos podem ser autocrático, democrático ou liberal, dependendo do tipo do líder, se ele centraliza ou compartilha a autoridade com seus subordinados. O primeiro historiador dessa questão foi Plutarco, que viveu entre os anos de 46 a 120. Ele observou tanto o excesso de democracia, que consiste em buscar a popularidade com os liderados, quanto a tirania e o abuso da autoridade. O conceito não mudou até os dias de hoje.

LÍDER AUTOCRÁTICO

Na ótica de Maximiniano (2000), quanto mais a autoridade estiver focalizada no líder, mais ele se torna autocrático. O líder autocrático visa as atividades da gerência, como as decisoes que não depende de participação ou aceitação. O lado ruim desse estilo é que pode acarretar e tornar-se patológico, transformando-se no autoritarismo, no abuso do poder, como exemplo, podemos citar a tirania que representa violência contra sua equipe.

LÍDER DEMOCRÁTICO

Para Maximiniano (2000), o líder democrático é aquele que influencia o grupo a participar, a expor suas idéias, que incentiva sua equipe de trabalho a tomar decisões, a participar e estimula a proatividade, a iniciativa e compartilha a autoridade com seu grupo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LIDERANÇA E SEUS ESTILOS

Em relação aos estilos o autor tem uma idéia bastante diferente. Ele os classifica basicamente em dois comportamentos: autocracia e democracia como pontos opostos na escala. Tannenbaum e Shimidt *apud* Maximiano *(2000)* desenvolveram a ideia de uma régua dos estilos de liderança, a qual mostra a autoridade de gerente e a liberdade da equipe. Conforme a autoridade se focaliza no líder, a autonomia a independencia do subordinado diminui e vice versa.

A medida que os estudos sobre liderança progrediram, os dois comportamentos passaram a ser visto de forma diferente do normal. Criaram- se outros nomes, liderança orientada para a tarefa e liderança orientada para pessoas. Os dois estilos analisam diferentes comportamentos, que podem ser eficazes ou ineficazes, dependendo da situação.

Na presente pesquisa será este o eixo de investigação: os estilos de liderança.

LIDERANÇA ORIENTADA PARA TAREFA

Maximiniano (2000) afirma que a liderança orientada para a tarefa define os comportamentos classificados no modelo autocrático, o uso da autoridade. Na essência, o líder orientado para a tarefa se preocupa bem mais com a tarefa do que com sua equipe de trabalho, apresentando os seguintes comportamentos:

- Concentra a atividade nos seus liderados ou equipe, focalizando o cumprimento dos prazos e a qualidade;
- Persiste em cumprir objetivos e superar o resultado passado;
- Deixa bem claro a responsabilidade e a atividade de cada integrante da equipe.

Outros comportamentos podem ser classificados como autocrático e distante das outras pessoas. Infelizmente esse comportamento pode degenerar e se transformar em abuso da autoridade como tirania ou ditadura.

LIDERANÇA ORIENTADA PARA PESSOAS

Para Maximiniano (2000), a liderança orientada para as pessoas define os comportamentos no modelo democrático no uso da autoridade. A essência é que o líder procura criar um clima em que a pessoa sinta-se a vontade. O líder tende a apresentar os seguintes comportamentos:

- Centraliza no próprio colaborador ou a equipe, um relacionamento de um para com o outro e no desenvolvimento da capacidade de trabalharem juntos;
- Ouve e presta atenção no que seus colaboradores têm a dizer;
- É amigável com todos os membros da equipe;
- Apóia e ajuda seus subordinados

Outros comportamentos podem ser classificados como: participativo e preocupado com

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

seus subordinados. Mas quando levada ao máximo pode se transformar em tolerante e negligente.

LIDERANÇA BIDIMENSIONAL

Maximinano (2000) afirma que a liderança orientada para a tarefa e liderança orientada para as pessoas, foram vistas como estilos em oposição, muito diferente uma da outra, considerando a autocracia e a democracia, como ideias em conflito. Mas quando a pesquisa da liderança avançou, analisou-se que a tarefa e as pessoas não fazem parte da mesma dimensão, mas no limite do mesmo território. Essa é a visão da liderança bidimensional, o líder pode combinar os dois estilos em seu comportamento, centralizando tanto em um quanto no outro ou em ambas. Esse foi o grande avanço para o estudo da liderança.

METODOLOGIA

A presente pesquisa de abordagem qualitativa teve como ponto de partida uma breve revisão bibliográfica sobre o tema liderança nas organizações, buscando desta maneira uma fundamentação teórica para a discussão do problema.

Inúmeros autores consultados afirmam as características positivas da pesquisa bibliográfica, dentre eles, Barros (2000, p. 70):

> A pesquisa bibliográfica é a que se efetua tentando-se resolver um problema ou adquirir conhecimentos a partir do emprego predominante de informações advindas de material gráfico, sonoro e informatizado.
> [...]. No processo de formação do acadêmico, a pesquisa bibliográfica é de grande eficácia porque lhe permite obter uma postura científica quanto à elaboração de informações da produção científica já existente, à elaboração de relatórios e à sistematização do conhecimento que lhe é transmitido no dia-a-dia.

Segundo Gil (2010, p. 29):

> A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. Todavia, em virtude da disseminação de novos formatos de informação, estas pesquisas passaram a incluir outros tipos de fontes, como discos, fitas magnéticas, CDs, bem como material disponibilizado pela Internet.

Num segundo momento, a investigação foi complementada por meio de um estudo de campo, onde se buscou conhecer as percepções e as atitudes relacionadas ao tema liderança, em especial os estilos, junto aos gestores de uma pequena empresa do ramo atacadista localizada no interior do estado de São Paulo.

Para tanto, no mês de julho de 2015 foi aplicado junto à população de gestores da empresa – nove no total – um questionário elaborado por Maximiano (2000), anexo I, que, com base em 35 pares de afirmativas e as respectivas frequências de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

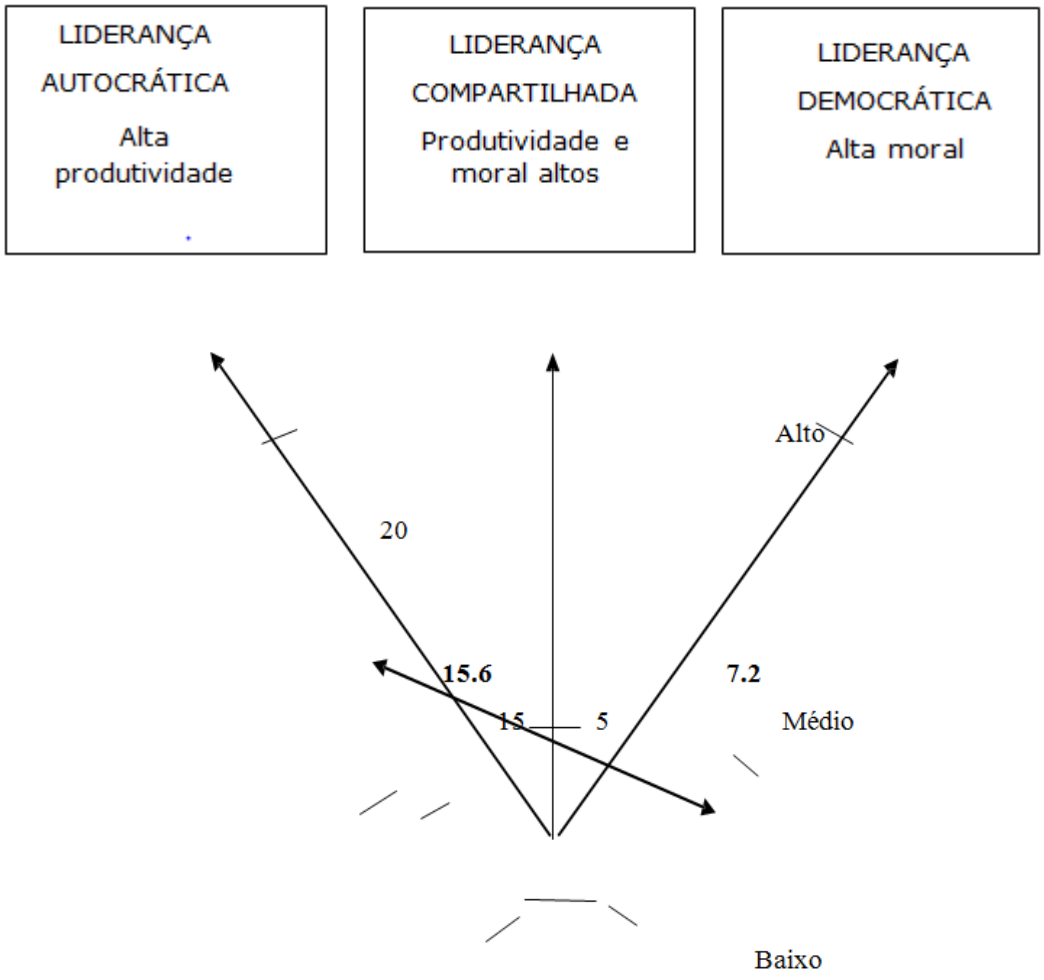
comportamentos do indivíduo, identifica o estilo de liderança do sujeito, quais sejam: liderança autocrática, liderança democrática e liderança compartilhada.

Os nove participantes foram convidados individualmente para participar da pesquisa e receberam o questionário das mãos do pesquisador, que os orientou à respeito, muito embora no próprio corpo do instrumento constassem as orientações necessárias ao seu preenchimento. Todos os questionários entregues retornaram respondidos, o que representa uma participação de 100%.

RESULTADOS, DISCUSSÃO E RECOMENDAÇÕES

Processados os resultados de cada um dos nove questionários, estabeleceu-se para efeito de identificação do perfil da população de gestores, o cálculo da média aritmética simples dos resultados das pontuações obtidas em cada um dos seguintes estilos de liderança: autocrática (foco na alta produtividade) e democrática (foco no alto moral da equipe), derivando-se, conforme instruções do questionário e por meio do traçado de uma reta entre os dois resultados a classificação do estilo de liderança compartilhada, ou seja, aquela que possui foco em ambos: produtividade e moral.

Gráfico 1 - Resultados encontrados dos estilos de liderança



Fonte: autores

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Da análise dos resultados, verifica-se que consideradas as médias encontradas nos estilos de liderança autoritária (15,6) e democrática (7,2) e traçada a reta entre os dois pontos no gráfico 1, temos que a população de gestores da empresa pesquisada se encontra no grau médio em relação ao estilo de liderança compartilhada, ou seja, a preocupação com ambos os objetivos (produtividade e pessoas) encontra-se no grau médio.

De acordo com Maximiano (2000), a liderança orientada para a produtividade e a liderança orientada para pessoas, a princípio, foram consideradas estilos em oposição, excludentes, como também se pensava a respeito do estilo autocrático e democrático.

Entretanto, destaca o autor, à medida que as pesquisas sobre liderança foram avançando, verificou-se que produtividade e pessoas não são polos opostos da mesma dimensão, mas limites do mesmo território. Essa é a visão bidimensional de liderança, segundo a qual o líder pode combinar perfeitamente os dois estilos em seu comportamento, ou enfatizá-los simultaneamente. A ideia proporcionou grande avanço para os atuais estudos sobre liderança, finaliza o autor.

Assim, verifica-se especificamente no caso da empresa pesquisada que os gestores se enquadram dentro dessa, que pode ser considerada uma abordagem recente dos estudos sobre liderança: bidimensional, possuindo, conforme observamos nos resultados um grau médio de preocupação com ambos: produtividade e pessoas.

Recomenda-se, a título de sugestão apenas, que a empresa pesquisada invista no treinamento de seus gestores objetivando melhorar ainda mais o grau de liderança compartilhada de seus gestores, deslocando do grau médio para o grau alto no futuro.

REFERÊNCIAS

BARROS, Aidil Jesus da Silveira. **Fundamentos de metodologia científica.** 2. ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração.** São Paulo: Atlas, 2000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ANÁLISE DE EXPERIÊNCIA NO SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE NA FARMÁCIA UNIMED BAURU

Rubiane Aparecida Fonseca Gomes (Senac Bauru); ruby.tel@hotmail.com* Fernanda Luiza Diório (Senac Bauru); nanda_diorio@hotmail.com

Leandro Peres Marcomini (Senac Bauru);leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Resumo: A Farmácia Unimed Bauru é referência no segmento de mercado, pois é certificada pela ISO9001 desde 2012 e obteve ganhos econômicos onde foi implementado um cronograma realizado sem auxílio de consultorias externas, a qual todo o processo de implantação teve acompanhamento da Alta Direção. Passou por vários processos de auditorias da qualidade e atualmente foi auditada por uma certificadora, mantendo a sua certificação. Um dos seus principais objetivos é atender a expectativa do cliente e aumentar a produtividade, sua política da qualidade menciona o investimento profissional. Seus indicadores são passivos de pesquisa de satisfação e treinamentos de capacitação de seus colaboradores e gestão gerencial, seu escopo de certificação é voltado apenas para medicamentos que são vendidos sob prescrição médica conforme a RDC344. Para atender a necessidade da empresa é fundamental a importância do controle do produto não conforme, conciliando com as normas da ANVISA e obtendo conscientização dos colaboradores. Há três anos que a Farmácia é passiva de auditorias, e em apenas uma ocasião foi detectada uma não conformidade, ou seja, os seus processos são padronizados, executados, verificados e colocados em ação seguindo sempre o ciclo PDCA. Assim, visando sempre a melhoria continua nos processos organizacionais, fidelizando o seu público e atingindo as suas respectivas metas. Já, o sistema de gestão qualidade é responsável por realizar o controle dos procedimentos operacionais, registros, ações corretivas e preventivas, desenvolvendo indicadores de gestão e capacitando auditores da qualidade para diagnóstico e conhecimento da norma ABNT ISO9001:2008 sendo designados os auditores mais experientes para as auditorias.

Palavras-chave: Farmácia. Auditoria. Qualidade.

Abstract: Unimed Pharmacy Bauru is one of the references in the industry because it is ISO9001 certified since 2012 and got an economy, which was implemented an accomplished schedule without assistance of outside consultants, which the whole implementation process was under the supervision of top management. Unimed Pharmacy Bauru went through several quality audits of processes and was currently audited by a certification and has maintained its certification. One of its main goals is to meet customer expectations and increase productivity, the quality of the policy mentions the professional investment. Its indicators are search liabilities of satisfaction and empowerment training of its employees and managerial management, the scope of certification is only for medicines that are sold by prescription as a RDC344, ie controlled. To meet the need for it is the fundamental importance of the product control nonconforming, reconciling with the rules of ANVISA and getting awareness of employees. Since 2012 the Pharmacy is passive audits and only once was known non-compliance, i.e., its processes are standardized, performed, recorded and put into action always following the PDCA cycle. So, always seeking continuous improvement in organizational processes, the loyalty of its audience and reaching their respective goals. But the quality management system is responsible for performing the control of operational procedures, records, corrective and preventive actions, develops indicators of management and enables quality auditors for diagnosis and knowledge of ABNT ISO9001: 2008 and the most experienced auditors appointed for the audits.

Keywords: Pharmacy. Audit. Quality.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ao longo de sua existência no mercado, a Farmácia Unimed Bauru foi fundada em 2002 com intuito de oferecer benefícios no Sistema Unimed toda a linha de medicamentos a preços menores que do mercado em geral, sendo oferecido, ainda, produtos de higiene pessoal e beleza.

Para o médico cooperado, a Farmácia Unimed garante que sua prescrição será seguida rigorosamente por profissionais altamente capacitados para o atendimento ao público. Com isso, a Farmácia Unimed Bauru tem contribuído de forma significativa para que o beneficiário tenha conforto e qualidade, e o médico cooperado possa atuar com segurança quando da prescrição médica. Convênios com empresas-clientes também permitem a comodidade do desconto direto em folha de pagamento.

No ano de 2012, para ser um diferencial no mercado foi então decidido adquirir o selo de qualidade da ISO9001, conquistando a certificação e passando a ser referência em vendas de medicamentos e correlatos.

A certificação da ISO9001 na Cooperativa Médica em Bauru é vivenciada desde meados de 2006, pela qual possui a certificação da Sede administrativa. A Empresa é constituída pelo Sistema de Gestão Integrada, a qual é responsável pela qualidade, meio ambiente e responsabilidade social.

Atualmente, podemos contar com uma analista de SGI, um assistente de SGI, um representante da direção e o quadro de trinta e cinco auditores da qualidade interno, a qual são capacitados e preparados para realização de auditorias conforme a norma ABNT ISO9001:2008. A empresa busca reconhecimento no mercado e avalia os seus processos através de indicadores da qualidade, desde que atenda os objetivos traçados em sua matriz de objetivos e metas, atualmente sua principal finalidade é satisfazer a expectativa de seus clientes.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

A Unimed Bauru Sede é certificada na norma ABNT NBR ISO9001:2008 desde de 2006, sendo recertificada em janeiro de 2009 e novamente em fevereiro de 2012. A necessidade de certificação da comercialização de planos de saúde se deu em virtude do atendimento à exigência de clientes multinacionais. A organização e padronização dos processos também chamaram a atenção da Unimed Bauru.

O processo de certificação da Sede Unimed Bauru levou aproximadamente 3 anos, devido à complexidade dos processos. O processo de certificação da Farmácia Unimed Bauru levou 11 meses, pois foi uma extensão da padronização utilizada na Sede à Farmácia. Todo o processo de implementação da norma ISO9001 foi acompanhado pela alta direção, sendo decisiva em algumas tomadas de decisões.

Em 2010 foi realizada uma reunião entre a alta direção e SGQ, onde o objetivo seria o estudo de viabilidade de implantação da norma ISO9001 na Farmácia Unimed. Após a realização do estudo e a apresentação do mesmo à alta direção em outubro de 2010 foi oficialmente iniciado o processo de certificação da Farmácia Unimed.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A criação, padronização e maturidade dos indicadores alcançados na Sede Unimed levaram a alta direção optar pela certificação ISO9001.

A estruturação documental foi totalmente refeita pelo SGQ, para atender às necessidades da Farmácia Unimed. Assim, como o controle de produtos não conforme na Farmácia foi repensado, onde a conscientização dos colaboradores seria de fundamental importância para o sucesso do controle de produto não conforme e controle ambiental, conciliando o SGQ com as normas da ANVISA.

As competências dos colaboradores foram revisadas e ajustadas pela área de Recursos Humanos, conforme a função de cada um e criada uma matriz de competências para a Farmácia Unimed Bauru.

O SGQ estruturou todo o controle de ações corretivas/preventivas e melhorias continuas para evidenciar que a organização está de acordo com o PDCA sugerido pela norma ISO9001.

O controle de auditores internos da qualidade foi rigorosamente refeito, onde dados para análise são gerados em tempo real para o acompanhamento do processo de auditorias internas.

PROJETO

O projeto definido pelo SGQ comtemplava a verificação de todos requisitos ISO9001, passando pelo estudo dos processos e otimização dos mesmos. Após o mapeamento de processo a definição da Política da Qualidade, escopo da certificação, confecção do Manual da Qualidade, definição de auditorias internas, ações corretivas, auditoria de pré-certificação, análise crítica da alta direção e finalmente a certificação.

OBJETIVOS

Os objetivos e metas do SGQ também foram definidos conforme as diretrizes da Unimed Bauru, sempre alinhada com a política da qualidade e escopo da certificação. Durante o mapeamento de processos foi de fundamental importância o levantamento, criação e estruturação dos indicadores de qualidade para evidenciar que os objetivos e metas da organização estavam sendo cumpridos.

PROCESSOS

Nesta etapa da implantação da norma ISO9001 os mapeamentos de processos estavam sendo finalizados e os primeiros Procedimentos Operacionais (PO) estavam em fase final. Os 6 procedimentos documentados exigidos pela norma já se encontravam finalizados (PO's de documentos, registros, não conformidades, ação corretiva, ação preventiva e auditoria interna). Os auditores treinados já estavam prontos para realização da auditoria de diagnóstico, sendo assim designados os auditores mais experientes para realização desta auditoria específica.

AÇÕES CORRETIVAS E PREVENTIVAS

Após a realização da auditoria interna foram abertos os RMC's, RNC's e RACP's para as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

devidas tratativas do sistema de gestão como um todo. Este período durou em torno de 30 dias, tempo que os processos tinham para realizar as ações e melhorias descritas ao SGQ. Os ajustes foram feitos já visando a auditoria de certificação.

ANÁLISE CRÍTICA

Foi realizada a reunião de análise crítica com a alta direção, onde todos os resultados do SGQ foram apresentados. Algumas tomadas de decisão foram decididas, visando a melhoria contínua do SGQ da Farmácia Unimed Bauru.

Durante a reunião ficou decidido a realização de uma auditoria de pré- certificação para a abordagem de uma opinião externa de todo o trabalho realizado até o presente momento.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

No dia 28 de setembro de 2011 a Farmácia Unimed Bauru foi recomendada para a certificação ISO9001, não havendo não-conformidades, em um tempo recorde de 11 meses, finalizando o projeto de certificação da Farmácia Unimed Bauru com sucesso.

Atualmente a Farmácia foi recertificada no ano de 2014 mantendo o selo da qualidade ISO9001, onde os auditores internos são passivos de experiências na gestão, capacitados para execução das auditorias internas e desenvolvem indicadores apontando melhorias continuas nos processos organizacionais da empresa.

REFERÊNCIAS

PORTARIA 344. Aprova o Regulamento Técnico sobre substâncias e medicamentos sujeitos a controle especial. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/hotsite/talidomida/legis/Portaria_344_98.pdf Acesso em 14 de setembro de 2015.

TAKAC, S. T.; SILVA, T. R.; MARTINS, D. L. C. C. LOGÍSTICA DE SERVIÇOS: APLICAÇÃO DO CICLO PDCA NO TRANSPORTE COLETIVO URBANO**,** Campinas, p.255-264, 28 jun. 2013.

UNIMED BAURU. Relatório Anual Sustentável 2010. Disponível em: http://portal.unimedbauru.com.br/portal/upload/relatorio_anual_2010.pdf Acesso em 05 de setembro de 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL - SGA - DO SENAC BAURU

Paula Sant'Anna Battassini (representante do SGA e mediadora de rede - Senac Bauru);
paula.sabattassini@sp.senac.br

Resumo: Este trabalho relata a experiência sobre os processos e as práticas do Sistema de Gestão Ambiental implantado na unidade do Senac Bauru, assim como o Programa Ecoeficiência inserido neste conjunto de procedimentos e medidas definidas que permitem reduzir e controlar os impactos gerados por um empreendimento sobre o meio ambiente. A base para o planejamento e implementação deste Sistema de Gestão e Certificação Ambiental é o compromisso com o meio ambiente do Senac São Paulo, que deve ser documentado além do cumprimento da legislação ambiental (Federal, Estadual e Municipal) aplicável as suas atividades, produtos e serviços. O SGA do Senac Bauru tem como finalidades implementar efetivamente o compromisso com o meio ambiente, permitir a divulgação de experiências de gestão ambiental implementadas nas unidades do Senac São Paulo, criar um mecanismo de avaliação do Programa Ecoeficiência e possibilitar a certificação das unidades em função do estágio de implementação, de acordo com critérios corporativos. Eficiência trata de como fazer, refere-se à produtividade, em fazer mais com o mínimo de recursos possíveis, ou seja, fazer certo. Por outro viés, eficácia trata do que fazer e está relacionada à escolha. Depois de escolhido o que fazer, fazer esta coisa de forma produtiva leva à eficiência. Vale destacar que a eficácia é o grau em que os resultados de uma organização correspondem às necessidades e aos desejos do ambiente externo. Os principais objetivos deste sistema é o uso eficiente de água e energia elétrica; a redução do consumo de materiais e de resíduos; a reutilização e reciclagem de materiais; a introdução de programas e atividades que contribuam para a eficiência ambiental em conjunto com a economia financeira e a disseminação interna e externa da consciência ambiental.

Palavras-chave: Gestão Ambiental. Sistema de Gestão Ambiental. Indicadores de Ecoeficiência.

Abstract: This paper describes the experience on the Environmental Management System practices deployed in the unity of Senac Bauru, as well as the Eco-efficiency Program entered in this set of procedures and measures set that reduce and control the impacts generated by an enterprise on the environment. The basis for the planning and implementation of Environmental Management and Certification System is the commitment to the environment Senac Sao Paulo, which should be documented beyond compliance with environmental regulations (Federal, State and Municipal) applicable to its activities, products and services. The EMS Senac Bauru has as its purpose effectively implement their commitment to the environment, allowing the dissemination of environmental management experiences implemented in units of Senac São Paulo, creating a mechanism for evaluating the eco-efficiency program and enable the units certification due to the implementation stage, according to corporate criteria. Efficiency is the how to make, refers to productivity to do more with the minimum possible resources, or to right. On the other bias, efficacy comes to what to do and is related to the choice. After choosing what to do, do this thing productively leads to efficiency. It notes that the effectiveness is the degree to which the results of an organization correspond to the needs and desires of the external environment. The main objectives of this system is the efficient use of water and electricity; reducing the consumption of materials and waste; reuse and recycling of materials; the introduction of programs and activities that contribute to environmental efficiency in conjunction with the financial economy and the internal and external dissemination of environmental awareness.

Keywords: Environmental management. Environmental management system. Eco-

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

efficiency indicators.

INTRODUÇÃO

Crenças e princípios vão envolvendo as experiências das organizações que precisam manter seu senso ético e social, incluindo os seus valores como sendo um conjunto de conceitos que representam os atos e intenções de seus fundadores, administradores e colaboradores em geral.

A organização que não buscar adequar suas atividades ao conceito de sustentabilidade está fadada a perder competitividade em curto ou médio prazo. Muitas vezes, os investimentos em gestão ambiental são direcionados por fatores competitivos, mas existem fatores diversos que determinam a realização de investimento nesta área por parte de empresas dependendo de sua realidade. Assim, o empresário e o investidor que antes viam a gestão ambiental como mais um fator de aumento de custos do processo produtivo se depara com vantagens competitivas e oportunidades econômicas de uma gestão responsável dos recursos naturais (KRAEMER, 2000).

Em consonância com a sua missão o Senac Bauru adota princípios corporativos norteadores de sua atuação, em especial o princípio 01 que trata do resp e ito à Legislação, às normas e aos demais requisitos ambientais aplicáveis a suas atividades, produtos e serviços.

O princípio 02 aborda a contribuição ao desenvolvimento sustentável, incorporando a variável ambiental nos seus processos de gestão e projetos de educação, treinamento e capacitação. E o princípio 03 que versa sobre a sua a tu a çã o como agente de desenvolvimento e disseminador de práticas e posturas ambientalmente responsáveis.

Esta Política Ambiental da Rede Senac, baseada no conceito de Ecoeficiência é compatível com a NBR ISO 14001. De acordo com Seiffert (2006, p. 32) "A norma ISO 14001 orienta o gerenciamento das atividades e dos aspectos ambientais decorrentes de processos, produtos e serviços das organizações".

O SGA da instituição surgiu com o racionamento compulsório de energia elétrica exigido pelo Governo Federal no ano de 2001, no qual deveria haver uma economia de 30% no consumo da energia elétrica em um período de 9 meses. Posteriormente houve uma oportunidade de ampliação dessa prática e passou a envolver outros aspectos, além da relevância administrativa e financeira de um SGA.

De acordo com Valle (2006), sistema é um conjunto de elementos interconectados, de modo a formar um todo organizado. Gestão Ambiental consiste em um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos que, se adequadamente aplicados, permitem reduzir e controlar os impactos introduzidos por um empreendimento sobre o meio ambiente.

A estrutura de trabalho da organização a respeito do SGA compreende:

Coordenação e Desenvolvimento pela Gerência de Materiais e Serviços (GMS), a qual

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tem a função de dar suporte, orientar e direcionar os trabalhos de ecoeficiência na Instituição.

Representantes do Programa Ecoeficiência, sendo um profissional de cada unidade responsável pela interlocução da unidade com a sua coordenação executiva e o Comitê do SGA responsável pela implementação e operação do sistema, pela realização de reuniões de análise crítica e pela programação e execução das ações ambientais. Seus membros disseminam as ações do Programa Ecoeficiência e desenvolvem atividades ambientais voltadas para a realidade de onde estão inseridos.

A auditoria interna para a certificação ambiental das unidades é realizada pela Gerência de Materiais e Serviços (GMS) da organização e foram estabelecidos três níveis de qualificação (Nível 1, Nível 2 e Nível 3) o que permite que cada unidade obtenha um certificado ambiental de acordo com a abrangência (Colaboradores e alunos para o Nível 1/ Fornecedores para o Nível 2 / Comunidade para o Nível 3) do seu sistema de gestão ambiental e que busque a progressão de nível com o tempo.

Em seu nível mais simples foram definidos os requisitos básicos para o atendimento do compromisso com o meio ambiente, valor da organização já apresentado anteriormente, e o atendimento das demandas corporativas do Programa Ecoeficiência. O nível mais elevado prevê desde o envolvimento do público interno (colaboradores, terceiros e alunos) até a comunidade em que as unidades estão inseridas.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

A unidade do Senac Bauru foi certificada no final de 2014 com o nível 3, visto que é o nível de qualificação mais elevado no qual abrange atuação com colaboradores, alunos, fornecedores e comunidade. Atualmente são 7 colaboradores de diferentes setores que integram o Comitê do SGA da unidade, incluindo a representante do Programa Ecoeficiência e representantes dos setores administrativo, biblioteca, docentes e limpeza.

As reuniões do comitê são mensais e muitas datas comemorativas são vistas como oportunidades para as suas ações e projetos de educação ambiental, como o dia mundial da água, a semana integrada do meio ambiente - SIMAB, o dia do cerrado e o dia mundial da limpeza de rios e praias.

O programa Ecoeficiência surge para contribuir na implementação do SGA que é compreendido como um conjunto de medidas e elementos interconectados, com procedimentos determinados e adequadamente aplicados de forma a minimizar e controlar os impactos ambientais.

Quadro 1 - Procedimentos Básicos do SGA SENAC

PROCEDIMENTO 1	Indicadores de Ecoeficiência
PROCEDIMENTO 2	Monitoramento da qualidade de água
PROCEDIMENTO 3	Limpeza e desinfecção de reservatórios e rede hidráulica

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROCEDIMENTO 4	Limpeza e desinfecção de bebedouros
PROCEDIMENTO 5	Coleta seletiva de resíduos sólidos
PROCEDIMENTO 6	Coleta e destinação de lâmpadas fluorescentes
PROCEDIMENTO 7	Destinação de pilhas e baterias

O monitoramento e avaliação do desempenho ambiental da unidade tem como base os indicadores do Programa Ecoeficiência, os objetivos e metas do SGA. O comitê estabelece e mantem os registros ambientais que devem incluir treinamentos, atas de reuniões de análise crítica dos dados, relatório de auditoria e ações ambientais. A análise crítica é realizada com periodicidade mínima semestral ou quando constatada necessidade que deverá contemplar o estágio de desenvolvimento do sistema, sua eficácia e a avaliação do desempenho ambiental.

Vale ressaltar que o SGA da instituição abrange também as questões de saúde e segurança do trabalhador com a exigência do PPRA – Programa de Prevenção de Riscos Ambientais, do uso de equipamento de proteção individual e do PCMSO – Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional atualizados.

INDICADORES DE ECOEFICIÊNICA

O monitoramento do consumo de água, energia, papel sulfite e copos descartáveis é realizado mensalmente, assim como a produção de pilhas, baterias, lâmpadas fluorescentes e resíduos sólidos. Já a limpeza dos reservatórios de água e análise da qualidade da água são realizadas a cada 6 meses, sendo que a limpeza dos reservatórios está suspensa devido à atual crise hídrica que o estado de SP está vivenciando. A populações fixa (colaboradores do quadro e contratados) e flutuante (alunos e visitantes) também é calculada para permitir correlações com os dados dos indicadores monitorados.

Figura 1 - Planilha dos Indicadores de Ecoeficiência

	Janeiro	Fev	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Média	Total
Informações										
Consumo de energia (em kW/h)	21.006	25.334	27.958	22.592	18.339	17.445	14.332	20.673	21.310	191.788
Custo total com energia (R$)	10.275,84	13.413,69	17.195,88	14.334,46	12.960,7	12.911,	11.209,24	14.060,8	13.896,65	125.069,8
Consumo de água (m3)	75	129	137	139	124	147	114	133	126,4444	1.138
Custo total com água (R$)	1.237,78	2.546,46	2.704,38	2.743,86	2.447,76	2.901,7	3.036,96	3.543,12	2.765,74	24.891,70
Consumo de papel A4 (em folhas)	15.500	10.000	20.000	5.000	17.500	13.500	21.500	14.000	14.625	117.000
Custo total de papel A4 (R$)	300,70	194,00	440,00	110,00	385,00	297,00	473,00	308,00	313,46	2.507,70
Serviço impressão - Zé (em número de folhas A4 - P/B)	11.360	16.850	12.237	9.060	9.150	14.045	21.672	26.677	15.131	121.051
Custo total de sulfite do serviço de impressão - Zé (R$)	220,39	326,89	269,21	199,32	201,30	308,99	613,65	586,90	340,83	2.726,65
Consumo de copos plásticos Total (Unidades)	6.000	6.000	0	0	6.000	0	0	0	2.000	12.000
Custo total dos copos plásticos Total (R$)	480,00	480,00	0,00	0,00	560,00	0,00	0,00	0,00	190,00	1.520,00
Quantidades de lâmpadas fluorescentes Substituídas	63	52	40	12	27	35	13	44	35,75	286
Quantidades de lâmpadas fluorescentes Recicladas	63	52	40	0	39	35	0	57	35,75	286
População (alunos em curso + colaboradores)	1.374	1.928	1.887	1.681	1.598	1.535	1.593	1.702	1.662	13.298

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Média	Total
Informações										
Descarte de Pilhas (unidade)	14	45	35	9	12	53	60	98	40,75	326
Descarte de Baterias (unidade)	2	5	7	2	3	3	7	9	5	38

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Média	Total
Informações										
Resíduos sólidos - coleta de materiais recicláveis - kg	520	490	500	450	400	480	320	380	443	3.540
Resíduos de saúde e químicos - kg	50	52	77	76	67	95	47	86	69	550

É exigido o uso de papel branco certificado FSC, entretanto os princípios da redução,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

reutilização e reciclagem são reforçados permanentemente. As lâmpadas fluorescentes queimadas são conduzidas periodicamente para a reciclagem ao custo de R$1,00 por lâmpada e os materiais recicláveis são coletados para uma das cooperativas da cidade.

As reuniões mensais do comitê têm a finalidade de planejar e organizar as atividades ambientais que seus membros executam, promover um espaço de reflexão sobre o impacto ao meio ambiente que a organização gera, estabelecer estratégias coletivas para minimização destes impactos, analisar criticamente as informações da planilha de indicadores do programa e socializar dados do monitoramento e disseminar informações sobre a temática por meio de uma comunicação virtual frequente e boletins informativos.

Figura 2 - Modelo - Boletim Informativo do Programa Ecoeficiência

ALGUMAS ATIVIDADES AMBIENTAIS PROMOVIDAS

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fotografia 1 - Visita técnica ao aterro sanitário

Fotografia 2 - Cooperativa de recicláveis

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fotografia 3 - Circuito Tela Verde

Fotografia 4 - Circuito Tela Verde

exibições de vídeos e animações em escolas e entidade

Fotografia 5 - Dia Mundial da Água

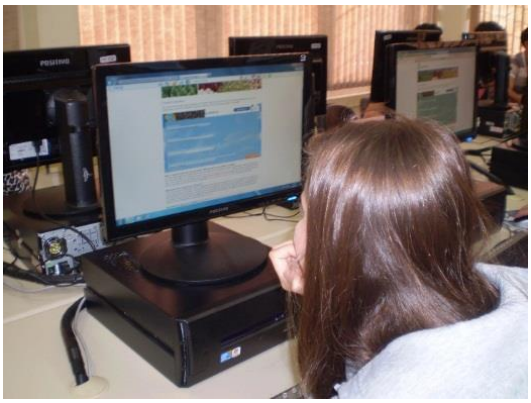
Fotografia 6 - Exposição de fotos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fotografia 7 - SIMAB - Encontro Ambiental
Fotografia 8 – Intervenções

Fotografia 9 - Feira e exposição do Cerrado

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fotografia 10 - Cálculo da Pegada Ecológica

Fotografia 11 - Visita técnica ao DAE

Fotografia 12 - Apresentação cultural

Fotografia 13 - Visita técnica ao DAE

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fotografia 14 - Palestra durante a SIMAB

Fotografia 15 - Dia Mundial de limpeza de rios

Fotografia 16 - Projeto Água Invisível

RESULTADOS E CONCLUSÕES

O sucesso de um SGA depende essencialmente da mudança da cultura e dos hábitos comportamentais dos colaboradores de uma organização. Por este motivo, as atividades ambientais são sempre promovidas de forma contínua e permanente, a fim de sensibilizar os participantes sobre a corresponsabilidade de todos perante a questão ambiental.

Com a implantação do SGA ao longo destes 14 anos, foi possível gerar produtos como: Política Ambiental da Rede Senac, baseada no conceito de Ecoeficiência e compatível

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

com a NBR ISO 14001; Manual de Ecoeficiência, abrangendo política ambiental, objetivos, metas, indicadores e recomendações sobre o uso eficiente da energia, água e materiais; e Sistema Informatizado de Gestão da Ecoeficiência.

Buscar ecoeficiência é melhorar a performance ambiental da organização por meio da otimização ou redução do uso de insumos, como água, energia, materiais e matérias-primas no processo produtivo, além de mitigar impactos ambientais sem perder a eficácia empresarial. Bem difundidos e verdadeiramente praticados, os valores de uma organização promovem a unidade na atitude dos seus colaboradores, influenciam seu comportamento com clientes, parceiros, fornecedores e comunidade, atraem talentos, garantem maior satisfação dos clientes e, principalmente, exercem função fundamental no cultivo da "essência da sua marca".

O Senac é uma instituição educacional contemporânea que contribui para a transformação de indivíduos e organizações por meio de práticas educacionais significativas, comprometidas com a inclusão e a responsabilidade socioambiental.

REFERÊNCIAS

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **ISO 14001 sistemas de gestão ambiental:** implantação objetiva e econômica. São Paulo: Atlas 2. ed., 2006.

VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade ambiental:** ISO 14000. São Paulo: SENAC 4. ed. revista e ampliada, 2002.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Gestão ambiental: um enfoque no desenvolvimento sustentável**, 2008, disponível em [http://www.ambientebrasil.com.br/gestao/des_sustentavel.doc] Acesso em 26 de setembro de 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O PROFISSIONAL SUSTENTÁVEL EM BUSCA DE UM COMPORTAMENTO HOLÍSTICO

Alessandra de Vito Inhesta (DEP, FEB, UNESP); ale_v_i@yahoo.com.br

Palavras-chave: Sustentabilidade. Empreendedorismo. Visão holística

INTRODUÇÃO

Os gestores empresariais são fundamentais para mudanças na economia e na sociedade, principalmente aqueles que vivem em países em desenvolvimento, pois, atentos às reivindicações e influência do mercado, viabilizam a competitividade de empresas nacionais, além de que a credibilidade e a legitimidade de uma empresa está diretamente relacionada à capacidade de responder às demandas da responsabilidade socioambiental.

No cenário atual, a responsabilidade socioambiental deve avançar os níveis de operações do negócio e buscar o diálogo com os *stakeholders* (ALIGLERI; CÂMARA; ALIGLERI ,2002). Essa perspectiva leva a uma conduta de que os gestores, além da busca pelo aumento da produtividade e lucratividade, devem analisar questões ambientais, sociais e éticas. Para isso, é preciso uma visão holística das atividades organizacionais e considerar processos interligados (YOUNG, 2004).

A visão holística como modelo mental é uma reação à visão de um universo fragmentado, caracterizado pelo paradigma mecanicista que vê o mundo como uma máquina (CAPRA, 1997). A nova forma de enxergar o mundo por meio do enfoque holístico inclui a humanidade e a natureza interligados. A maneira pela qual se tem lidado com a natureza, fundamenta-se na visão mecanicista atual do mundo, no orgulho que tal visão proporciona em dominar e controlar a natureza, o que não é uma visão apropriada (VERGARA e BRANCO, 2001).

Segundo Bauer (1999), na perspectiva holística, assim como na visão sustentável, o indivíduo, a sociedade e a natureza formam um conjunto inseparável. Esse aspecto aproxima vários campos de estudos que antes eram investigados separadamente. Para Capra (1997), sobre a visão holística na gestão, é necessário introduzir comportamentos que buscam:

- A reciprocidade, pois todos estão interligados numa vasta rede de relações;
- A movimentação de recursos, desde que o ecossistema permaneça livre de degradações;
- A formação de parcerias e alianças para mudanças organizacionais;
- A flexibilidade, para que o sistema seja dinâmico;
- A variedade da rede de relações, para que a comunidade possa se adaptar às situações de mudança, ter resiliência.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Deste modo, as organizações são as pessoas que as constituem (SANTOS *et al.*, 2006). Neste contexto, os gestores para a construção de negócios sustentáveis devem avaliar suas decisões, os impactos que causarão, possuir habilidades conceituais, humanas e técnicas para implementar mudanças reduzindo os problemas socioambientais.

De acordo com Pereira (2000), o pensamento complexo ou holístico é imprescindível para que as organizações possam evoluir, por intermédio de um processo que inclua o pensamento sistêmico e assim, tenham condições objetivas de responder com maior rapidez às exigências que hoje são colocadas e, ainda mais, que consigam antecipar-se prevendo as possíveis alterações que possam ocorrer no futuro, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Visão holística empresarial

Fonte: Real consultoria e serviços.

Na verdade, deve haver uma reconceitualização dos modelos mentais de gestão empresarial. Partindo deste princípio, o objetivo deste estudo é explicar a importância de uma visão abrangente, transportando-se sempre para o centro da gestão organizacional. A abordagem holística é fundamental para o reconhecimento dos valores da organização, incomum na administração convencional.

MÉTODOS

Para alcançar o objetivo proposto por este estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa, pois segundo Godoy (1995) e Liebscher (1998), a abordagem qualitativa é adequada quando o fenômeno em pesquisa é complexo, de natureza social e é de difícil quantificação, e, normalmente, é utilizado para compreensão do contexto social. Assim, foram analisados artigos relevantes na literatura que apresentam a importância da visão holística e que são condizentes com os atuais desafios enfrentados pelas organizações.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RESULTADOS

A ideia de negócios sustentáveis, apesar de bem aceita atualmente, requer profissionais educados numa perspectiva holística e desafia os modelos institucionais. A maioria das empresas são estruturadas em departamentos, o que dificulta a construção de um saber coletivo, essencial para a inovação e sustentabilidade. Assim, as organizações que superam modelos de gestão verticalizados podem identificar novas oportunidade de negócios.

As empresas de hoje estão envolvidas em uma rede de relacionamentos que integram, além de funcionários, fornecedores e clientes, também investidores, comunidades, governos, organizações não governamentais (ONGs), formadores de opinião e universidades. Essa complexa rede pode estabelecer benefícios comuns e requer, além de uma nova forma de gestão, profissionais preparados para incorporar os pontos de vista dos *stakeholders,* na maneira de fazer negócios.

Assim, segundo o *Global Compact,* programa da Organização das Nações Unidas (ONU), quatro desafios-chave são colocados aos gestores atuais: (I) pensar e agir num contexto global, (II) ampliar o propósito da empresa para além dos resultados econômico-financeiros, (III) colocar a ética como atributo central, (IV) reestruturar a educação dos empresários visando inserir a responsabilidade social empresarial em seus conhecimentos.

CONCLUSÃO

Em um mercado de trabalho global, entender as conexões fundamentais entre negócios, meio ambiente e sociedade tornou-se essencial. Portanto, palavras como integração, parcerias e redes de relacionamentos devem ser incorporadas ao cotidiano organizacional e sair do discurso demagógico. Todavia, sabe-se que a distância entre a dimensão teórica e a prática ainda é grande.

A verdadeira administração holística inclui todos os atores envolvidos na organização e devem ser mobilizados para participarem do processo de mudança. O futuro gestor, independente do campo da ciência de sua formação, está chegando à universidade, sensibilizado para a necessidade de um comportamento responsável das empresas, em função do acesso à mídia e à Internet. Estudos mostram que do ponto de vista do aprendizado, existe o discurso, mas falta a ação (ALIGLERI; CÂMARA; ALIGLERI ,2002).

A busca por negócios sustentáveis requer uma visão holística da realidade, capaz de integrar o ambiente interno organizacional com o ambiente externo. Mais do isso, esta integração deve fazer parte de um modelo de conscientização do indivíduo. Por isso, para um profissional sustentável, não adianta apenas ter todas as informações, é preciso agir, ter o comportamento empreendedor como competência para fazer uma conexão entre soluções, inovações e as necessidades da sociedade.

Diante disso, este estudo contribuiu para a discussão e reflexão acerca de uma nova concepção mental de organização, mais holística e mais humanizada. Como sugestão,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

novas pesquisas devem ser realizadas, por exemplo, um levantamento com grandes empresas públicas e privadas, a fim de identificar as práticas de uma visão holística no cerne empresarial.

REFERÊNCIAS

ALIGLERI, L; CÂMARA, M.R.; ALIGLERI, L. A. Responsabilidade social na cadeia logística: uma visão integrada para o incremento da competitividade. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2, 2002. Recife. **Anais**...Recife: Observatório da Realidade Organizacional: UFPE: ANPAD, p. 1-15, 2002.

BAUER, R. **Gestão da mudança**: caos e complexidade nas organizações. São Paulo: Atlas,1999.

CAPRA, F. **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix, 1997.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, abr. 1995.

LIEBSCHER, P. Quantity with quality? Teaching quantitative and qualitative methods in a LIS Master's program. **Library Trends**, USA, v. 46, n. 4, pag. 668-680, 1998.

PEREIRA, Maurício Fernandes. A empresa vista sob a ótica da totalidade. **Revista de Ciências da Administração**, v. 2, n. 4, p. 21-30, 2000.

SANTOS, T. A. et al. O valor das pequenas coisas: a difícil aprendizagem, na prática da gestão ambiental, por acadêmicos do curso de administração. IN: ENCONTRO DA ANPAD, 24., 2000, Florianópolis. **Anais**... Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração, pag. 1-13, 2000.

VERGARA, S. C.; BRANCO, P. D. Empresa humanizada: a organização necessária e possível.
Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 41, n. 2, p.20-30, 2001.

YOUNG, R. Quem é o gestor socialmente responsável. **Harvard Bussiness Review**, 2004. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br> Acesso em: set.2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ENDOMARKETING EM RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA REFLEXÃO ACERCA DA COMUNICAÇÃO INTERNA DAS ORGANIZAÇÕES VOLTADA AOS COLABORADORES COM DEFICIÊNCIA

Lorena Maranho (USC); lorenamaranho@gmail.com* Nirave Reigota Caram (USC); nirave.caram@usc.br

Palavras-chave: Endomarketing. Relações Públicas. Comunicação. Interna. Deficiência.

INTRODUÇÃO

Os profissionais de Relações Públicas trabalham integrando a empresa com seus respectivos públicos, criando uma comunicação acessível a todas as pessoas do ambiente interno e externo, desenvolvendo um planejamento estratégico para que todos os objetivos da empresa sejam alcançados (KUNSCH, 2003).

O endomarketing é uma prática gerencial que tem como intuito motivar e integrar os colaboradores, para que eles sintam-se parte importante da empresa. Assim, é preciso pensar em todos que compõem o público interno da empresa, inclusive os que possuem alguma deficiência.

A inclusão no ambiente de trabalho de pessoas com esta particularidade é necessária e faz com que as empresas devam reconhecer a importância da comunicação interna e de um ambiente de trabalho acessíveis a todos os públicos. Para que as empresas sejam motivadas a incluir profissionais com deficiência em seu quadro de colaboradores, uma das medidas adotadas no Brasil foi a criação da Lei de Cotas nº 8.213, de 24 de julho de 1991, que exige que empresas, públicas ou privadas, com mais de cem funcionários reservem uma determinada porcentagem de suas vagas de trabalho para a contratação destes profissionais.

Em um ambiente de trabalho em que existem colaboradores com deficiência auditiva e/ou visual, a comunicação interna e as ações de endomarketing devem ser adaptadas e acessíveis com o intuito de atingir seu objetivo para todo o público interno.

A comunicação interna de uma organização busca fazer melhorias para a rotina diária dos funcionários, estabelecendo um fluxo contínuo de informações. Portanto, diante deste cenário, é necessário estudar como acontece a implantação da comunicação interna nas organizações, investigando como os colaboradores com deficiência auditiva e visual são incluídos neste processo.

OBJETIVOS

O objetivo primário desta pesquisa é refletir sobre o endomarketing e a comunicação interna das organizações voltadas aos colaboradores com deficiência sob o olhar das Relações Públicas. Os objetivos secundários são: investigar os conceitos de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Endomarketing e Comunicação Interna nas Relações Públicas e compreender as diretrizes traçadas no ambiente organizacional a partir da Lei de Cotas nº 8.213/91 da Previdência Social.

MÉTODOS

Essa investigação, de caráter exploratório e qualitativo, foi realizada por meio de levantamento bibliográfico e documental. A pesquisa bibliográfica foi realizada para entender os conceitos da interação das Relações Públicas e o Endomarketing, conjuntamente com a Comunicação Interna nas organizações. A pesquisa documental foi realizada com o objetivo de compreender as diretrizes traçadas nas empresas a partir da Lei de Cotas nº 8.213, de julho de 1991 da Previdência Social.

O levantamento bibliográfico compreende no "[...] planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado" (STUMPF, 2010, p.51). E a pesquisa documental segundo Moreira (2010, p. 271) "[...] compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim".

RESULTADOS

A principal função das Relações Públicas tem sido criar um bom entendimento entre patrões e empregados e uma relação cooperativa entre a política institucional e as atitudes de seus públicos, transformando, desenvolvendo e aprimorando ambas, a fim de atingir o bem comum (COQUEIRO, 1972 *apud* PERUZZO, 1986).

Na organização, o profissional de Relações Públicas deve efetuar um papel estratégico no ambiente em que está inserido. Suas ações devem ser geradas a partir de um planejamento estratégico, que tem como finalidade desenvolver, de maneira eficaz, as metas e os objetivos com clareza.

> Para as relações públicas, exercer a função estratégica significa ajudar as organizações a se posicionarem perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento, isto é, sua missão, quais são os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definirem uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro. Mediante sua função estratégica, elas abrem canais de comunicação entre a organização e públicos, em busca de confiança mútua, construindo a credibilidade e valorizando a dimensão social da organização, enfatizando sua missão e seus propósitos e princípios, ou seja, fortalecendo sua dimensão institucional (KUNSCH, 2006, p.130).

Dentro da organização, para se ter um ambiente adequado para todos, o profissional de relações públicas deve criar um planejamento estratégico organizacional, para que este seja capaz de obter como resultado de suas atividades, os pontos positivos relacionados a todas as necessidades do ambiente, fazendo com que ele se torne

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

acessível. Cabe à organização adotar uma cultura de valorização para este planejamento, trazendo mudanças e redefinindo a organização no seu todo, e criando a possibilidade efetiva da participação das pessoas.

A comunicação interna pode ser definida como o conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública. (CURVELLO, 2012, p. 22). Dentro de uma organização, a comunicação interna engloba:

> A comunicação administrativa (por meio de memorandos, cartas circulares, instruções), a comunicação social (que se utiliza de boletins, jornais internos, vídeo jornais, revistas, intranet) e a comunicação interpessoal (comunicação face-a-face, funcionários/funcionários, chefias/subordinados). (CURVELLO, 2012, p.12)

O endomarketing é uma especialidade do marketing que visa somente o público interno. Bekin (2004, p.49) afirma que "o objetivo do endomarketing é tornar transparentes ao funcionário os objetivos da organização, de forma a harmonizar o objetivo do funcionário com o objetivo global da empresa".

Uma comunicação eficaz com seus colaboradores leva as organizações a melhorar sua produtividade e ser bem vista pela sociedade, fortalecendo sua imagem corporativa. Quando o endomarketing é realizado com eficácia em uma empresa, o funcionário deixa de agir como empregado e passa a agir como se fosse um dos sócios. Assim, a comunicação interna e o endomarketing das organizações devem ser acessíveis a todos os colaboradores que compõem a equipe, inclusive os portadores de deficiência.

Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas (SECRETARIA DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA, 2013).

Uma das medidas adotadas para acabar com a exclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho foi a criação da Lei de Cotas nº 8.213, de 24 de julho de 1991 da Previdência Social, que declara que a empresa com 100 ou mais funcionários está obrigada a preencher de 2% a 5% dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas com deficiência, na seguinte proporção:

- Até 100 funcionários – 2%;
- De 201 a 500 funcionários – 3%;
- De 501 a 1000 funcionários – 4%;
- De 1001 funcionários em diante – 5%.

As empresas que descumprem a lei pagam uma multa que varia entre R$ 1.195,13 a R$ 119.512,33, conforme a Portaria nº 1.199 de 28 de outubro de 2003 (BRASIL,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

1991).

Oliveira (2009) aponta que quando o mercado de trabalho inclui pessoas deficientes, isto acaba valorizando-as, e é uma oportunidade de mostrar que são capazes de participar de atividades e contribuir para o crescimento da economia do país e da própria sociedade. Assim, cabe às empresas incluir colaboradores com deficiência e sempre procurar informações para melhorar o ambiente de trabalho destes, suprindo todas as suas necessidades, inclusive as de comunicação.

CONCLUSÃO

As empresas modernas buscam construir a melhor imagem possível diante do mercado. As organizações que investem nos seus funcionários devem atuar a partir dos conceitos de endomarketing buscando motivá-los constantemente. Nos dias atuais, a inclusão é um tema muito discutido, porém, no ambiente organizacional, muito se descreve sobre acessibilidade física, deixando de lado as discussões sobre acessibilidade comunicacional.

A partir deste levantamento teórico é possível concluir que encontramo- nos em tempos de ressaltar a importância das empresas reverem suas práticas de forma a incluir os colaboradores com deficiência em todas as atividades da empresa, inclusive de endomarketing.

Desta forma, torna-se imprescindível uma segunda etapa de investigação com a realização de uma pesquisa de campo com o público que, de fato, vive esta realidade. Assim, é proposta a realização de entrevistas com portadores de deficiências visual e auditiva inseridos no mercado de trabalho com o objetivo de levantar como o processo de comunicação interna acontece no cotidiano das empresas os quais estão inseridos. A partir desta segunda etapa de investigação, será possível refletir sobre o assunto de forma mais aprofundada e embasada e apontar caminhos para que os profissionais de comunicação lidem de forma adequada com este público, garantindo assim, a inclusão comunicacional.

REFERÊNCIAS

BEKIN, S. F. **Endomarketing:** como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

BRASIL. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. **Previdência Social**. Brasília, DF, 24 jul. 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm. Acesso em: 24 fev. 2015.

CURVELLO, J. J. A. **Comunicação Interna e Cultura Organizacional.** Brasília: Casa das Musas, 2012.

KUNSCH, M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. K. **Planejamento e Gestão Estratégica de Relações Públicas nas Organizações Contemporâneas.** 2006. Disponível em: http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/55448/64580. Acesso em: 07 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MOREIRA, S. V. Análise Documental como Método e como Técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, T. F. **Lei de Cotas para Pessoas com Necessidades Especiais: as dificuldades de inclusão ao mercado de trabalho. 2009. Disponível em:** http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/lei-de-cotas-para-pessoas-com-necessidades-especiais-as-dificuldades-de-inclusao-ao-mercado-de-trabalho/35536/. Acesso em: 26 fev. 2015.

PERUZZO, C. K. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.

SECRETARIA DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA. **Cartilha Pessoas com Deficiência no Trabalho:** criando valor pela inclusão. 2013. Disponível em: http://www.pessoacomdeficiencia.sp.gov.br/Content/uploads/20131210182610_CartilhaPessoascomdeficiencianotrabalho.pdf. Acesso em: 24 fev. 2015.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

UMA REFLEXÃO SOBRE O MARKETING ESPORTIVO E AS PARAOLIMPÍADAS SOB O OLHAR DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ana Gabriela Rocha Vicoli (USC); anagabi.vicoli@gmail.com* Nirave Reigota Caram (USC); nirave.caram@usc.br

Palavras-chave: Marketing Esportivo. Relações Públicas. Paraolimpíadas.

INTRODUÇÃO

As relações públicas, tanto nas disciplinas acadêmicas como em atividade profissional, têm como objeto as organizações e seus receptivos públicos, que se relacionam entre si. Assim, promove e administra relacionamentos que acabam, muitas vezes, evitando conflitos dentro de uma organização (KUNSCH, 2003).

Os profissionais de relações públicas, no atual cenário, estão mais propensos a auxiliar as organizações na construção de imagens positivas, além de descobrir o que os públicos pensam sobre elas. Em outras palavras, os profissionais de comunicação modernos entendem que devem servir aos interesses dos *stakeholders* das organizações para as quais trabalham. Assim, as empresas que atualmente empregam profissionais ou agências de relações públicas começam a reconhecer a atividade como fundamental. Reconhecem que as relações públicas criam valores para a organização, pois contribuem para o equilíbrio entre os interesses da própria organização e os interesses das pessoas influenciadas por elas ou por aqueles que têm o poder de influência, denominados "públicos" (GRUNING; FERRARI; FRANÇA 2011).

Atualmente, as empresas começam a dar mais atenção para o marketing esportivo, já que esta aplicação pode gerar resultados significativos para as empresas. Porém, Afif (2000) ressalta que o marketing esportivo ainda não está totalmente assimilado em seu meio e nas organizações. Assim, é necessário o reconhecimento pleno do marketing esportivo como uma forma viável de valorizar a imagem das empresas perante os seus públicos.

Em 2016, o Brasil sedia um dos eventos esportivos de maior importância no mundo, as Olimpíadas e, consequentemente, as Paraolimpíadas – modalidade dos jogos destinada a atletas portadores de deficiências. Assim a mídia se prepara para divulgar os momentos pré, o trans e o pós-evento, dando destaque ao país e aos atletas das diversas modalidades envolvidas.

OBJETIVOS

O objetivo primário deste trabalho é refletir acerca da relação entre a atividade de Relações Públicas e o Marketing Esportivo tendo como foco as Paraolimpíadas. Os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

objetivos secundários da pesquisa são: compreender os conceitos de Relações Públicas e Marketing Esportivo e refletir acerca da exposição dos atletas paraolímpicos na mídia.

MÉTODOS

A pesquisa bibliográfica é um planejamento amplo inicial de qualquer trabalho acadêmico que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia de um determinado assunto, até a apresentação de um texto bem formulado, acrescido de opiniões próprias (STUMPF, 2010). Assim, para esta pesquisa foi definido o caráter exploratório por meio de levantamento bibliográfico acerca da história, teorias e práticas das Relações Públicas, do Marketing Esportivo e das Paraolimpíadas.

RESULTADOS

A atividade profissional de Relações Públicas (RP) segundo Lesly (*apud* MARCONI, 2009, p.7) "compreende a análise completa e o entendimento de todos os fatores que influenciam as atitudes das pessoas em relação a uma organização". Assim, o profissional de relações públicas representa sempre uma ligação entre sua organização e o mundo de fora.

O profissional de relações públicas é constantemente confundido com outras áreas de comunicação, já que as relações públicas estudam aplicadamente técnicas de marketing, jornalismo e publicidade e propaganda. (GRUNING; FERRARI; FRANÇA 2011). O RP atua como contato da linha de frente, recebendo perguntas ou comentários de pessoas de fora da organização, dizendo pontos negativos ou positivos sobre determinado acontecimento que aconteceu na empresa a qual representa (MARCONI, 2009).

Exige-se que o profissional de Relações Públicas tenha profundo conhecimento sobre o funcionamento das diversas mídias, incluindo a comunicação interna e algum conhecimento sobre a tecnologia. Também é importante estar familiarizado com situações políticas e entender sobre pesquisa de opinião de mercado, e fundamental compreender o comportamento humano, pois tudo isso é favorável para exercer a atividade.

As Relações Públicas enfatizam o lado institucional e corporativo das organizações. Em síntese, como atividade profissional:

> Identificam os públicos, suas reações, percepções e pensam em estratégicas comunicacionais de relacionamento de acordo com as demandas sociais e o ambiente organizacional; Supervisionam e coordenam programas de comunicação com públicos – grupos de pessoas que se auto organizam quando uma organização os afeta ou vice-versa; Preveem e gerenciam conflitos e crises que porventura passam as organizações e podem despontar dentro de muitas categorias: empregos, consumidores, governos, sindicatos, grupos de pressão etc (KUNSCH, 2003, p.95).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

São atributos diferentes das que estão reservadas ao marketing, por exemplo, que põe ênfase no mercado, no produto ou no serviço, bem como satisfação do consumidor.

O marketing, como área administrativa e estratégica, visa atingir o mercado. Portanto, baseia-se em modelos de competitividade para atingir objetivos econômicos, objetiva persuadir o público alvo e satisfazer os clientes/consumidores, identifica e cria mercados para os produtos e serviços das organizações, além de coordenar e supervisionar os programas de comunicação mercadológica ou de marketing para criar e manter produtos e serviços (KUNSCH, 2003).

Ou seja, o marketing administra suas funções principais e deixa o profissional de relações públicas com suas atividades. Assim, Marketing e as Relações Públicas exercem funções essenciais para as organizações, utilizando o planejamento como forma útil de organizar as atividades, e não desviando o foco nos objetivos das organizações (KUNSCH, 2003).

O marketing esportivo é nada menos do que o marketing tradicional aplicado ao contexto esportivo. A imprevisibilidade do esporte como produto é uma aliada de agregar força à marca ou empresa, por meio de técnicas de valorizações do esporte, que resultaram em profissionais para entender como aplicar o marketing esportivo e obter um avanço gratificante (MORGAN, 2008).

> O marketing esportivo é à aplicação específica dos princípios e processos de marketing aos produtos esportivos e ao marketing de produtos não-esportivo por meio da associação com o esporte' (SHANK, 2002, *apud* MORGAN, 2008, p.2).

Como é possível observar, essa definição baseia-se nos mesmos princípios do conceito de marketing que sugere que é: "O processo de planejar e executar a concepção, definição de preços, promoções e distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais" (GARDINER *et al*, 2003, MORGAN, 2008, p.6).

Em 2016, o Brasil sedia as Olimpíadas e as Paraolimpíadas. Diante desta realidade, indo de encontro com o objetivo desta pesquisa de propor uma reflexão acerca da exposição dos atletas paraolímpicos na mídia, torna-se necessário compreender o contexto histórico deste evento esportivo mundial.

Os Jogos Olímpicos iniciaram-se na Grécia, em 2500 a.C**,** mas somente em 776 a.C aconteceu de forma mais organizada. Através dos Jogos Olímpicos era possível obter a paz e a harmonia entre as cidades. Conforme os anos se passaram, as Olimpíadas começaram a ter visibilidade na mídia, sendo motivo de desvio de atenção aos problemas que ocorriam na sociedade, pois promoviam paz e a amizade entre os povos (SUA PESQUISA, 2015).

Já os jogos paraolímpicos começaram de forma lenta entre pessoas com deficiência.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foi na Alemanha o primeiro local de prática esportiva organizada, em 1918, formado um grupo de deficientes, que foram lesionados da Primeira Guerra Mundial. Mas, só em 1944 esta prática esportiva tornou-se oficinal. Acreditava-se que o esporte ajudava os portadores de deficiência a saírem da depressão e a elegerem um novo objetivo de vida, sendo um dos fundamentos para a integração social. A partir disso, o esporte paraolímpico só cresceu, tornando-se uma atividade competitiva esportiva legítima.

A mídia tem um grande papel nesse cenário, pois é através dela que é possível se informar sobre o mundo olímpico em cada edição. Segundo Nakamura (2009) a mídia convence o anunciante de toda a ideia de marketing e de comunicação proposta pela agência que é viável ao seu investimento.

Porém, segundo Garcia (2002), a visibilidade dos jogos paraolímpicos não é a mesma dos jogos olímpicos. Ele diz: "Os jogos olímpicos têm 24 horas de cobertura real pela mídia televisiva, enquanto os jogos paraolímpicos há somente boletins de menos de 10 minutos de uma única emissora aberta".

Figueiredo (2006) discute tal fato colocando que é preciso mudar essa percepção de que os atletas olímpicos são vistos como mitos nacionais, enquanto os atletas paraolímpicos são vistos como um símbolo de superação, sendo que no momento de competir pelo Brasil nada disso importa. Os atletas portadores de deficiência são vistos com respeito pela sociedade por terem determinações de vida, sendo que eles não têm muitos privilégios. A mídia tem uma grande importância nesse cenário, pois é por meio dela que toda a sociedade busca informações sobre os resultados dos jogos.

CONCLUSÃO

Neste momento, em que antecedem as Olimpíadas e as Paraolimpíadas, edição de 2016, que serão sediados no Brasil, cada vez mais, a mídia brasileira dá destaque ao assunto, assim, torna-se importante a exposição dos atletas brasileiros, olímpicos e paraolímpicos, de diversas modalidades do esporte. Devido à observação de edições anteriores dos jogos olímpicos, acredita-se que a mídia do país destaca mais os atletas olímpicos do que os paraolímpicos, mesmo o desempenho da modalidade paraolímpica sendo superior.

De acordo com o ranking dos jogos olímpicos de 2008 o número total de medalhas dos atletas olímpicos brasileiros foi de 15, enquanto o número de medalhas dos atletas paraolímpicos brasileiros foi de 47, mais que o dobro dos atletas olímpicos (GARCIA, 2012).

Por isso, não há motivos para que o mercado empresarial e a mídia não invistam nas paraolimpíadas e na imagem dos atletas paraolímpicos, sendo que, é uma grande oportunidade para as organizações mostrarem preocupação e compromisso com a valorização destes atletas e a inclusão social.

Garcia (2012) diz que "a Paraolimpíada é um grande momento para mostrar à

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sociedade que a *performance* de um atleta com deficiência é igual ou até melhor que um atleta sem deficiência". Portanto, a deficiência não deveria ser retratada como uma dificuldade na prática esportiva, mas, sim, uma aptidão dos atletas, que querem ser vistos com força de vontade e garra para enfrentar desafios e serem reconhecidos pela modalidade que escolheram.

A partir deste levantamento teórico, é possível concluir que o profissional de Relações Públicas, com o seu papel de comunicólogo, deve lançar seu olhar sobre este acontecimento esportivo tão importante no país e avaliar e refletir sobre como a mídia expõe os fatos acerca destes eventos e uma comparação da imagem atribuída aos atletas de ambas as modalidades.

Desta forma, torna-se imprescindível uma segunda etapa de investigação com um monitoramento acerca da exposição da mídia destes eventos esportivos no momento pré-evento da edição 2016. A partir da realização desta segunda etapa, será possível refletir de forma mais embasada sobre o tema e levantar as preocupações iniciais trazidas nesta pesquisa, de que é preciso retratar a imagem do atleta paraolímpico simplesmente como "atleta", retirando suas condições particulares de deficiência do foco das notícias, de forma a evitar a atribuição de estereótipos.

REFERÊNCIAS

AFIF, A. **A Bola da Vez**: o marketing esportivo como estratégia de sucesso. São Paulo: Editora Infinito, 2000.

FIGUEIREDO, H. T. **Olimpíadas e Paraolimpíadas** – uma correlação com a mídia. 2006.
Disponível em:http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/909239807425849428629367672439141548 73.pdf. Acesso em: 16/02/2015.

GARCIA, V. **Mídia Televisiva e o Preconceito em Relação aos Jogos Paraolímpicos.** 2012.
Disponível: http://www.deficienteciente.com.br/2012/09/midia-televisiva-e-o-preconceito-em- relacao-aos-jogos-paralimpicos.html. Acesso em: 19/02/2015.

GRUNIG, J. E; FERRARI, M. A; FRANÇA, F. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamento. 2. Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

KUNSCH, M. M. K**. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** SãoPaulo: Summus, 2003.

MARCONI, J. **Relações Públicas**: o guia completo. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MORGAN, M. J. **Marketing Esportivo.** Tradução VerticeTranslate, Revisão técnica: João Candido Gonçalves Saraiva. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

NAKAMURA, R. **Mídia**: como fazer um planejamento de mídia na prática. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

STUMPF, I. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SUA PESQUISA. **Olimpíadas.** 2015. Disponível: http://www.suapesquisa.com/olimpiadas. Acesso em: 18/02/2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DILEMAS DA PROFISSÃO PROFESSOR

Marisol Gelamos Ruiz Morales (Uniesp Iesb); mgrmorales@hotmail.com * Ivan Leal Morales (Senac); ivan.lmorales@sp.senac.br
Marco Aurélio Migliorini Antunes (FIB Bauru); prof_marco@terra.com.br
Palavras-chave: Dilemas. Professor. Desafios. Contemporaneidade.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea carrega, em sua essência, estereótipos que direcionam os posicionamentos que devem ter cada segmento. Encontram-se padrões exigidos pelas empresas quanto ao profissional aceitável pelo mercado, pelas autoridades quanto ao formato do indivíduo cidadão, pela escola quanto à maneira de agir de seus alunos, padrões colocados pelo próprio mercado de trabalho em relação à profissão "professor", entre outros.

Sabe-se que os padrões exigidos nos diversos segmentos da sociedade variam de acordo com a cultura, a história e a época vivida. Dessa forma, o presente trabalho deve ater-se às exigências da mesma em relação à conduta profissional do professor, à necessidade de especialização constante ou, como é chamada, à formação continuada e aos dilemas e desafios enfrentados por esses profissionais.

Vive-se uma fase de crise. Esta está na questão das finanças públicas, nas administrações governamentais, na ética e moral, nas finalidades da escola, na formação do indivíduo, entre outras. Os indivíduos, em sua maioria, não sabem muito bem como essa realidade se fez e nem mesmo como será conduzida no tempo. Portanto, não há consenso nas partes, em âmbito nenhum da sociedade. Em parte, isso é bom, pelo fato do indivíduo entender que apesar de "ser um", convive com outros e para que isso não se torne um caos, faz-se necessário que haja normas, tanto de convivência como de estratégias reais para que a sociedade avance.

A educação sempre foi um canal utilizado para nortear a sociedade em muitos aspectos. Da mesma forma como já foi utilizada para definir comportamentos, pode ser vista como caminho para a autonomia e cidadania.

Pensar o "ofício de professor" na atualidade poderia tomar diferentes caminhos tornando difícil atender aos objetivos propostos. Desta forma, o presente trabalho procurará focar nas competências profissionais exigidas para o professor na sociedade atual traçando parâmetros quanto as possibilidades do desempenho dessas competências frente aos dilemas encontrados na sociedade.

Segundo Perrenoud (2000, p. 14), "há 30 anos não se falava tão correntemente de tratamento das diferenças, de avaliação formativa, de situações didáticas, de prática reflexiva, de metacognição".

Partindo da fala do autor, pode-se inferir que, com as mudanças ocorridas na sociedade, novas buscas e posturas foram sendo colocadas diante da educação e,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

consequentemente, diante do professor. Ou seja, um novo papel foi atribuído aos professores e a escola como a individualização e a diversificação dos percursos de formação, a introdução dos ciclos de aprendizagem, a diferenciação pedagógica, o direcionamento para uma avaliação mais formativa do que normativa, o desenvolvimento do trabalho em equipe e a colocação dos alunos no centro da ação pedagógica. Tais mudanças colocam o professor diante de ações pedagógicas mais ativas, frente a situações-problema, ao desenvolvimento de habilidades e competências e do educar para a cidadania.

Para que os objetivos propostos pela escola atual sejam atingidos, inicialmente os professores devem direcionar suas competências a determinadas posturas que foram garantidas por Perrenoud (2000) em 10 famílias de competências. São elas:

> 1. Organizar e dirigir situações de aprendizagem; 2. Administrar a progressão das aprendizagens; 3. Conceber e fazer evoluir os dispositivos de diferenciação; 4. Envolver os alunos em suas aprendizagens e em seu trabalho; 5. Trabalhar em equipe; 6. Participar da administração da escola; 7. Informar e envolver os pais;
> 8. Utilizar novas tecnologias; 9. Enfrentar os deveres e os dilemas éticos da profissão;10. Administrar sua própria formação contínua. (p.10)

No âmbito de cada grupo de competências exibidas subsistem habilidades diversas a serem trabalhadas. Focar-se-á na competência 9 do grupo apresentado para melhor entendimento. A mesma coloca que os professores têm que ter a capacidade de "enfrentar os deveres e os dilemas éticos da profissão".

Coloca-se como dever do professor ser um educador integral no que diz respeito à transformação do aluno em um cidadão ativo na sociedade, com conhecimentos globalizados, que possa ser atuante e crítico para auxiliar no crescimento individual e coletivo. Porém, será que há coerência nessa fala?

> Ora, é justamente a coerência que falta nos sistemas educacionais! Nossa sociedade convida os professores a sentarem na tampa de uma panela em plena ebulição. O que joga os mais lúcidos em um duplo dilema: isso é legítimo? É realista? [...] Ou, mais exatamente, é desigualmente repartida: enquanto uma parte dos professores do ensino fundamental e médio dos cursos de longa duração podem estabelecer-se em um certo angelismo, os professores que enfrentam públicos difíceis e habilitações desvalorizadas têm dificuldade de defender em sã consciência valores que correspondem ao mundo com que sonham, mas não àquele no qual seus alunos vivem.[...] Em uma sociedade voltada para o individualismo, como não se sentir um pouco ridículo e, sobretudo, um pouco só no momento de defender grandes princípios?

Torna-se difícil pensar em educar uma sociedade imersa na violência, na brutalidade, nos preconceitos e nas desigualdades que são visíveis todos os dias, até

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

mesmo pela mídia. Uma escola e principalmente a figura do professor não pode arcar com a responsabilidade e utopia de crer que todos aderem às virtudes cívicas e intelectuais defendidas. O contraste jamais foi tão grande entre a *miséria do mundo* (Bourdieu, 1993) e o que poderia ser feito com os conhecimentos, até mesmo tecnológicos, intelectuais e materiais que a contemporaneidade conhece.

> Como ensinar seriamente tal sociedade? E como não ensiná-la? [...] As boas intenções não bastam, nem uma hábil mistura de convicção e realismo. É preciso que criem situações que facilitem verdadeiras aprendizagens, tomadas de consciência, construção de valores, de uma identidade moral e cívica. [...] Como prevenir a violência na sociedade, se ela é tolerada no recinto da escola? Como incutir respeito, sem encarnar este valor no dia-a-dia? (PERRENOUD, 2000, p. 142).

Diante disso, pode-se concluir que a competência necessária aos professores é, segundo Perrenoud (2000), tomar consciência lúcida dessa situação e assumir suas responsabilidades sem ultrapassar seu mandato.

Isso sem que haja o esquecimento de que para que haja um trabalho efetivo e significativo do professor faz-se necessário o desempenho das habilidades de análise, descentralização, comunicação e negociação para que se consiga enfrentar as contradições de nossos sistemas sociais.

OBJETIVOS

O objetivo do presente trabalho é mostrar a dualidade existente entre a exigência das competências para a profissão professor e os dilemas por ele enfrentado na sociedade contemporânea.

MÉTODOS

O presente estudo teve caráter exploratório por meio de levantamento bibliográfico sobre o tema buscando compreender os aspectos que envolve a utopia e a realidade da profissão professor. A pesquisa bibliográfica, segundo Lakatos (2003), abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo tendo como finalidade colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto não sendo mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre o assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem podendo chegar a conclusões inovadoras.

RESULTADOS

A análise das literaturas sobre o assunto abordado e a visualização do que vem acontecendo na sociedade contemporânea por meio da prática e de mídias trouxe dados que podem levar a reflexão, por parte dos professores, com maior propriedade sobre o exigido de sua profissão e a realidade que os cerca.

Desta forma, os profissionais da área podem analisar e discutir estratégias que os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

levem a exercer sua profissão de forma significativa e efetiva em meio a tantas contradições. O trabalho em equipe, tão exigido pela escola, pode ser utilizado até mesmo nas reflexões entre eles sendo mais produtivo a resolução dos problemas enfrentados pela categoria.

CONCLUSÃO

O objetivo do presente trabalho foi alcançado pelo fato das discussões entre os autores utilizados, proporcionar uma visão ampliada de conceitos que, muitas vezes, são conhecidos na prática, porém não são compreendidos a ponto de proporcionar mudanças.

O fato de entender-se que o ofício professor possui características específicas que podem esbarrar na realidade social, promove um canal de reflexão conjunta entre esses profissionais, a fim de construir caminhos alternativos para lidar com os dilemas e deveres da profissão.

Pode-se concluir que, a sociedade contemporânea produz realidades que colocam a educação, na figura do professor, em constante conflito e confronto com aquilo que se deseja ensinar e o indivíduo que se pretende formar. Percebeu-se que a formação integral do indivíduo a fim de torná-lo cidadão, não pode ser delegada somente ao professor ou a instituição escola. Esta deve ser responsabilidade de todos os segmentos da sociedade. Não há como existir duas linguagens, a educacional e a real, ou dita, social e familiar.

Faz-se necessário que haja um compartilhamento de objetivos e ações nos âmbitos formal, informal e não formal.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. E. B.; ALONSO, M.; VIEIRA, A.T. **Gestão Educacional e Tecnologia.** São Paulo: Avercamp, 2003.

CALL, C.; MARTIN, E. **Las competências em la educación escolar: algo mas que uma moda y mucho menos que um remédio.** Barcelona: Paidós, 2007.

CASTRO, A.D.; CARVALHO, A. M. P. (Orgs.). **Ensinar a ensinar: didática para a escola fundamental e média.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

PERRENOUD, P. **10 Novas Competências para Ensinar.** Trad. Patrícia Chittoni Ramos. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

ZABALLA, A.; ARNAU, L. **Como aprender e ensinar competências.** Porto Alegre: Artmed, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONSTRUCIONISMO COMO VARIAÇÃO DO CONSTRUTIVISMO

Marisol Gelamos Ruiz Morales (Uniesp Iesb); mgrmorales@hotmail.com * Ivan Leal Morales (Senac); ivan.lmorales@sp.senac.br

Palavras-chave: Construtivismo. Construcionismo. Variação.

INTRODUÇÃO

A educação brasileira pauta-se em teorias cujos autores possuem ideias convergentes e divergentes dependendo de sua formação acadêmica pessoal, sua cultura, país de origem e história de vida. Porém, tantas teorias, pontos e contrapontos podem deixar o educador e até mesmo a estrutura da escola confusa na forma de proceder, nos métodos a empregar, nas ideias a defender.

O presente trabalho busca promover um diálogo entre dois desses estudiosos com o propósito de desconstruir a ideia de que em prol de um, denigre-se tudo o que o outro pensa e pesquisou por anos. Observando as diferenças e semelhanças entre Piaget (construtivista) e Papert (construcionista), pode-se entender que os pontos convergentes servem como apoio e os divergentes como reflexão para todos aqueles que lidam com o processo educacional, diretamente ou indiretamente. Parece interessante fazer um paralelo entre os dois teóricos para verificar-se se há convergências entre as teorias.

Os modelos construtivistas da psicologia do desenvolvimento colocam o indivíduo como sujeito ativo, construtor de conhecimento. Piaget, por meio de suas ideias, hoje denominadas de construtivismo, descreve seu entendimento sobre o desenvolvimento das crianças e a relação deste com o processo de aprendizagem. A teoria construtivista contraria a ideia do aluno como tábula rasa e o professor como detentor do saber e responsável por levar o aluno a aprender, distribuindo-lhe conhecimentos. O professor, nessa esfera, deve compreender a natureza ativa do processo de aprendizagem a fim de facilitar e não impor algo que não faça sentido a eles.

As ideias piagetianas perpassam o caminho de que há uma cadeia de estruturas intelectuais sendo construídas e, à medida que a criança se desenvolve e aprende, níveis mais complexos vão se desenvolvendo. Isso acontece quando o indivíduo age sobre determinado objeto, ou seja, no construtivismo o sujeito é construtor ativo.

Nesse ponto, o pensamento construcionista acrescenta algo ao construtivista. O **construtivismo** coloca o sujeito como construtor ativo e contra modelos passivos de aprendizagem; o **construcionismo** dá ênfase as construções particulares do indivíduo, porém estas são externas e partilhadas.

Segundo Papert (1993), se olharmos a criança como um construtor estamos no caminho

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de uma resposta. E, como construtor, a criança necessita de matéria prima para a construção de seu conhecimento.

Para o teórico, o que impede esse processo, ou melhor, a barreira encontrada encontra-se muito mais no exterior do que no interior das crianças. Para ele, se o exterior for enriquecido com propostas cognitivas adequadas, e as crianças expostas a elas, poderão lidar de forma significativa com conceitos que a abordagem formal não daria condições.

Sob esse olhar é que se coloca que o Construcionismo não é contrário ao Construtivismo, mas um ampliar de olhares.

Segundo Ackermann (2001), pode-se pontuar semelhanças e diferenças entre os posicionamentos de Piaget e Papert no que diz respeito a distinção que os autores fazem com relação a "criança".

A autora coloca que Piaget e Papert são "construtivistas" no sentido de partilhar a opinião de que as crianças são construtoras das próprias ferramentas cognitivas bem como das suas realidades exteriores. Para ambos, o conhecimento e o mundo são construídos e constantemente reconstruídos por meio da experiência pessoal, em que cada qual ganha existência através da construção do outro. São "desenvolvimentistas" quando partilham de uma visão incrementadora do desenvolvimento cognitivo definindo inteligência como adaptação, ou como a habilidade de manter um equilíbrio entre a estabilidade e a mudança, ou na nomenclatura piagetiana, entre assimilação e acomodação.

Algumas divergências também podem ser notadas sendo que Piaget faz a descrição de como as crianças se tornam progressivamente separadas do mundo dos objetos concretos e das contingências locais, e gradualmente vão se tornando capazes de manipular mentalmente objetos simbólicos até ser hipotético-dedutivo.

Papert dá ênfase ao polo oposto sendo sua maior contribuição a recordação de que a inteligência deve ser definida e estudada *in situ,* ou seja, ser inteligente é ser situado, sensível às variações do envolvimento. Para ele, a criança deve tornar-se um com o fenômeno em estudo sendo essa a chave para a aprendizagem. É a empatia a serviço da inteligência.

A criança de Piaget é como uma exploradora, guiada pelo desenvolvimento interno, curiosa e de caráter independente. A criança de Papert também gosta de descobrir novidades, mas prefere estar em contato constante com as situações na procura do sentimento de se sentir "una" com ela, possuindo uma prática reflexiva.

Pensando-se sobre as teorias em si, o **Construtivismo** (ACKERMANN,2001), desenvolvido por Piaget, prega que o aprendizado deve ser adquirido a partir da relação do conhecimento com o cotidiano do aluno, assim aprender torna-se um processo mais intuitivo, com um sentido maior do que uma fórmula matemática abstrata. O **Construcionismo**, segundo o mesmo autor, desenvolvido por Papert, é

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

uma variação do construtivismo de Piaget, e prega que o conhecimento é construído a partir do cotidiano, de coisas que façam sentido para o aluno, tendo o professor como um mediador do conhecimento e não mais no papel de "dono do conhecimento".

A grande diferença, a mais significativa do Construcionismo para o Construtivismo é que Papert prega a construção de objetos reais (ou virtuais) para a construção do conhecimento, e mantém seu foco em computadores, porém com produções dos próprios alunos. Essas produções podem ser poemas, páginas web, origamis ou jogos digitais (BAYTAK et al., 2011, p. 84). Os computadores eram vistos por Papert, como veículos para conduzir sementes culturais cujos produtos intelectuais não necessitariam mais de suporte tecnológico assim que tivessem feito "raízes" nas mentes em construção. Na realidade, Papert buscou nas teorias sobre cognitivismo e epistemologia genética de Piaget, de quem foi orientando, modelos de construção intelectual.

OBJETIVOS

O presente trabalho objetiva perceber as diferenças e semelhanças entre duas teorias, o construtivismo e o construcionismo buscando descobrir se uma das teorias é a variação da outra ou se partem do mesmo ponto para tomarem rumos diferenciados.

MÉTODOS

O estudo apresentado possuiu caráter bibliográfico buscando compreender as diferenças e semelhanças entre teorias que influenciaram ou ainda influenciam a educação brasileira. A pesquisa bibliográfica, segundo Cás (2008), é resultante dos estudos sistemáticos, reflexivos e críticos sobre um determinado assunto, mediante o emprego de metodologia própria na busca de consulta às fontes documentais (fontes primárias, arquivos) e de fontes bibliográficas (primárias, secundárias, biblioteca, eletrônicas, periódicos), seguindo um roteiro.

RESULTADOS

Quando se olha sob o ponto de vista dos dois teóricos, Piaget e Papert, percebe-se que, por Papert ter sido orientando de Piaget, tomou as ideias do orientador como ponto de partida para um novo caminho, uma ampliação voltada para o fazer. Não houve grandes divergências nas duas teorias, nem muitos pontos conflitantes, somente um ampliar de ideias por um dos teóricos.

CONCLUSÃO

Por meio da presente pesquisa pode-se concluir que as teorias propostas possuem muito mais pontos convergentes do que divergentes. Pode- se inferir que Papert utilizou ideias de seu orientador Piaget, colocando-as na prática, na construção, por parte das crianças, utilizando o computador como instrumento. Portanto, o objetivo do trabalho foi alcançado colocando as duas teorias em debate, observando diversos pontos de vista dos teóricos e concluindo que ambas podem contribuir para uma aprendizagem prazerosa e significativa.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

ACKERMANN, E. **Construtivismo de Piaget, Construcionismo de Papert: Qual a diferença?** MIT Média Lab, 2001.

BAYTAK, A.; LAND, S. M. A. SMITH, B. K. **Children as Educational Computer Game Designers:** an exploratory study. **TOJET,** v. 10, n.4, 2011.

CÁS, Danilo Da. **Manual teórico-prático para elaboração metodológica de trabalhos acadêmicos.** São Paulo: Jubela Livros, 2008.

CASTRO, A.D.; CARVALHO, A. M. P. (Orgs.). **Ensinar a ensinar: didática para a escola fundamental e média.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

GARDNER, H. **Inteligências Múltiplas.** Artes Médicas, Porto Alegre, 1995.

PAPERT, S. **The children's Machine; Rethinking School In The Age Of The Computer.** Basic Books, 1994.

_____. **Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas. 2ª.ed.Basic Books, 1993.**

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LEVANTAMENTO DE REQUISITOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE BASEADO NA NORMA NBR ISO 9001:2008 EM UMA MICROEMPRESA DE SERVIÇOS

José Antonio F. de Oliveira (SENAC/ITE Bauru); josefaidiga@gmail.com* Ana Amabile Borda (SENAC Bauru); aa_borda@hotmail.com.br Alexandre Ferraz Buratto (SENAC Bauru); afburatto@gmail.com.br Leandro P. Marcomini (SENAC Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Palavras-chave: NBR ISO 9001. Levantamento de requisitos. Empresa do terceiro setor.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a qualidade dos produtos fabricados tornou-se um dos fatores mais importantes que influenciam negócios nacionais e internacionais e padrões econômicos. Numerosos padrões de qualidade têm sido desenvolvidos e adotados ao longo dos anos, com a família de normas ISO representando um consenso internacional sobre as boas práticas de gestão, com o objetivo de garantir que a organização possa fornecer produtos ou serviços que atendam a requisitos de qualidade do cliente.

A família de normas ISO 9000 originaram-se em 1987 com um boletim da Organização Internacional de Padronização (*International Organizaton for Standardization* – ISO) (FERGUSON, 1996). O objetivo era o de proporcionar uma série de normas internacionais para lidar com os sistemas de qualidade. A norma NBR ISO 9001 (NBR, 2008) fornece, entre outras coisas, elementos de um sistema de gestão da qualidade eficaz, que pode ser integrado com outros sistemas de gestão e que auxilia as organizações a atingirem melhor desempenho de seus objetivos econômicos.

A NBR ISO 9001 é uma norma voluntária, abrangente e passível de ser utilizada por qualquer organização, independentemente do seu setor de atividade e dimensão (públicas ou privadas) e que tenham como objetivos, dentre outros, manter e melhorar continuamente seu Sistema de Gestão. Com base no ciclo PDCA (*Plan, Do, Check and Action*), amplamente difundido por Deming, é possível atingir a melhoria contínua dos sistemas, processos, produtos e serviços (SHEWHART, 1939).

Quase cem anos depois de Frederick Taylor atribuir maior legitimidade à atividade de inspeção, a qualidade faz parte do jargão de milhares de organizações por todo o mundo e a necessidade de atuar junto ao cliente para satisfazer suas necessidades transcendeu os setores econômicos. Segundo Marshall Junior (2010): "a qualidade hoje está muito associada à percepção de excelência nos serviços. E quando se fala em serviços está-se falando basicamente de pessoas".

O controle de qualidade é uma função fundamental em uma organização que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

comercializa serviços. Mas a preocupação com o controle de qualidade é o mesmo em empresa de serviços como em um processo de fabricação? E o que a gestão tem que fazer para estabelecê-lo em operações? Pouco tem sido escrito sobre estas questões, embora ideias e princípios valiosos tenham sido adquiridas por empresas líderes no setor de serviços.

Segundo Las Casas (1992), proporcionar qualidade total em serviços é: "uma situação, na qual uma organização fornece qualidade e serviços superiores a seus clientes, proprietários e funcionários". Qualidade do serviço percebida é definida como "decisão do consumidor sobre a excelência ou superioridade geral do produto". De acordo com Juran (1988), qualidade consiste em dois elementos primários:

(i) até que ponto um produto ou serviço atende as necessidades dos consumidores; e

(ii) em que medida um produto ou serviço é livre de deficiências.

Acredita-se que a qualidade do serviço depende da diferença entre o desempenho esperado e o percebido (ANDERSON, 1994). O valor percebido leva em conta o preço do serviço em adição à qualidade. De acordo com ZEITHAML e colaboradores (1988): "o valor percebido é a avaliação global do cliente, da utilidade de um produto baseado em percepções do que é recebido e o que é fornecido". Esta percepção dos consumidores é influenciada por diferenças de custos monetários, custos não monetários, gostos dos clientes e características dos clientes (BOLTON, 1991).

Com a desaceleração da economia e a crescente diminuição de vagas disponíveis no setor industrial, novos postos de trabalho vêm sendo criados no comércio e em serviços, sobretudo de novos microempreendedores individuais. Segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2011, somente o município de Bauru ganhou 480 novos estabelecimentos no terceiro setor (comércio e serviços). Este grande crescimento acentua cada vez mais a concorrência por serviços de melhor excelência e motivam a busca pela melhoria continua dos sistemas de gestão das empresas recém criadas.

OBJETIVOS

Este trabalho tem por objetivo levantar os requisitos para a implantação da norma NBR ISO 9001:2008 em uma microempresa de comercio e prestação de serviços situada no município de Bauru, SP.

MÉTODOS

Segundo Carpinetti e colaboradores (2011), antes de iniciar a implementação de um sistema de gestão da qualidade aos moldes da ISO 9001:2008, ou futuramente implementar outros sistemas de gestão: "é interessante que a organização faça uma avaliação pré-implementação, para aferir o grau de adequação das práticas de gestão da qualidade da organização em relação aos requisitos da ISO 9001:2008". Este trabalho tem por objetivo promover um diagnóstico da empresa em questão,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

baseado nos requisitos da norma ISO 9001:2008. Para a realização do trabalho utilizou-se de visitas técnicas na empresa, entrevistas com funcionários e o emprego de questionário proposto por Ribeiro Neto e colaboradores (2013) para a avaliação do percentual de alinhamento com a norma.

RESULTADOS

A microempresa em questão é especializada no comércio e venda de óleos lubrificantes para veículos de pequeno e médio porte. Fundada em Bauru, SP, em janeiro de 2014, e concentra seus esforços na diversificação seu *mix* de produtos com o atendimento e a orientação dedicados na venda e prestação dos serviços. A empresa realiza com frequência o *benchmarking* em lojas de grande porte e do mesmo seguimento na cidade de São Paulo.

A empresa possui uma estrutura organizacional simplificada, um quadro pequeno de funcionários, mas pretende expandir suas instalações em breve. Hoje, os objetivos de desempenho da empresa são: a qualidade (no atendimento), a flexibilidade (do produto e serviço) e o custo. A missão da empresa é "disponibilizar aos clientes, uma linha completa e diversificada de óleos e lubrificantes, com preço justo e com uma orientação técnica sobre sua utilização" e sua visão é "buscar, de maneira planejada e gradativa, uma participação cada vez mais ampla e competitiva no seguimento de óleos lubrificantes na cidade de Bauru".

O diagnóstico inicial considerou o fato da organização não ser certificada em nenhum sistema de gestão. Portanto, a partir desta premissa foi possível obter uma visão mais clara da extensão do processo de implementação do sistema de gestão da qualidade que a empresa deverá ser submetida, tendo como base o escopo e os objetivos da empresa. A Figura 1 mostra de maneira resumida o percentual de adequação da empresa aos quesitos avaliados.

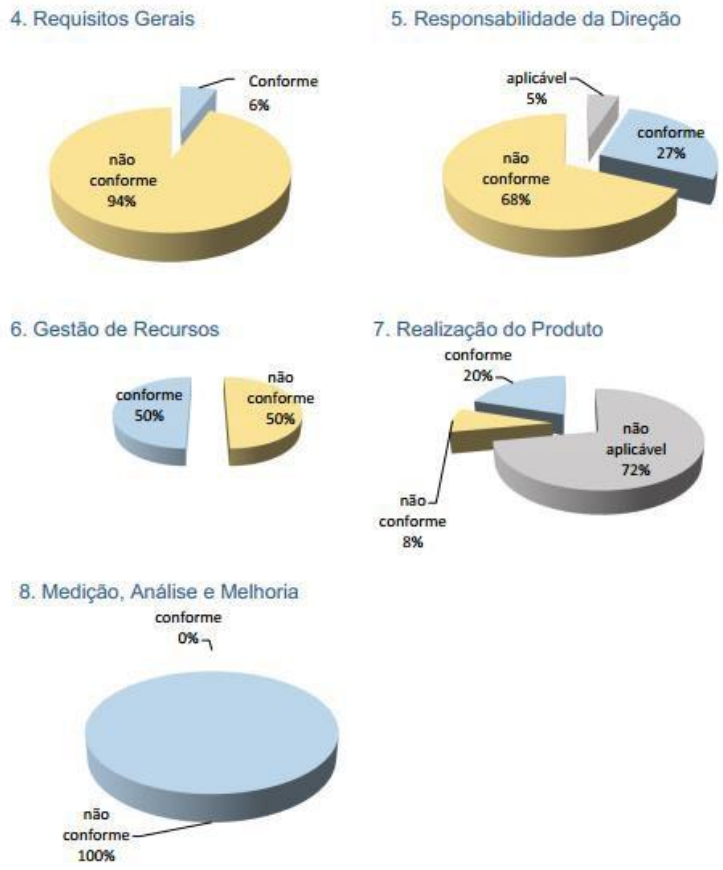
Percebe-se que em determinados quesitos como "medição, análise e melhoria" e os "requisitos gerais" apresentam 0% e 6% de conformidades, respectivamente. Isto é claramente explicado pela falta de conhecimento das ferramentas e de uma política sustentada no Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), frequentemente observado em pequenas e microempresas. Segundo Camargo (2000): "A maioria das referências são bastante eficazes quando adotadas em organizações maiores e bem estruturadas. Para as pequenas empresas do ramo do comércio, por não possuírem uma sistemática gerencial formal estabelecida, esse tipo de critério dificulta a própria aplicação do modelo como a pontuação, que são facilmente zeradas".

Quanto à "realização do produto", como se trata de uma empresa que trabalha com a comercialização de produtos acabados, o item 7.3 (projeto e desenvolvimento) foi automaticamente excluído do escopo do SGQ. Neste mesmo tópico, "realização do produto", curiosamente, temos um percentual de conformidade maior (27%) do que o de não conformidade (8%).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Nos itens "controle de produção e prestação de serviço" (7.5.1), "propriedade do cliente" (7.5.4), "preservação do produto" (7.5.5), "controle de equipamento de monitoramento e medição" (7.6) da norma (NBR ISO 9001:2008) há muito poucas "não conformidades".

Figura 1 - Percentual de conformidade, não conformidade e dos requisitos não aplicáveis ao escopo da empresa.



Fonte: autores

Como a empresa conta com a presença de engenheiros na administração e planejamento das atividades, nota-se que há maior comprometimento com a preservação do produto e calibração dos equipamentos que são prioridade na realização do produto.

Quanto à "gestão de recursos" há apenas 50% de não conformidades. Neste quesito existe necessidade de documentação dos treinamentos a serem realizados pela equipe em relação a cursos da área da Qualidade. No geral, quesitos como "gestão de recursos" que apresentam 50% de conformidade, podem alcançar 100% se a adequação com a documentação do SGQ for estabelecida.

Em contrapartida, a definição dos objetivos da qualidade e os indicadores para que a "medição, análise e melhoria" sejam estabelecidas e a elaboração dos indicadores (e metas) serão os marcos mais desafiadores para a adequação da empresa com a norma NBR ISO 9001:2008.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

Finalmente, o levantamento de requisitos na empresa em questão demonstrou que a maior porcentagem de conformidade dos requisitos está na gestão de recursos (50%) e na responsabilidade da direção (27%). Estes requisitos são partes fundamentais para a estrutura do sistema de gestão e reforçam a importância da responsabilidade da direção em qualquer empresa para a adequação à NBR ISO 9001:2008.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, E. W. *et al*. **Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden**, *Journal of Marketing*, 1994, vol. 58, July, p. 53-66.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9001: Sistemas da gestão da Qualidade - Requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2008.

BOLTON, R. N.; DREW, J. H. **A multistage model of customers' assessment of service quality and value**, *Journal of Consumer Research*, 1991, vol. 54, April, p. 69-82. CAMARGO, Leônidas Lopes de. **Uso de Indicadores da Qualidade para o Gerenciamento Estratégico de Empresas do Ramo Comercial.** 2000. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Departamento de Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro; MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; GEROLAMO, Mateus Cecílio. **Gestão da Qualidade ISO 900:2008:** Princípios e Requisitos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 128 p.

FERGUSON, W. **Impact of the ISO 9000 series standards on industrial marketing**. *Industrial Marketing Magazine*, 1996, 25, p. 305–310.

JURAN, Joseph. M. **Juran's Quality Control Handbook**, 5.ed. New York, NY: McGraw-Hill, 1939, 1730 p.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em Serviços**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008, 240 p.

MARSHALL JUNIOR, Isnard et al. **Gestão da Qualidade**. 10.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010, 204 p.

RIBEIRO NETO, João Batista M.; TAVARES, José da Cunha; HOFFMANN, Silvana Carvalho. **Sistemas de Gestão Integrados: Qualidade, Meio Ambiente, Responsabilidade Social e Segurança e Saúde no Trabalho**, 4 ed. rev. São Paulo, SP: Editora Senac São Paulo, 2013, 391 p.

SHEWHART, Walter A. **Statistical Method from the Viewpoint of Quality Control.** 1 ed. Washington: Department of Agriculture, 1939, 155 p.

ZEITHAML, V. A. **Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence**, *Journal of Marketing*, 1988, vol. 52, July, p. 2-22.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO E INTEGRAÇÃO DOS SISTEMAS DE QUALIDADE HACCP (APPCC – ANÁLISE CRÍTICA DOS PERIGOS E PONTOS CRÍTICOS DE CONTROLE) E OHSAS 18001, EM UMA INDÚSTRIA DE SECAGEM DE LEVEDURAS.

Camila Fagionato (SENAC Bauru); camila_fagionato@hotmail.com* Patricia Carolina Navegante (SENAC Bauru); patriciacarolinanavegante@gmail.com
Leandro Peres Marcomini (SENAC Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Palavras-chave: Leveduras. Segurança Alimentar. Segurança e saúde no trabalho. Sistema de gestão integrada.

INTRODUÇÃO

A gestão de qualidade na indústria de alimentos evoluiu no quesito - Controle de Qualidade, para Qualidade Assegurada ou Garantia da Qualidade. Podemos facilmente dividi-la em duas fases. Na primeira, inspecionavam-se os insumos, as etapas do processo e o produto terminado, com o objetivo de se saber se estes se encontravam em conformidade com os padrões estabelecidos. Na segunda fase, a era da Qualidade Assegurada ou Garantia da Qualidade onde se passou a avaliar perigos, estimar severidade dos riscos associados a estes perigos, podendo-se, então, aplicar medidas preventivas para evitar as ocorrências dos perigos identificados.

A Garantia da Qualidade passou a ser executada como essencialmente preventiva. Prevenção é, pois, a essência, a mola mestra do Sistema APPCC (Avaliação de Perigos e Pontos Críticos de Controle).

A aplicação do APPCC contribui para uma maior satisfação do consumidor, torna as empresas mais competitivas, amplia as possibilidades de conquista de novos mercados, nacionais e internacionais, além de propiciar a redução de perdas de matérias-primas, embalagens e produtos.

Por oferecer argumentos relacionados à segurança alimentar, a implantação do sistema fortalece as estratégias de marketing, possibilita melhor posição de defesa em eventuais demandas judiciais e, principalmente, atende às especificações de qualidade impostas pelo mercado e pela legislação nacional e internacional.

As empresas estão cada vez mais preocupadas em ganhar espaço no mercado. Para isso estão investindo em sistemas de gestão, entre eles o que mais se destaca são os relacionados à saúde e segurança dos trabalhadores, sendo que, com foco em segurança as empresas passam a ganhar credibilidade no mercado, além disso, as organizações de todos os tipos querem demonstrar seu desempenho em Segurança e Saúde Ocupacional para seus acionistas, funcionários, clientes e outras partes interessadas através da gestão dos riscos e da melhoria dos efeitos benéficos de suas atividades, produtos e serviços.

Para auxiliar as empresas na busca pela garantia da segurança surgiu em 1999

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

à norma OHSAS que são normas que garantem um sistema de qualidade em segurança e auxilia as empresas, mesmo que com elevado grau de risco, a diminuir seu quadro de acidentes, preservando a saúde e integridade de seus colaboradores.

A combinação do sistema HACCP com o sistema de gestão OHSAS permite que a empresa conquiste maior competitividade no mercado uma vez que os sistemas garantem a qualidade necessária para uma produção livre de riscos para produtos, processo e pessoas.

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é desenvolver uma proposta para a implantação e integração dos Sistemas HACCP (APPCC – Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle) e OHSAS 18001 em uma indústria de secagem de leveduras.

MÉTODOS

Definido o tema e objetivo do trabalho, o mesmo foi estruturado em três macroetapas: levantamento bibliográfico, estudo de caso e proposta de implementação.

O referencial teórico é subdividido em três macroitens: Abordagem da Norma HACCP, norma OHSAS 18001 e Integração de Sistemas.

A pesquisa de campo foi realizada após o estudo bibliográfico a fim de que os pesquisadores tivessem um melhor conhecimento sobre o assunto, além de verificar as convergências e divergências entre a prática realizada nas empresas e a literatura.

Yin (2003) indica o método de estudo de caso para realização de pesquisas em ambientes organizacionais e administrativos, salientando que ele preserva as características holísticas e significativas dos eventos estudados.

Propõem-se um *check list* como instrumento de coleta de dados contendo os requisitos para averiguação ao atendimento as normas e campo para relato de evidências, efetuada pelo levantamento e análise de documentos e registros e entrevistas com os responsáveis.

Os instrumentos de coleta de dados aplicados a análise documental e observação do cenário auxiliarão a conhecer o ambiente e o comportamento da empresa, contribuindo para entender suas perspectivas em relação aos sistemas certificáveis. Todos os dados a serem levantados pelas pesquisadoras serão obtidos a partir de entrevistas com técnicos de segurança e profissionais responsáveis pelo processo produtivo.

Ao final, apresentar a proposta de implementação e integração de práticas de gestão das normas HACCP com OHSAS 18001.

.

RESULTADOS

Foi realizado um levantamento teórico baseado em pesquisas bibliográficas da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

implantação do HACCP e norma OHSAS 18001 com base nas pesquisas foi possível realizar um estudo de caso em uma empresa do setor bioenergético em sua fábrica de secagem de levedura o estudo foi realizado utilizando como apoio base formulários de *check list*, realizando assim uma proposta para a implantação das normas em um sistema integrado HACCP e OHSAS, destacando que a empresa não possui nenhuma certificação em nenhum de seus processos.

Para cada um dos requisitos não atendidos, durante a aplicação do check list foi apresentado uma proposta de melhoria como recomendação.

Após a realização dos *check list* e interpretação dos dados foi possível realizar uma análise crítica da integração dos sistemas tendo como percepção que por se tratar de uma empresa do ramo alimentício seu foco principal passa a ser a implantação do HACCP e para isso 50% dos requisitos legais para a mesma já estão sendo atingidos.

O levantamento para a implantação da OHSAS 18001 foi realizado com o objetivo de propor para a empresa um alinhamento para as futuras certificações, pela empresa trabalhar em um regime de CLT e já possuir como objetivo implantar políticas mais eficientes ela também possui 50% de seus requisitos legais relacionados a OHSAS atingido.

A implantação dos sistemas de gestão de segurança alimentar e saúde e segurança no trabalho pode colaborar para que os indicadores utilizados pela empresa como, acidentes de trabalho com afastamentos, absentismo e rotatividade de funcionários sejam atingidos com êxito e suas metas monitoradas com maior eficaz.

Após a realização do estudo de caso e levantamento de dados a partir de *check list* e planilhamento das informações, ficou se visível que para a viabilização da implantação das duas normas em sistema integrado os aspectos em comum das normas devem ser tratados juntos afim de evitar duplicidade e retrabalhos.

Ficou recomendado a empresa a criação de novos indicadores como: controle de produtos não conformes; controle de acidentes de trabalho com e sem afastamentos; controle de ociosidade relacionado o tempo em que uma máquina equipe ou planta ficam paradas; giro de estoque; produtividade atendimento as expectativas de mercado; número de lançamentos de produtos novos/mês; controle de saída do produto até chegada ao destino (Tempo de Entrega de Fornecedores); número de horas de treinamento da CIPA; utilização de EPI's.

CONCLUSÃO

A correlação entre as duas normas HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*) e OHSAS 18001 (Segurança e Saúde Ocupacional), possibilita a Gestão Integrada para empresa em questão.

O apoio, compreensão e comprometimento da alta direção à mudança de comportamento dos colaboradores, após treinamentos, contribuirá para um bom

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

desempenho da implantação de todo o sistema. A empresa demonstrou grande interesse na mudança de seu sistema de gestão, a fim de possibilitar a implantação do sistema de HACCP, como exemplo: padronização da documentação, treinamentos com todos os colaboradores envolvidos, executando todos os POP's (Procedimentos Operacionais). Assim como já possui sistemas de mudanças comportamentais voltados a Saúde e segurança no trabalho já implantados.

Os benefícios mais almejados com a implantação e certificação de ISO são a visibilidade e expansão do mercado.

A certificação de segurança alimentar (HACCP) pode desempenhar, aqui, um papel importante, oferecendo o reconhecimento a todas as organizações cujos sistemas de segurança alimentar estejam, e garantido assim de forma independente e imparcial, que os seus produtos foram produzidos, manipulados, embalados, distribuído e fornecidos de forma segura e conforme com exigências definidas através destas normas.

O referencial teórico possibilitou o entendimento das normas HACCP e OHSAS 18001, os pontos de compatibilidade entre ambas e a possível integração; bem como o modelo proposto.

A compatibilidade dos requisitos entre duas normas é a combinação de processos, procedimentos e práticas adotadas por uma organização, para implementar suas políticas e atingir seus objetivos de forma mais eficiente e eficaz.

Esta implementação pode contribuir para as empresas que são do segmento e queiram implementar o sistema de SGI.

REFERÊNCIAS

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR ISSO 22000. Sistema de gestão de segurança alimentar: especificação e diretrizes para uso. 2006.

ABNT ISO/TS 22004:2006. Sistemas de Gestão da Segurança de Alimentos: Guia de Aplicação da ABNT ISO 22000:2006. São Paulo, 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Importância do *Codex Alimentarius*. Disponível em: www.agricultura.gov.br. Acesso em 12/05/2012

BSI, OHSAS 18001 - Especificação para Sistemas de Gestão de Saúde Ocupacional e Segurança, Reino Unido, 1999.

CARVALHO PINTO VIEIRA, Adriana. A percepção do consumidor diante dos riscos alimentares: A importância da segurança dos alimentos. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XII, n. 68, set 2009. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=6587Acesso em 15/05/2012.

CHAIB, E.B.A. Proposta para Implementação de Sistemas de Gestão Integrada de Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Trabalho em Empresas de Pequeno e Médio Porte: um estudo da indústria metal-mecânica. 2005. 138 f. Dissertação (Mestrado em Ciência em Planejamento Energético). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. CNI/SENAI/SEBRAE. Guia para elaboração do Plano APPCC; carnes e derivados. (Série Qualidade e Segurança Alimentar) Projeto APPCC indústria. 2 ed. Brasília, 2000, p.142. SENAI/DN.

COLENGHI, Vitor Mature. O&M e Qualidade Total: uma integração perfeita. 3.ed. Uberaba: Ed.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

V. M.,2007. Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Procedimento_operacional_padr%C3%A3o, acesso em 17/05/2012. DIAS, Joaquim. Alimentos Refrigerados e suas Características. Disponível em http://www.hipersuper.pt/2006/10/13/Alimentos_refrigerados_e_suas_ca/, acesso em 17/05/2012.

FIGUEIREDO, Veruschka F. de; NETO, Pedro Luiz de Oliveira Costa. Gestão & Produção v.8, n.1, p100-111, abr.2001.

FURTINI, L.L.R.; ABREU, L.R.; Comunicação utilização de APPCC na indústria de alimentos, Lavras, 2005, Ciência Agrotec., v.30,n.2, p. 358-363.

FURTINI, Larissa Lagoa Ribeiro; ABREU, Luiz Ronaldo. Cienc. Agrotec., Lavras, v.30, n.2, p.358-363, mar./abr., 2006.

GODINI, Maria Dorotea de Queiroz, VALVERDE, Selene, 2001. Gestão Integrada de Qualidade, Segurança & Saúde Ocupacional e Meio Ambiente. Bureau Veritas, São Paulo, 2001.

HOFF, Y.C. Aplicação de Ferramentas de Gestão na Administraçãode Restaurantes. Revista Nutrição Profissional, n.27, Ano V, out-nov-dez, 2009.

JULIÃO, A. M. Modelo para Implantação de Sistema de Gestão Integrado (ISO 22000, ISO 14001, OHSAS 18001, SA8000 em Entreposto de Pescado,2010.

NETO, J. B. M. R.; TAVARES, J C; HOFFMANN, S. C. Sistema de Gestão Integrados – qualidade, meio ambiente, responsabilidade social, segurança e saúde no trabalho, SENAC, 2008.

NEVES, Luis. Sistemas de Gestão Integrados – Vantagens para as empresas da cadeia alimentar. Disponível em:<http://www.infoqualidade.net/SEQUALI/PDF-SEQUALI-02/n02-30- 31.pdf>acesso em: 17 maio2012.

OHSAS 18001:2007. Sistemas de Gestão da Segurança e Saúde no Trabalho– Requisitos. São Paulo, 2007.

PEREIRA, Paulo Francisco. A Importância da Prevenção na Segurança e Saúde no Trabalho. Disponível em http://www.ebah.com.br/content/ABAAABpV0AE/a-importancia-prevencao-/na- seguranca-saude-trabalho, acesso em 05/07/2012.

YIN, R. K. *Case study research: design and methods.* 3ed. Sage Publications, 2003.

WURLITZER, N.J. Sistemas de Gestão da Segurança dos Alimentos (BPF/APPCC/ISO 22000)

– fatores críticos para implantação. Dia Mundial da Alimentação- Segurança Alimentar. SBCTA
– Sociedade Brasileira da Ciência e Tecnologia de Alimentos, 15 de outubro de 2007.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RELATO DE EXPERIÊNCIA COM A ORGANIZAÇÃO NACIONAL DE ACREDITAÇÃO ONA IMPLANTADA NO 0HOSPITAL UNIMED BAURU

Carla Cristina de Sousa Poli (SENAC-Bauru); carlacsp@yahoo.com.br* Camila Silveira (SENAC-Bauru); enf.camilasilveira@gmail.com
Edson Jatti de Carvalho Junior (SENAC-Bauru); jatti.eng@hotmail.com Denis Martins Vicente Portela (SENAC-Bauru); eng.denisportela@gmail.com Marcelo Eduardo Pexe (SENAC-Bauru); eng_marcelopexe@hotmail.com
Leandro Peres Marcomini (SENAC-Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Resumo: O Hospital Unimed Bauru (HUB) é um hospital geral altamente especializado, atualmente com 227 leitos ativos, considerado um centro de excelência em saúde de média e alta complexidade e referência para o interior de São Paulo. Tornou-se referência no segmento de mercado, tanto pelo projeto arrojado quanto pelo atendimento de excelência. Seu principal diferencial é o conceito de atendimento personalizado, visando qualidade e conforto aos clientes, pacientes, acompanhantes e colaboradores. O conceito de excelência que começa por suas instalações é ampliado pelo trabalho do corpo clínico e colaboradores no atendimento em todas as áreas. Possui cerca de 1.030 colaboradores diretos e por mais de 690 médicos cooperados. A área total é de 96.700 m² com 22.141,20 m² de área construída. O hospital possui leitos convencionais nas chamadas clínicas abertas, que atendem pediatria, clínica médica, ginecologia e obstetrícia (maternidade). Os quartos para planos de acomodação coletiva possuem apenas dois leitos valorizando a privacidade do cliente. Há também três clínicas cirúrgicas para internação em todas as especialidades cirúrgicas**.** A unidade oferece também um amplo setor de serviços médicos com equipamentos de última geração. O centro diagnóstico Unimed, instalado no hospital, possui infraestrutura e equipes especializadas para realização de exames em cardiologia, endoscopia, otoacústica, neurofisiologia, diagnósticos por imagem como tomografia helicoidal, ressonância magnética, ultrassonografia, além de serviços de hemodinâmica e quimioterapia. O pronto atendimento (PA) adulto funciona 24 horas, atende a três especialidades: 1) ginecologia/obstetrícia, 2) ortopedia e 3) clínico geral. Conta com leitos de observação ambulatorial e com salas especifica para inalação, sutura e aplicação de medicamentos. Possui infraestrutura especial de atendimento para salas de recepção e emergência, posto de serviço, enfermaria e serviço social. O PA infantil é a área especifica para atendimento de urgência e emergência em pediatria, teve sua área ampliada, sendo adicionada uma área de recepção, dando mais comodidade aos pais e pequenos pacientes. Uma nova ala de internação cirúrgica foi inaugurada em fevereiro de 2014, adicionando 26 novos apartamentos, sendo duas suítes especiais. O HUB possui média mensal de 1.500 internações e 1.000 cirurgias/mês. O total geral de consultas no PA adulto e infantil ultrapassa 9.500 por mês. *O HU*B é certificado pela ONA desde 2010 e sua liderança demonstra e confirma comprometimento com o planejamento, desenvolvimento, implementação e melhoria contínua do seu sistema de gestão, sobre a importância de satisfazer e superar as expectativas dos clientes. Assim, este estudo é o resultado de uma pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa, que objetiva identificar a implantação do organismo de certificação ONA no Hospital Unimed Bauru. Os resultados indicam que diversos benefícios podem ser encontrados tanto para os pacientes e fornecedores, como para os colaboradores e cooperados mediante a melhoria da qualidade na assistência, humanização e melhoria continua de seus processos. Conclui-se que a Acreditação é imprescindível para melhorar a imagem institucional, trazendo reconhecimento e destaque na sociedade e entre as empresas de mesmo segmento, promovendo respaldo às decisões da diretoria. Sendo assim, recomenda-se a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

manutenção do nível dois com foco no nível três para a acreditação ONA.

Palavras – chave: Hospital Unimed. Acreditação. ONA.

Abstract: The Unimed Bauru Hospital (HUB) is a highly specialized general hospital, which currently has 227 active beds, considered a center of excellence in average health and high complexity and reference to the interior of São Paulo. Reference is made in the market segment, both the bold project as the excellent service. Its main differential is the concept of personalized service, aiming at quality and comfort to customers, patients, caregivers and employees. The concept of excellence starting with their facilities is enhanced by the work of medical staff and employees serving in all areas. It has about 1,030 direct employees and more than 690 medical members. The total area is 96,700 sqm with 22141.20 square meters of built area. The hospital has conventional beds in clinics open calls, serving pediatrics, internal medicine, gynecology and obstetrics (maternity). Rooms for collective accommodation plans have only two beds valuing customer privacy. There are also three surgical clinics for admission to all surgical specialties. The unit also offers a broad sector of medical services with the latest equipment. The diagnostic center Unimed, installed in the hospital, has infrastructure and specialized teams to conduct examinations in cardiology, endoscopy, otoacoustic, neurophysiology, diagnostic imaging as spiral CT, MRI, ultrasound, and hemodynamic and chemotherapy services. The emergency department (ED) adult open 24 hours, serves three specialties: 1) obstetrics / gynecology, 2) Orthopedic and 3) general practitioner. Has outpatient observation beds and rooms specifies inhalation, suture and application of medications. It has special infrastructure service for reception and emergency rooms, service station, nursing and social work. The children's PA is a specific area for urgent and emergency care in pediatrics, it was expanded area, and added a reception area, giving more convenience to parents and young patients. A new wing of surgical hospital was opened in February 2014, adding 26 new apartments, two special suites. The HUB has a monthly average of 1,500 admissions and 1,000 surgeries / month. The grand total queries in adult and children's PA exceeds 9,500 per month. The HUB is certified by ONA since 2010 and its leadership demonstrates and confirms commitment to planning, development, implementation and continuous improvement of its management system, the importance of meeting and exceeding customer expectations. This study is the result of a bibliographical research with a qualitative approach, which aims to identify the implementation of ONA certification body Unimed Hospital in Bauru. The results indicate that many benefits can be found for both patients and providers, as for employees and cooperatives by improving the quality of care, humanization and continuous improvement of its processes. We conclude that the accreditation is essential to improve the corporate image, brings recognition and prominence in society and among the same business segment, providing support to the decisions of the board. Therefore, it is recommended to maintain the level two with focus on level three for ONA accreditation.

Keywords: Hospital Unimed. Accreditation. ONA.

INTRODUÇÃO

A Acreditação é um método de avaliação voluntário, periódico e reservado, que busca garantir a qualidade da assistência por meio de padrões previamente definidos. Constitui, essencialmente, um programa de educação continuada e, jamais, uma forma de fiscalização (ONA, 2014).

A ONA criada em 1999, atua como órgão regulador e que credencia serviços de saúde, zelando pelo desenvolvimento na melhoria da qualidade de assistência à saúde no âmbito nacional. A ONA tem por objetivo a implantação e implementação de um

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

processo de melhoria da assistência à saúde que, consequentemente, estimulará os serviços a conquistarem padrões mais elevados de qualidade. Essa organização desenvolve e opera um sistema de acreditação com o intuito de contribuir efetivamente para qualidade dos serviços de saúde atingindo a satisfação de seus clientes. Estabelece o planejamento, padronização, análise e melhoria contínua dos processos e resultados (MAZIEIRO; SPIRI, 2013).

De acordo com o Manual das Organizações prestadoras de Serviços de Saúde, 2014, a acreditação constitui um método de avaliação voluntário, periódico e reservado, que busca garantir a qualidade da assistência por meio de padrões previamente definidos. A organização prestadora de serviços de saúde que adere ao processo de acreditação revela responsabilidade e comprometimento com a segurança, com a ética profissional, com os procedimentos que realiza e com a garantia da qualidade do atendimento a população.

A metodologia de avaliação da ONA foi desenvolvida a partir da revisão desses modelos de acreditação regionais e dos manuais da América Latina e de países como Estados Unidos, Canadá, Espanha e Inglaterra. Para ser utilizado nacionalmente, o manual da ONA foi testado em instituições de saúde nas cinco regiões do Brasil. É reconhecida pela ISQua (*InternationalSociety for Quality in Health Care*), associação parceira da OMS e que conta com representantes de instituições acadêmicas e organizações de saúde de mais de 100 países.

Declara ter como missão incentivar o setor de saúde a aprimorar a gestão e a qualidade da assistência por meio do desenvolvimento e evolução de um sistema de acreditação, tornar a Acreditação ONA reconhecida pela população brasileira como sinônima de segurança, qualidade e credibilidade de serviços de saúde.

Desde sua criação, a ONA coordena o Sistema Brasileiro de Acreditação - SBA, que reúne organizações e serviços de saúde, entidades e instituições acreditadoras em prol da segurança do paciente e da melhoria do atendimento.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

O Hospital Unimed Bauru é certificado no nível 2 (dois) do ONA e atualmente sua visão de mercado é obter a certificação nível 3 (três), conforme a estrutura do Sistema Brasileiro de Acreditação a seguir:

Nível 1 – contempla o atendimento aos requisitos básicos da qualidade na assistência prestada ao cliente, nas especialidades e serviços do hospital, com os recursos humanos em quantidade e qualificação compatíveis com a complexidade do serviço. Quando a organização de saúde cumpre integralmente com os requisitos no nível 1 ela é qualificada na condição de Acreditada;

Nível 2 – contempla a organização da assistência, conferindo documentações, treinamento dos trabalhadores, rotinas, uso de indicadores para a tomada de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

decisão clínica e gerencial, além da prática de auditoria interna. Apresentam evidências de adoção no planejamento da organização da assistência hospitalar. Quando a organização de saúde cumpre integralmente com os requisitos no nível 1 e 2 ela é qualificada na condição de Acreditada Plena;

Nível 3 – contempla as práticas de gestão e qualidade, constatando se existem políticas institucionais de melhoria contínua em termos de estrutura, novas tecnologias, atualização técnico-profissional, ações assistenciais e procedimentos médicos sanitários. Políticas institucionais têm influenciado na melhoria contínua nas suas estruturas. Quando a organização de saúde cumpre integralmente com os requisitos no nível 1, 2 e 3, ela é qualificada na condição de - Acreditada com Excelência.

O Processo de implantação da ONA seguiu com a análise da Alta Direção na seguinte ordem:

a) Reestruturação do Setor de Qualidade
b) Treinamento de Multiplicadores do Manual Brasileiro de Acreditação - versão ONA 2010 - com coordenadores das unidades;
c) Análise de processo no hospital;
d) Elaboração de Procedimento Operacional Padrão;
e) Auditoria de diagnostico ONA em Julho de 2010;
f) Analise de Não conformidade e observações e plano de ação para adequação;
g) Auditoria de Certificação em Dezembro de 2010.

Os objetivos da qualidade foram estabelecidos pela direção com base na Política da Qualidade, Missão, Visão Valores, Política de comunicação, Política de RH, Política de segurança e meio ambiente. Sendo eles: Manutenção e certificação da acreditação ONA; Analisar processos e sua Interação, conforme o mapeamento de processos; Controlar e monitorar indicadores; Implementar metodologias de trabalho capacitando os colaboradores para ferramentas de melhoria continua; Realizar auditoria interna; Controlar as Não conformidades e observações; Controle de documentos.

Atualmente, em base as Normas da ONA, o Hospital define sua Responsabilidade e autoridade nas descrições de cargo/função, comunicadas para cada colaborador durante o processo de integração na empresa e reforçadas durante o processo de avaliação de desempenho. A cada oito meses, a liderança se reúne com os responsáveis pelos processos com o objetivo de analisar criticamente o sistema de gestão. Esta análise compreende em avaliar oportunidades de melhoria no sistema, aderência do sistema as políticas da organização, objetivos da qualidade, eficiência dos processos. As distorções são avaliadas e ações preventivas e corretivas são efetuadas.

A liderança do HUB demonstra e confirma o seu comprometimento com o planejamento, desenvolvimento, implementação e melhoria contínua do seu sistema da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

gestão da qualidade, sobre a importância de "satisfazer e superar as expectativas dos clientes, com foco na segurança, humanização e melhoria contínua, preservando a vida e o bem estar do paciente.", através da efetivação das políticas; qualidade, saúde e segurança e meio ambiente e política de comunicação, e também conduzindo análises críticas do sistema de gestão da qualidade e disponibilizando os recursos necessários.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

Atualmente a Unimed Bauru está em busca da acreditação nível 3 (três), mantendo o selo ONA, onde as análises são realizadas pela alta Direção e os auditores internos são capacitados para execução das auditorias internas e desenvolvem indicadores apontando melhorias continuas nos processos organizacionais da empresa.

A preparação para atendimento de situações de contingência para satisfazer os requisitos do cliente ocorre em diversos processos do HUB como medida preventiva. Existem planos de contingência focados em causar interrupções nos processos, redução de Mao de obra, problemas com equipamentos chave do hospital.

Assim, o HUB contribui para a saúde e qualidade de vida dos seus colaboradores, assegurando que as atividades desenvolvidas em suas instalações tenham um alto nível de proteção para a saúde e segurança.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TECNICAS. **ONA**: Organização Nacional de Acreditação. 1 ed. Brasília: Organização Nacional de Acreditação, 2014

COUTO, Renato Camargos; PEDROSA, Tânia Moreira Grillo. **Hospital Acreditação e Gestão em Saúde**. 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2007.

MAZIEIRO, Vanessa Gomes; SPIRI, Wilza Carla**.** Significado do processo de acreditação hospitalar para enfermeiros de um hospital público estadual. **Revista Eletrônica de Enfermagem** [Internet] 2013, jan/mar, pág. 121-129. Disponível em: https://www.fen.ufg.br/fen_revista/v15/n1/pdf/v15n1a14.pdf.

UNIMED BAURU. Manual da Qualidade Hospitalar. Disponível em: http://portal.unimedbauru.com.br/portal/upload/Manual_da_qualidade_hospitalar.pdf Acesso em 20 de setembro de 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ANÁLISE DO SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE, MEIO AMBIENTE E SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO DA EMPRESA LBR ENGENHARIA E CONSULTORIA

Eduardo de Andrade (SENAC-Bauru); eduandrade_duda@yahoo.com.br * Ana Beatriz Bassetto Trovão (SENAC-Bauru); bia.agro@hotmail.com Fabiana Pires Saraiva (SENAC-Bauru); saraiva.fp@gmail.com
Leandro Peres Marcomini (SENAC-Bauru); leandro.pmarcomini@sp.senac.br

Resumo: Apresentam o relato de experiência desenvolvido durante a prática de trabalho na empresa LBR Engenharia e Consultoria Ltda. Aborda o sistema de gestão da qualidade, meio ambiente e saúde e segurança no trabalho como um componente primordial no desenvolvimento da empresa. O objetivo deste relato é demonstrar como um método de gestão prático e objetivo possibilita que o funcionário, ao primeiro contato, compreenda as relações de trabalho e adquira as competências necessárias para exercer o que o sistema de gestão compete. A LBR Engenharia é uma empresa com atuação na área de engenharia consultiva, prestando serviços de gerenciamento de empreendimentos públicos, privados e de interesse social, gerenciamento e fiscalização de obras, incluindo empreendimentos sustentáveis. Fundada em 14 de Outubro de 1996, a LBR conta com uma experiente equipe técnica de profissionais de nível superior, entre engenheiros, arquitetos e técnicos de comprovada competência, capacitados a saber enfrentar os desafios que a atualidade apresenta. Atenta na busca contínua da excelência, a LBR vem implantando, desde 1998, um Sistema de Gestão Integrada, que se amplia e se renova através da obtenção de certificações e da capacitação e atualização de seus profissionais e produtos. Utiliza-se como método o Sistema de Gestão Integrada, constituído e certificado pela NBR ISO 9001:2008, NBR ISO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007 e como resultado, como estas certificações capacitaram a empresa a atuar nos maiores e mais complexos empreendimentos de engenharia, sempre atendendo integralmente as obrigações legais e normativas pertinentes, com a mais elevada responsabilidade social.

Palavras-chave: Qualidade. Meio Ambiente. SST.

Abstract: They present the report of an experience developed during practice with the company LBR Engenharia e Consultoria Ltda. Addresses the quality management system, environment and health and safety as a key component in the development of the company, which can be seen as a practical management method and objective, enabling the employee, the first contact, understand relationships work and acquire the skills necessary to exercise the management system competes. The LBR Engenharia is a company engaged in the consulting engineering field, providing management of

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

public, private enterprises and services of social interest, management and supervision of works, including sustainable enterprises. Founded on 14 October 1996, the LBR has an experienced technical team of top-level professionals, including engineers, architects and technicians of proven competence, able to learn to face the challenges that the present offers. Aware of the continuous pursuit of excellence, the LBR has been implementing since 1998 an Integrated Management System, which extends and renews itself by obtaining certifications and the training and updating of its professionals and products. Currently has an Integrated Management System, established and certified by ISO 9001: 2008, ISO 14001: 2004 and OHSAS 18001: 2007. These certifications enable the company to operate the largest and most complex engineering projects, always fully meet the relevant legal and regulatory obligations, with the highest social responsibility.

Keywords: Quality. Environment. SST.

INTRODUÇÃO

A LBR realizou um planejamento de modo a atender a todos os requisitos da NBR ISO 9001:2008, NRB ISSO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007. O planejamento de sua implantação obedeceu, inicialmente, aos critérios da NBR ISO 9002:94 e, como tal, teve caráter evolutivo obedecendo ao princípio de um sistema de gestão. Obtida sua certificação, em 20 de maio de 2002, procurou-se pela sua objetiva e real implementação, ao mesmo tempo em que foi iniciada a programação, visando à migração para a NBR ISO 9001:2000, considerando a possibilidade de ampliar o escopo, face às oportunidades de gerenciamento de projetos, certificação que ocorreu em 03 de outubro de 2003, com recertificação em 30 de novembro de 2012, já na versão NBR ISO 9001:2008.

As certificações NBR ISO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007 que ocorreram em 24 de Novembro de 2006 e em 12 de Novembro de 2009, respectivamente, com a recertificação em 30 de Novembro de 2012, abrangendo o seguinte escopo:

- Prestação de serviços de engenharia consultiva;
- Prestação de serviços de gerenciamento de empreendimentos públicos, privados e de interesse social;
- Prestação de serviços de gerenciamento e fiscalização de obras, incluindo empreendimentos sustentáveis;
- Prestação de serviços de engenharia relativos ao apoio à infraestrutura rodoviária, ferroviária, metroviária, aeroviária, urbana, petróleo, gás e energia;
- Prestação de serviços de apoio ao gerenciamento e operação de tráfego rodoviário;
- Prestação de serviço especializado para fiscalização de peso e dimensões de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

veículos de carga;

- Prestação de serviços de gerenciamento e execução de projetos;
- Prestação de serviços técnicos especializados de apoio ao desenvolvimento social.

Ao planejar seu sistema de gestão integrada, a LBR aplicou o princípio de que cada atividade é realizada por um processo que envolve pessoas e outras formas de recursos, de forma a possibilitar a transformação de entradas (insumos) em saídas (produto/serviço) e que frequentemente, a saída de um processo é a entrada para o próximo.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Com a finalidade de se estabelecer a ligação entre os vários processos, foi idealizado um Macroprocesso que representa a inter-relação entre os demais processos que integram o Sistema da Gestão Integrada da LBR e fornecem uma base para melhoria contínua da sua eficácia.

O Macroprocesso estabelecido envolve:

- Administração: Abrangendo os processos relativos à Alta Direção, como Análises Críticas pela Direção, os relativos à estrutura da documentação e seu controle, inclusive quanto aos registros da qualidade, os processos relacionados a clientes. Abrange também os processos de apoio, que exijam o comprometimento da Alta Direção.
- Recursos: Abrangendo os processos relativos aos recursos essenciais para implementação das atividades previstas e para atingir os objetivos do sistema da gestão integrada da LBR. São recursos relativos a pessoas, materiais, equipamentos, infraestrutura, ambiente de trabalho, informação recursos naturais e financeiros.
- Produção: São os processos relativos à realização do produto conforme planejamento e atendimento aos Planos para o melhor fornecimento de serviços.
- Monitoramento: Englobam os processos relativos às medições, importantes para as tomadas de decisões com base em fatos, envolvendo aqueles necessários ao monitoramento, medição do sistema, incluindo os de auditoria internas, monitoramento dos processos e do produto, controle de produto não conforme, ações corretivas e preventivas.

Figura 1 - Planejamento do Sistema da Gestão Integrada

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Desta forma, o planejamento do Sistema da Gestão Integrada, definido por este Macroprocesso, é representado pela figura 1.

Foram então identificados os Processos que integram o Sistema da Gestão Integrada, de acordo com este Macroprocesso, e que são a seguir indicados. São descritos ou por um procedimento documentado ou referenciados no Manual do Sistema da Gestão Integrada, onde são definidos os parâmetros, critérios, métodos e interfaces para assegurar o atendimento aos Requisitos do Cliente, bem como os dos demais profissionais envolvidos, assim como atingir os Objetivos do Sistema da Gestão Integrada estabelecidos:

- Administração: Monitoramento e Medição da Satisfação do Cliente, Monitoramento e Medição dos Aspectos e Impactos Ambientais, Monitoramento e Medição dos Riscos e Acidentes de Trabalho, Controle dos Requisitos Legais Ambientais e de SST, Análise Crítica pela Direção, Processos Relacionados ao Cliente e ao Meio Ambiente, Elaboração e Controle de Documentos do SGI, Melhoria Contínua;
- Recursos: Aquisição, Gestão de Recursos Humanos;
- Produção: Controle de Projetos, Produção e Fornecimento de Serviço;
- Monitoramento: Monitoramento dos Processos e Produtos, Controle de Produto Não Conforme e Ações Corretivas e Preventivas, Auditoria Interna.

A implantação foi planejada para obedecer ao desenvolvimento de cada processo especificado, envolvendo todas as atividades necessárias para atingir a qualidade requerida, incluindo dispositivos, recursos de qualquer natureza e habilidades específicas.

Seu monitoramento é realizado através de controles adequados a cada tipo de trabalho, em estágios apropriados durante a realização do produto, assegurando a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

compatibilidade de todas as atividades desenvolvidas durante cada processo. Necessárias adequações, quando identificadas, são realizadas, permitindo as competentes atualizações das técnicas de execução, de controle e de inspeção. A verificação da conformidade com os requisitos especificados é registrada em documentos identificados como Registros do Sistema da Gestão Integrada.

A integridade do Sistema da Gestão Integrada será sempre mantida quando mudanças nos processos e procedimentos são planejadas e implementadas.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

Sentindo a necessidade de melhorar continuamente a qualidade de seus produtos e de aumentar sua produtividade, a Diretoria optou por implementar um Sistema com base em fundamentos para a formação de uma cultura de gestão voltada para resultados.

A Política da LBR, que integrada ao Manual do Sistema da Gestão Integrada, permite identificar uma estrutura de objetivos que são atrelados a indicadores e respectivas metas, desmembrados em cada contrato, em seus Planos do Sistema da Gestão Integrada.

Além disso, anualmente, a Diretoria, em reunião, estabelece um Planejamento Estratégico para a empresa, visando os próximos 3 anos, definindo os produtos, com os quais pretende que a LBR amplie sua atuação no mercado, e principais Clientes, entre potenciais e atuais. Os produtos estão lastreados na experiência e na gestão do conhecimento de sua equipe.

Para que o Planejamento Estratégico seja aplicado, ele é desmembrado em Planos de Ação nos diversos níveis e funções, sendo definidos objetivos e respectivas metas, para que o sucesso seja alcançado.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Sistemas de gestão de qualidade-requisitos. Quality management systems-requirements. ABNT NBR ISO 9001. 2008.
DEMING, W. E. Qualidade: A Revolução da Administração. Rio de Janeiro: Saraiva, 1990.
LBR ENGENHARIA (Brasil). Empresa. 2015. Disponível em: <http://lbreng.com.br/empresa/>. Acesso em: 06 set. 2015.
LBR ENGENHARIA (Brasil). Noticias. 2015. Disponível em: <http://lbreng.com.br/categoria/noticias/>. Acesso em: 06 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO DESENVOLVIMENTO DE UM CURSO A DISTÂNCIA: UM ESTUDO DE CASO

Denis da Silva Corrêa (SENAC); denis.s.correa@gmail.com * Michele Alonso (SENAC); malonsomarques@gmail.com Vitor Amaral (SENAC); vitoramaral.ti@gmail.com
Viviane Borelli (SENAC); vivi.borelli@gmail.com
Raphael Donaire Albino (SENAC); raphael.dalbino@sp.senac.br

Palavras-chave: Gerenciamento de projetos. Guia PMBOK®. Educação a distância.

INTRODUÇÃO

As organizações cada vez mais têm buscado atuar na modalidade de projetos. Isto é devido não só ao respaldo científico presente nas metodologias, técnicas e ferramentas atuais da área, como também às vantagens que esta abordagem traz (TERRIBILI FILHO, 2011).

Segundo o *Project Management Institute* ou PMI (2013, p. 3), projeto é um "[...] esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado único". Já o gerenciamento de projetos é a "[...] aplicação do conhecimento, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto para atender aos requisitos" (PMI, 2013, p. 5), de forma a aumentar a probabilidade de sucesso. O gerenciamento de projetos trata da iniciação, planejamento, execução, controle e fechamento do projeto (XAVIER et al., 2010; GASNIER, 2012) e visa realizar as entregas planejadas com a qualidade esperada, no prazo previsto e dentro do orçamento aprovado (TERRIBILI FILHO, 2011).

O PMI é a instituição líder no desenvolvimento de conjuntos de conhecimentos de gerenciamento de projetos, sendo o seu *A Guide to the Project Management Body of Knowledge*, ou Guia PMBOK®, o mais reconhecido e utilizado atualmente (CLELAND e IRELAND, 2007). Este é um documento formal que descreve normas, métodos, processos e práticas, que se tornou um "padrão de fato" mundialmente utilizado pelos profissionais da área. É sabido que a aplicação do conhecimento reunido neste guia pode aumentar as chances de sucesso do projeto (TERRIBILI FILHO, 2011; PMI, 2013).

Apesar do recente crescimento da modalidade de projetos nas organizações, de modo geral, os jovens brasileiros não possuem, em sua formação inicial, orientações a respeito de gerenciamento de projetos. Ainda, sabe-se que no Brasil a escassez de mão de obra qualificada afeta diversos setores: uma pesquisa realizada pela ManpowerGroup (2015) aponta que 61% dos executivos tem dificuldades para encontrar os profissionais qualificados de que precisam. Pensando nisso, propôs-se neste trabalho

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

adaptar um curso de gerenciamento de projetos para a modalidade a distância, dando continuidade ao trabalho de um grupo de alunos do curso de Especialização em Gerenciamento de Projetos – Práticas do PMI/2013, do SENAC de Bauru, que aplicou o mesmo curso de forma presencial a jovens aprendizes da instituição.

A Educação a Distância (EAD) vem se consolidando e ganhando espaço, dado seu potencial para atender com rapidez as demandas da sociedade por constantes atualizações de conhecimentos, além da necessidade das organizações de capacitarem seus profissionais de forma contínua, visando à otimização de processos e ganhos de produtividade, e a demanda crescente do mercado de trabalho por profissionais cada vez mais qualificados (CASTRO; LADEIRA, 2009). Um dos fatores críticos em projetos de EAD, no entanto, é a ausência de um plano de gestão, uma vez que é necessário compreender como os projetos são conduzidos, integrados e produzidos para que, desta forma, seja possível garantir que o curso em questão atenda tanto às necessidades do aluno quanto da instituição. Assim, o gerenciamento de projetos se apresenta como uma área fundamental para que a EAD possa operar de maneira eficiente e eficaz, já que possui métodos, técnicas e ferramentas que auxiliam esse processo (LENZI, 2010; LENZI; SPANHOL, 2011).

Examinando a evolução da EAD e a forma como está incorpora novas tecnologias que agregam complexidade aos seus processos, torna-se evidente a necessidade da apropriação das modernas técnicas de gerenciamento de projetos (SÁ e PINTO, 2011).

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é analisar a aplicação das dez áreas de conhecimento do Guia PMBOK® na disponibilização de um curso de gestão de projetos a distância, utilizando a plataforma gratuita *Moodle*, para jovens aprendizes do SENAC Bauru.

MÉTODOS

Para se investigar a importância do uso de um guia de boas práticas em gerenciamento de projetos para a disponibilização de um curso a distância, utilizou-se o método de estudo de caso. Para isso, os autores determinaram um escopo de projeto fictício e, a partir deste, aplicaram as ferramentas e técnicas disponíveis nas dez áreas do conhecimento do Guia PMBOK® e analisaram seus resultados.

Sobre o método de pesquisa estudo de caso, Yin (2001) afirma que "[...] o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes".

Ponte atesta que (2006):

> [...] é uma investigação que se assume como particularística, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenômeno de interesse.

Com esta aplicação do método de estudo de caso em um projeto fictício, visou-se que os autores pudessem ampliar seus conhecimentos acerca das boas práticas em gerenciamento de projetos preconizadas pelo PMI, por meio do estudo aplicado de cada uma de suas áreas do conhecimento.

RESULTADOS

Como resultado obtido podemos citar, inicialmente, a elaboração do *Project Model Canvas (*que é uma ferramenta para desenvolver projetos de forma rápida e colaborativa através do preenchimento de um quadro), para o projeto "Curso a distância em gerenciamento de projetos", que foi essencial para identificar e definir os requisitos, premissas, restrições e objetivo SMART, que são os itens principais para compor o escopo, inclusive, sofrendo poucas alterações no decorrer do projeto.

A criação do Canvas também foi muito importante para orientar a elaboração dos documentos indicados como boas práticas pelo PMI, difundidos e disseminados através do Guia PMBOK®. Dentre eles, podemos destacar o TAP (Termo de abertura do projeto), a Declaração do Escopo, a EAP (Estrutura analítica do projeto) e o Plano de gerenciamento de custo, que foram os principais documentos que auxiliaram a manter as demais documentações do projeto integradas.

A principal restrição do projeto foi o tempo, visto que a disponibilização do acesso ao curso via *web* e aplicativo deveria ser liberada para os cursistas e visitantes após três meses da assinatura do contrato. Com a identificação e detalhamento das atividades do projeto, foi possível estruturar o cronograma e trabalhar com atividades em paralelo, de forma eficaz e atendendo às expectativas do projeto.

Outro resultado positivo, foi o escopo ter sido bem definido no início do projeto, o que proporcionou a produção das documentações com segurança, possibilitando nos aprofundarmos ainda mais em técnicas e ferramentas do Guia PMBOK®.

CONCLUSÃO

Após a análise dos resultados obtidos, podemos comprovar a importância de se realizar um bom planejamento, aplicando técnicas e ferramentas indicadas como boas práticas pelo PMI.

Durante todo o levantamento de requisitos e informações necessárias para a produção dos documentos de cada área de conhecimento, foi possível identificar detalhes que poderiam ter grandes impactos no projeto se não fossem detectados antes do início da execução. A elaboração de documentos como o cronograma, EAP, matriz de riscos, entre outros, serviu de respaldo para os autores do trabalho e, possivelmente, garantiria maior chance de sucesso caso o projeto fosse executado na prática.

Todo esse trabalho realizado possibilitou uma maior organização dos autores,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estruturação das ideias, clareza nas atividades a serem realizadas, bem como uma base para realizar a execução do gerenciamento do projeto "Curso a distância em gerenciamento de projetos".

Uma limitação encontrada neste trabalho foi o fato de o projeto não ter sido executado na prática. Toda a produção realizada poderia ter agregado mais valor e experiência se o projeto tivesse sido efetivamente executado. Desse modo, sugere-se que em estudos de caso de futuros projetos, mesmo que de outras naturezas, eles sejam colocados em prática, possibilitando a real vivência enquanto gerentes de projetos.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Jose Marcio de; LADEIRA, Eduardo da Silva. Gestão e planejamento de cursos a distância (EAD) no Brasil: um estudo de casos múltiplos em três instituições de ensino superior. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 10, n. 2, p.229-247, jul./dez. 2009. CLELAND, David I.; IRELAND, Lewis R. O gerenciamento de projetos. In: CLELAND, David I.; IRELAND, Lewis R. **Gerenciamento de projetos.** 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007. Cap. 1. p. 1-42.

GASNIER, Daniel Georges. Introdução. In: GASNIER, Daniel Georges. **Guia prático para gerenciamento de projetos:** manual de sobrevivência para os profissionais de projetos. 6. ed.
São Paulo: IMAM, 2012. Cap. 1. p. 1-39.

LENZI, Greicy Kelli Spanhol. **Diretrizes para a gestão de projetos de cursos de capacitação na modalidade de educação a distância.** 2010. 147 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de
Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

LENZI, Greicy Kelli Spanhol; SPANHOL, Fernando José. Gestão de projetos em educação a distância. **Novas Tecnologias na Educação**, v. 9, n. 2, p.1-10, dez. 2011.

MANPOWERGROUP. Disponível em: <http://www.manpowergroup.com.br/a-10o-edicao-da- pesquisa-anual-sobre-a-escassez-de-talentos-do-manpowergroup-revela-que-cargos-de- cunho-tecnico-sao-os-mais-dificeis-de-serem-preenchidos-no-brasil/> Acesso em: 01/08/2015. PONTE, João Pedro da. **Estudos de caso em Educação Matemática.** Lisboa: CIEDE, 2006. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos** (Guia PMBOK). 5. ed. Pennsylvania: Project Management Institute, Inc., 2013. 567 p.

SÁ, Eliana Maria de Oliveira; PINTO, Anamelea de Campos. Gerenciamento de projeto em educação a distância. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO SUPERIOR A DISTÂNCIA, 8. 2011, Ouro Preto. **Recurso Eletrônico.** Ouro Preto: Unirede, 2011. p. 1 - 10.

TERRIBILI FILHO, Armando. Introdução. In: TERRIBILI FILHO, Armando. **Gerenciamento de projetos em 7 passos:** uma abordagem prática. São Paulo: M. Books, 2011. Cap. 1. p. 39-50.

XAVIER, Carlos Magno da Silva et al. Introdução. In: XAVIER, Carlos Magno da Silva et al. **Metodologia de gerenciamento de projetos methodware:** abordagem prática de como
iniciar, planejar, executar, controlar e fechar projetos. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2010. Cap. 1. p. 1-19.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso:** Planejamento e Métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman,
2001.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A UTILIZAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS DO GUIA PMBok NO PROJETO CRIANÇA EM AÇÃO

Fernanda Danielle Gobbo Britto (SENAC); fernandda@gmail.com Emille Galego (SENAC); emillegalego@yahoo.com.br
Laís Tragante Leão Peres (SENAC); laistlp@gmail.com Lázaro Prado (SENAC); lazarowin@hotmail.com
Rodrigo de Lima Alencar (SENAC); rodrigolalencar@gmail.com Raphael Donaire Albino (SENAC); raphael.dalbino@sp.senac.br

Palavras-chave: Criança. Jogos. Brincadeiras. Metodologia. Educacional. Lúdico.

INTRODUÇÃO

O Gerenciamento de Projetos é uma área da administração composta por conhecimentos, habilidades e técnicas que podem se basear em um guia (PMI, 2014). De acordo com o PMI (2014), projeto é um conjunto de atividades temporárias, realizadas em grupo, destinadas a produzir um produto, serviço ou resultado únicos. O sentido de temporário indica que o projeto possui um início e fim definidos no tempo, com escopo e recursos definidos. Único, porque não se trata de algo rotineiro, mas um conjunto de operações específicas e em sequência, destinadas a um objetivo em particular. O PMI (2014) também acrescenta que o término de um projeto é alcançado quando seus objetivos são atingidos ou eles não serão ou não podem ser alcançados, ou ainda quando a necessidade do projeto deixa de existir. O cliente, por sua determinação, também pode encerrar um projeto, mesmo que não esteja concluído. Assim, projeto é um plano para algo que poderá ser executado, com começo e fim pré-acordados, gera um resultado exclusivo, é constituído por etapas e possui recursos, tempo e orçamento definidos.

A realização deste Trabalho de Conclusão de curso consiste em aplicar os conhecimentos adquiridos na Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos, do Senac Bauru, em um projeto, que tem como proposta inserir novamente brincadeiras à rotina das crianças no âmbito escolar.

Com o advento das tecnologias, celulares, smartphones e computadores, as brincadeiras infantis de antigamente tem ficado à mercê de ações educativas. Porém, no intuito de amenizar os riscos e mesmo com receio da violência, a colaboração dos pais e escolas tem sido ínfimas para o movimento das crianças.

O aumento do índice de obesidade infantil, decorrente também do sedentarismo, possui íntima relação com os avanços tecnológicos (OLIVEIRA, 2003).

Falta de criatividade, individualismo exacerbado, falta de coordenação motora e perda de força, também decorrem de crianças sedentárias.

Diante dos problemas apresentados anteriormente, o projeto que será descrito

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

a seguir, consiste no desenvolvimento de um programa composto por jogos e brincadeiras para realização nos intervalos/recreios, no intuito de resgatar a cultura de atividades lúdicas, outrora tão utilizadas e benéficas. A responsabilidade pela área de aplicação das atividades propostas pelo projeto será da escola.

O produto a ser entregue trata-se de uma metodologia de um programa educacional voltado para jogos e brincadeiras com o intuito de resgata-las culturalmente, além de possibilitar a participação de crianças com necessidades especiais. Tal Programa deverá ter duração de aproximadamente 15 (quinze) minutos, de acordo com o intervalo para lanchar da escola.

Este programa terá um período de homologação para verificarmos seu potencial de êxito. Os profissionais que irão aplicar o programa receberão capacitação, bem como o programa também será composto por apoio pedagógico gráfico para explicação e incentivo pós-aulas.

OBJETIVOS

O objetivo principal deste trabalho é aplicar os conhecimentos adquiridos e as boas práticas do guia PMBok no desenvolvimento do Projeto Criança em Ação de forma efetiva e eficaz.

O Projeto Criança em Ação trata-se de um caso fictício que consiste em desenvolver uma metodologia de um programa educacional com foco em atividades lúdicas para crianças na faixa etária de 7 a 11 anos, durante o intervalo/recreio com duração de 15 minutos e que foi planejado para ser entregue até setembro de 2015.

A realização deste projeto visa a melhoria na qualidade de vida das crianças, desenvolvimento da coordenação motora, dos processos mentais, raciocínio e resolução de problemas. Além de estimular o hábito da prática de atividades físicas, aumentar o convívio e interação social, resgatando o espírito de equipe de modo a combater o individualismo imposto pelas tecnologias.

Pelos motivos expostos, consideramos que um projeto para desenvolvimento de um programa de resgate de brincadeiras lúdicas, é fundamental para trazer à tona que brincar vai além do mundo virtual. Experiências positivas, como jogos e brincadeiras, que não podem ser esquecidas no tempo e na massa tecnológica. Para manter o progresso, necessitamos de futuros adultos criativos e saudáveis, sendo assim, estes jogos e brincadeiras são essenciais para tal resultado.

MÉTODOS

A pesquisa a ser realizada possui caráter exploratório quanto ao seu objetivo, pois, segundo Andrade (2009), tal pesquisa tem por finalidade trazer maiores informações sobre determinado assunto, sendo o primeiro passo de todo trabalho científico.

Trata-se de uma pesquisa que utiliza a abordagem qualitativa, de acordo com Moresi

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

(2003), pois o dinamismo da relação entre o sujeito e o mundo, não há como traduzir em números, sendo o ambiente natural a fonte direta para coleta de dados. O processo e seu significado são os focos principais da abordagem.

Quanto aos procedimentos utilizados, a pesquisa é considerada "estudo de caso" que, segundo Charoux (2004), é a descrição de um assunto da maneira como ele se apresenta, com uma introdução, um desenvolvimento e uma conclusão.

O quadro 1 trata-se de um resumo da metodologia empregada no Projeto Criança em Ação.

Quadro 1 - Resumo da metodologia empregada

Caráter	Exploratória
Abordagem	Qualitativa
Procedimento	Estudo de caso

RESULTADOS

Os resultados obtidos ao desenvolver o Projeto Criança em Ação, foram os documentos sugeridos para aplicação de boas práticas pelo PMI (2014), conforme aderência ao projeto.

A elaboração dos documentos permitiu melhor gerenciamento do Projeto, haja vista que possibilita e exige que seja esmiuçado o trabalho em voga.

Em Gerenciamento de Escopo, desenvolvemos a Estrutura Analítica do Projeto e o respectivo Dicionário. Mapeamos o que estaria ou não incluso no Projeto. Identificamos como restrições a necessidade de experiência do professor de Educação Física e Pedagoga, o limite de 15 minutos de atividades e a capacitação dos replicadores do programa ser realizada no decorrer do projeto. Foram consideradas como premissas: o conteúdo despertar o interesse das crianças, a continuidade da aplicação da metodologia, o espaço físico da escola ser adequado, o recrutamento de voluntários e a disponibilidade da área comum de intervalo/recreio para aplicação das atividades.

Com o escopo do projeto definido e utilizando a EAP (Estrutura Analítica do Projeto), geramos os planos de gerenciamento de Custos e Tempo. Com estes planos em mãos, todos os envolvidos no projeto puderam saber quanto e quando seriam gastos de tempo e recursos em cada fase do projeto, onde controlar e onde empenhar para que o projeto fosse concluído com êxito e dentro do previsto.

Ainda utilizando a EAP e o plano de gerenciamento de Escopo, criamos o plano de gerenciamento de Aquisições. Este plano nos norteou no que deveria ser adquirido, quais profissionais deveriam ser contratados e quais profissionais seriam voluntários. Para que as aquisições de recursos – materiais e humanos – fossem mais aderentes às necessidades do projeto, criamos o plano de gerenciamento da Qualidade. Neste plano, colocamos todos os critérios necessários para as pessoas envolvidas –

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

experiência, conhecimento, graduação – e informamos todos os critérios para os demais recursos utilizados. Baseado nos planos de aquisições, qualidade e escopo, desenvolvemos o plano de gerenciamento de Recursos Humanos.

Com alguns planos gerados (Escopo, Tempo, Custo, Aquisições, Qualidade, Recursos Humanos), já tínhamos todo o material necessário para a criação do plano de gerenciamento de Riscos. Neste plano, identificamos os possíveis problemas e oportunidades que teríamos no decorrer do projeto. Dessa forma, direcionamos os esforços nos detalhes que mais trariam impactos negativos para a conclusão do projeto para que os mesmos fossem minimizados e dedicamos energia nos detalhes que nos trariam benefícios, assim mantendo a expectativa de todos os envolvidos dentro do esperado.

Entrando no âmbito das expectativas, o plano de gerenciamento das Partes Interessadas nos ajudou a identificar onde e como deveriam ser empregados os esforços para que as pessoas envolvidas no projeto continuassem empenhando energia até sua conclusão. Este plano nos mostrou como criar o plano de gerenciamento de Comunicações, qual seria a melhor forma de interagir com cada um dos participantes do projeto, bem como a frequência de feedback e quais informações disponibilizar.

Por fim, na área de conhecimento Integração identificamos necessidades de Monitoramento e Controle mais eficazes. Sendo assim, os critérios de aprovação do Projeto foram atualizados contemplando três itens para Produto e três para o Projeto. Também em virtude da necessidade identificada, todos os documentos relacionados foram atualizados.

CONCLUSÃO

Ao utilizarmos o guia PMBok como norteador das etapas do projeto Criança em Ação as chances de êxito aumentaram consideravelmente. Planejar seu desenvolvimento nos proporcionou a aplicação das boas práticas sugeridas no guia e esta vivência nos possibilitou uma melhor visão sobre os diferentes aspectos e necessidades envolvidas no gerenciamento de projetos.

Consideramos de grande valia a escolha de um tema com enfoque diferente da área de atuação de grande parte da equipe e este foi um dos maiores desafios enfrentados pelo grupo. Todavia, através da elaboração dos documentos e gerenciamento do projeto, foi possível adquirir e enriquecer conhecimento no assunto em questão. Também demonstrando e permitindo vivenciar que o gerenciamento de projetos pode ter inúmeras vertentes relativas ao escopo.

Como sugestão para estudos futuros, fica a possibilidade de executar na prática o projeto neste estudo proposto como forma de avaliar a qualidade do planejamento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Editoria Atlas, 2009. 114 p.

CHAROUX, O.G.M. Metodologia: processo de produção, registro e relato do conhecimento. São Paulo: Dvs Editora, 2004. 40 p.

MORESI, Eduardo. Metodologia da Pesquisa. 2003. 108 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós Graduação Stricto Sensu em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação, Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2003. Disponível em: http://ftp.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/1370886616.pdf. Acesso em 27 de ago. 2015. OLIVEIRA, Cecília L. de; FISBERG, Mauro. 2003. Obesidade na infância e adolescência –uma verdadeira epidemia. Arq Bras Endocrinol Metab. vol.47 no.2 São Paulo Apr. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0004-27302003000200001&script=sci_arttext. Acesso em 27 de ago. 2015.

PMI. O que é gerenciamento de projetos? Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatIsProjectManagement.aspx>. Acesso em: 22 nov. 2014.

PMI, Project Management Institute. The Guide to Project Management Body of Knowledge. PMBOK® Guide, 5th edition. Project Management Institute, 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

IMPLANTAÇÃO DO PMO DE PRIMEIRO NÍVEL: PARA EMPRESAS DE PEQUENO À MÉDIO PORTE

Jose Mario Pereira Climaites (Senac Bauru); jose.climaites@hotmail.com* Luiz Paulo Rodrigues (Senac Bauru); luizpaulo.cdc@gmail.com
Nei Alcantara Junior (Senac Bauru); neialcantarajunior@gmail.com Tiago Luiz Boaretto (Senac Bauru); tlboaretto@hotmail.com
Raphael Donaire Albino (Senac Bauru); raphael.dalbino@sp.senac.br

Palavras-chave: PMO. Empresas. Escritório de Projetos. Gerenciamento de Projetos.

INTRODUÇÃO

No mundo atual, o ambiente de negócios tem-se aprimorado a novos desafios para as organizações e a todos profissionais em geral. Desta forma, surgem mudanças efetivas e ajustes necessários devido a novos concorrentes, novas demandas. O consumidor tem-se tornado cada vez mais exigente e consciente de seus direitos. Para Porter "é fundamental concentrar os recursos organizacionais (dinheiro, pessoal, tempo e informação) nos fatores básicos que se mostram decisivos para o triunfo de uma empresa ou área" (PORTER, 1999, p.46).

Se uma organização ou uma área/departamento em específico souber diferenciar quais fatores são a chave para seu êxito e proporcionar a aplicação correta dos recursos, poderá então se contrapor em uma superioridade competitiva. Desta forma, surge então a necessidade de se adaptar às novas realidades apresentadas, sendo essencial para as organizações saberem administrar esse contexto de constantes mudanças.

Para que haja esta atitude na prática, as empresas devem inovar constantemente, não só na busca pela gestão de qualidade, planejamentos sistemáticos ou a procura por uma vantagem competitiva, mas também através do Gerenciamento de Projetos – GP, proporcionando a execução dos projetos de forma efetiva e eficaz.

O guia PMBOK®, em sua quinta edição, define projeto como "[...] um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo. A sua natureza temporária indica um início e um término definidos" (PMI, 2013, p. 03).

Conforme apresentado por Xavier "o Gerenciamento de Projetos é um ramo da Ciência da Administração que trata da iniciação, do planejamento, da execução, do monitoramento, do controle e do fechamento de projetos" (XAVIER, 2009b, p. 7).

Já, de acordo com Rabechini:

> A sobrevivência de uma empresa, nos dias de hoje, requer de seus executivos ações rápidas, consequentes e coerentes. Não é possível desperdiçar qualquer tipo de oportunidade, ainda mais: é preciso criá- las! Para manter uma empresa viva é preciso muito conhecimento, esforço e adotar práticas gerenciais que a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> conduzam, com eficiência e eficácia, no sentido de atingir resultados relevantes (RABECHINI, 1999, p. 1).

Pensando em executar os projetos certos e com o menor desperdício possível, as organizações tem buscado nos escritórios de projetos ou *Project Management Office (PMO)* um importante aliado.

Segundo o PMI:

> O PMO é uma estrutura organizacional que padroniza os processos de governança relacionados a projetos, e facilita o compartilhamento de recursos, metodologias, ferramentas e técnicas. As responsabilidades de um PMO podem variar, desde o fornecimento de funções de apoio ao gerenciamento de projetos até a responsabilidade real pelo gerenciamento direto de um ou mais projetos (PMI, 2013, p. 11).

As organizações devem pensar no PMO como um amadurecimento em suas práticas de gerenciamento de projetos, programas e portfólio para melhor alinhar o trabalho com os objetivos estratégicos, para suportar a comunicação e colaboração eficaz com as partes interessadas, podendo assim desenvolver talentos e colocar um foco na realização de valor a partir dos investimentos da organização até o gerenciamento eficaz da realização de benefícios. O PMO tem muitas funções potenciais a desempenhar como contribuinte no desenvolvimento desses tópicos importantes e também de muito interesse para os profissionais de gerenciamento de projetos.

OBJETIVOS

Diante dos fatores acima expostos, este trabalho tem como objetivo analisar a aplicação de um guia de boas práticas em GP para a Implantação de PMO de Primeiro Nível para as empresas de pequeno à médio porte. Além disso, espera-se aprofundar nas técnicas e ferramentas compartilhadas pelo PMBOK® (PMI, 2013). Por tanto busca-se investigar autores que estudam e aplicam o GP em diferentes contextos, apresentando porque é importante a implantação de PMO para uma organização.

MÉTODOS

O método de pesquisa adotado para o desenvolvimento e estudo relatados neste trabalho foi o Estudo de Caso.

De acordo com Goode (1969) é um tipo de análise qualitativa e para Yin (2014) o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens especificas de coletas e análise de dados.

Já de acordo com Martins:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Estudo de caso é uma estratégia metodológica de se fazer pesquisa nas ciências sociais e nas ciências da saúde. Trata-se de uma metodologia aplicada para avaliar ou descrever situações dinâmicas em que o elemento humano está presente. Busca-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto, mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado (MARTINS, 2008, p. 11).

Desta forma, entende-se que o estudo de caso é escolhido quando o tipo de pesquisa oferecer questões "como" e "por que", o pesquisador não possui aprofundamento sobre a pesquisa, e o enfoque do mesmo está sobre fenômenos atuais da vida real (YIN, 2014).

Para Goode "não é uma técnica especifica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado" (GOODE, 1969, p. 422).

Yin (2014) explana que a necessidade de se utilizar este método se dá para a completa compreensão para um fenômeno complexo:

> Seja qual for o campo de interesse, a necessidade diferenciada da pesquisa de estudo de caso surge do desejo de entender fenômenos sociais complexos. Em resumo, um estudo de caso permite que os investigadores foquem um "caso" e retenham uma perspectiva holística e do mundo real – como no estudo dos ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos, a mudança de vizinhança, o desempenho escolar, as relações internacionais e a maturação das indústrias (YIN, 2014, p. 4)

O estudo de caso busca retratar a realidade de uma maneira completa e transparente, apresentando fatos que envolvem e determinam os diversos momentos da realidade estudada, utilizando as diversas fontes de evidências.

RESULTADOS

Com o crescente reconhecimento dos benefícios ligados às práticas de GP, novas soluções têm sido pesquisadas para introdução e manutenção desta forma de trabalho nas organizações, sendo o seu principal objetivo o de melhoria de desempenho em um ambiente onde restrições e variáveis de diversas ordens podem ser verificadas, requisitos de organização, eficiência e grau de automação, ao utilizar as diretrizes estabelecidas pelo PMBOK. Nota- se que pode gerir melhor os projetos na empresa tornando sua execução mais coordenada e assim tendo ainda implementado o PMO para melhoria de determinados processos internos no ambiente corporativo tem se estabelecido fluxos eficientes de informações e de ações, acarretando maior produtividade, redução de custos e satisfação dos profissionais envolvidos no processo produtivo.

Através do GP pôde-se identificar as abordagens necessárias para necessidades

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

especiais, tais como, devida execução de comunicação colaborativa, gerenciamento das partes interessadas para o melhor atendimento aos requisitos necessários em um projeto e equilíbrio de todas restrições conflitantes nos projetos (PMI, 2013).

No decorrer do desenvolvimento desse trabalho, foi possível efetuar uma análise apurada sobre a aplicação das melhores práticas proporcionadas pelo guia PMBOK®, e através da área de conhecimento de Gerenciamento da Integração foi permitido unificar e coordenar os vários processos e atividades do GP.

Já com relação ao Gerenciamento do Escopo, os processos permitiram o desfecho do projeto com êxito devido ao gerenciamento dos processos necessários para a conclusão dos mesmos, apresentando principalmente o controle dos itens inclusos ou não no projeto.

No quesito Gerenciamento do Tempo, foi proporcionada a possibilidade de se gerenciar o devido término e encerramento dos processos, de forma pontual, do projeto, através do gerenciamento do cronograma em seu desenvolvimento e controle, sequenciar as atividades estimando seus recursos e duração.

No Gerenciamento dos Custos, seus processos permitiram o devido gerenciamento e administração para o controle de custos, possibilitando o término do projeto dentro do orçamento aprovado, ao estimar e controlar os custos e determinar o orçamento.

Em relação ao Gerenciamento da Qualidade, foi determinante o alcance dos objetivos e responsabilidades, garantindo a qualidade do projeto para que seus requisitos fossem alcançados, cumpridos e validados, concluindo todos os objetivos empreendidos.

O Gerenciamento dos Recursos Humanos permitiu gerenciar, guiar e orientar toda equipe relacionada ao projeto, sendo cada membro designado para atuar em seu cumprimento. Apoiou o envolvimento da equipe como um todo ao serem desenvolvidos os planos e seu gerenciamento, mobilizando e desenvolvendo a equipe para o projeto.

O Gerenciamento das Comunicações possibilitou a devida comunicação de forma abrangente entre os gerentes de projetos e toda a equipe relacionada com os mesmos. Assegurou que todas as informações relacionadas aos projetos foram devidamente planejadas, controladas,coletadas, armazenadas, distribuídas, monitoradas, gerenciadas e recuperadas, proporcionando uma ligação entre todas as partes interessadas no desenvolver do projeto.

No Gerenciamento dos Riscos, foram apresentados todos os processos que identificam, controlam os riscos em um projeto, permitindo a intervenção de eventos positivos e a redução de impacto dos eventos negativos, através da análise quantitativa e qualitativa dos riscos e seu controle.

O Gerenciamento das Aquisições permitiu todo o gerenciamento necessário para a compra, aquisições de produtos e serviços, administrando o desenvolvimento do processo, incluindo o gerenciamento de contratos emitidos, suas obrigações atribuídas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

aos membros do projeto, planejamento, condução, controle e encerramento.

No Gerenciamento das Partes Interessadas foi possível identificar e analisar as pessoas, os grupos e as organizações que de alguma forma puderam proporcionar a participação e impacto em um projeto, proporcionando meios e estratégias para o gerenciamento das partes interessadas, envolvidas nas decisões e execução dos projetos, permitindo ampla comunicação, gerenciando interesses e o incentivando ao comprometimento.

A busca pelo êxito no gerenciamento dos diversos projetos das organizações, que é proporcionado através das orientações do processo de implantação apresentado pelo guia PMBOK®, é o caminho almejado pelas empresas que desejam evoluir e se integrar, melhorando de forma contínua seus processos e maturidade gerencial dos projetos.

CONCLUSÃO

Constituído como um fator crítico, tanto para o sucesso, como até mesmo para a sobrevivência das organizações, gerenciar projetos com eficácia não é apenas um grande desafio, pois as empresas têm vislumbrado sobre a importância da utilização das boas práticas do guia PMBOK® pelo gerenciamento dos seus projetos, atrelados as metas, estrutura e satisfação dos clientes.

Apesar das técnicas apresentadas pelo guia PMBOK® indicarem que as práticas devem de ser adaptadas ao contexto, não são fornecidas indicações de como esta adaptação precisa ocorrer. Desta forma, para empresas de pequeno ou médio porte é essencial a aplicação das boas práticas no GP atrelada a perseverança em inovações, caso necessário, pelos benefícios proporcionados principalmente à redução dos custos e tempo, pois para empresas deste porte existe o panorama da busca por seu crescimento e desenvolvimento, o aumento de vendas, lançamento de novos produtos ou serviços e soluções para as barreiras impostas no dia-a-dia, onde é possível através da utilização das técnicas apresentadas pelo guia PMBOK® alcançar meios eficazes para o êxito em seus objetivos, e, consequentemente, seu sucesso.

REFERÊNCIAS

GOODE, W. J. & HATT, P. K. **Métodos em Pesquisa Social**. 3ªed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

MARTINS, G. A. **Estudo de caso:** Uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil.
RCO – Revista de Contabilidade e Organizações – FEARP/USP, v. 2, n. 2, p. 8 - 18 jan./abr. 2008. Disponível em: http://www.rco.usp.br/index.php/rco/article/viewFile/21/33 > Acesso em 07/08/2015.

PORTER, M. E. **Competição:** Estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Elsevier,1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Project Management Institute, Inc (PMI). Guia PMBOK. **Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos.** 5ª edição. Newton Square, Pennsylvania, EUA. 2013. Versão em Português. Disponível em: https://andreysmith.files.wordpress.com/2015/03/pmbok-5c2aa- edic3a7c3a3o.pdf > Acesso em 06/08/2015.

RABECHINI, R. Jr. **A Estruturação de competências e maturidade em gerenciamento de projetos.** 1999. Disponível em: http://www.fundacaofia.com.br/pgtusp/eventos/seminarios/texto_roque.pdf > Acesso em 06/08/2015.

XAVIER, C. M. da S.; Xavier, L. F. da S. **Metodologia simplificada de gerenciamento de projetos *Basic Methodware*.** Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 5ª Ed. Porto Alegre. 290 p. Editora: Bookmam. 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DESENVOLVIMENTO DE PROJETO PARA AUTOMATIZAÇÃO DO PROCESSO DE PEDIDOS DO RESTAURANTE MIX MASSAS

Alline Cristina Develis (SENAC Bauru); allinedevelis@gmail.com*
Rafael H. de Carvalho Batista (SENAC Bauru); rhcarvalho.batista@gmail.com* Fernanda Cezario (SENAC Bauru); fernacezario.fc@gmail.com*
Raphael Donaire Albino (SENAC Bauru); raphael.dalbino@sp.senac.br

Palavras-chave: Automatização. Processo. Restaurante. Inovação. Gerenciamento de Projetos.

INTRODUÇÃO

Devido à chegada da concorrência, consequência da globalização mundial, as empresas perceberam a importância em fidelizar seus clientes, para que, assim, consigam sobreviver em meio a um mercado que vive em constante e acelerada transformação. Como estratégia para conseguirem tal feito, as empresas encontraram na tecnologia uma forma de ganharem agilidade e obterem resultados satisfatórios frente a esse mercado. O uso correto da tecnologia nas organizações faz com que seja possível a alocação das pessoas envolvidas em atividades mais importantes dentro da empresa, automatizando assim atividades que antes eram feitas manualmente e que tomavam um tempo precioso dos funcionários.

Um dos fatores que atrapalham a fidelização de clientes é a insatisfação deles diante de um produto e/ou serviço fornecido pelas organizações. Na maioria das vezes essa insatisfação é demonstrada por meio de uma reclamação, a qual geralmente não é bem aceita pelos donos dos estabelecimentos.

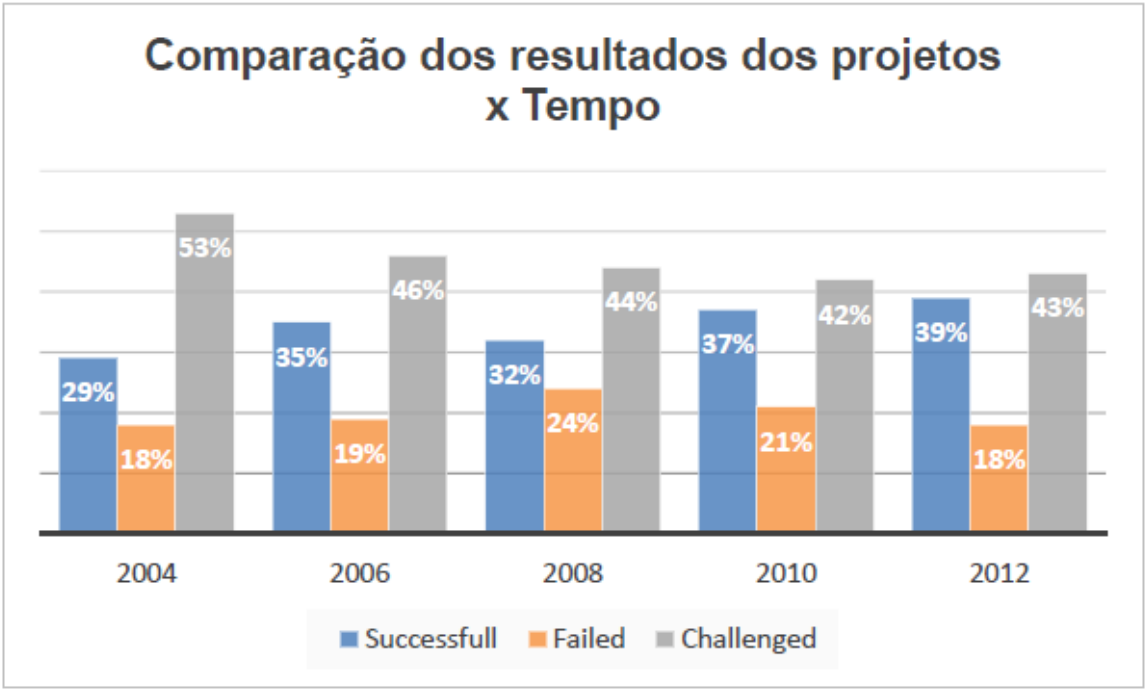
Candeloro (2009) afirma que, em média, um cliente conta para 3 pessoas a sua experiência positiva com a empresa enquanto que um cliente insatisfeito conta para 11 pessoas a sua experiência negativa. O autor afirma ainda que a propaganda negativa é um mau negócio e cita a facilidade de propagação de informações pela Internet como um fator alarmante e que deve ser monitorado para que as reclamações sejam resolvidas o mais breve possível. "Prevenir é sempre mais sábio do que remediar" (CANDELORO, 2009).

Para que as organizações sejam bem-sucedidas diante dessas transformações é necessário que as empresas tenham uma visão estratégica sobre o negócio em que atuam. De acordo com Hilsdorf (2005), executivos de sucesso são aquelas pessoas que têm visão de futuro e que são capazes de influenciar os outros funcionários para que comprem essa ideia a favor da organização. Essas pessoas são consideradas líderes, sendo capazes de influenciar e motivar as pessoas necessárias visando à conclusão do objetivo do projeto e, consequentemente, seu sucesso.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Porém, o maior desafio está em transformar essas visões estratégicas em ações e com isso obter resultados favoráveis à empresa. Por esse motivo, o conceito de gerenciamento de projetos está cada vez mais ativo, pois é ele que contém as técnicas para que essas ações sejam efetivamente realizadas e possam contribuir para o sucesso da organização como um todo.

Figura 1 - Comparação dos resultados dos projetos x Tempo



Fonte: Adaptado de Chaos Report (2013)

De acordo com o relatório de 2013 do STANDISH GROUP (CHAOS REPORT, 2013), de todos os projetos mundiais, somente 39% obtêm sucesso. Segundo Sotille (2014), projetos que empregam os conceitos modernos de gerenciamento de projetos têm uma taxa de sucesso acima de 75%. Ao longo dos anos, esse conceito fica cada vez mais visível na condução dos projetos, como mostra a Figura 1.

Diante dos indicadores apresentados é possível observar a importância do Gerenciamento de Projetos nas organizações, que, segundo o PMI (2014), é a aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para a execução de projetos de forma efetiva e eficaz. Trata-se de uma competência estratégica para as organizações, permitindo com que elas unam os resultados dos projetos com os objetivos do negócio.

OBJETIVOS

Este trabalho tem por objetivo demonstrar a aplicação das técnicas e melhores práticas existentes no PMBOK® em um estudo de caso fictício para o restaurante Mix

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Massas (nome fictício).

O trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto para a simulação da automatização do processo de pedidos do restaurante por meio de um sistema de informação integrado a dispositivos eletrônicos (*tablets*) acoplados às mesas, permitindo assim a realização de pedidos feitos diretamente pelo cliente, sem a necessidade de um atendente.

MÉTODOS

O método de pesquisa escolhido para esse projeto foi o estudo de caso. De acordo com Silva e Benegas (2010), sempre que tivermos uma questão para ser respondida com o "como" e o "por que", o estudo de caso deve ser considerado como método de pesquisa. Geralmente, nesses casos, o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e seu foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum momento da vida real (SILVA e BENEGAS, 2010).

> Considera-se que um caso é uma história que descreve um evento vivido na realidade contemporânea por uma empresa ou se baseia em fenômenos nela estabelecidos, compondo fatos, dados e informações que podem entrelaçar todas as disciplinas focando no objetivo final do autor, que é de mostrar estes dados e o que eles ocasionaram ou levaram a empresa a conseguir no decurso de um tempo em evidência (SILVA E BENEGAS, 2010).

Segundo Araújo *et al.* (2008), o estudo de caso trata-se de uma abordagem metodológica de investigação aplicada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos fatores.

RESULTADOS

Ao longo do desenvolvimento desse projeto, criou-se uma série de documentos que constituíram o plano de gerenciamento do projeto seguindo as melhores práticas descritas no guia PMBOK® (PMI, 2014). Com o auxílio do guia foi possível definir claramente os objetivos do projeto e seus entregáveis, bem como rastrear, gerenciar e minimizar os riscos que pudessem ocorrer ao longo de sua execução. O guia PMBOK® (PMI, 2014), tem ao todo, 47 processos divididos entre 10 áreas de conhecimento, sendo elas: Gerenciamento do Escopo (GE); Gerenciamento do Tempo (GT); Gerenciamento dos Custos (GC); Gerenciamento da Qualidade (GQ); Gerenciamento dos Recursos Humanos (GRH); Gerenciamento das Partes Interessadas (GPI); Gerenciamento das Comunicações (GCo); Gerenciamento das Aquisições (GA); Gerenciamento dos Riscos (GR) e Gerenciamento da Integração (GI).

Os processos de cada área de conhecimento nos forneceram parâmetros para o planejamento adequado e eficaz do projeto, sendo eles:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GE: permitiram a criação da descrição detalhada do projeto e do produto, obtendo assim, as atividades necessárias para cada entrega descrita na EAP (Estrutura Analítica do Projeto).

GT: Com base na EAP, permitiram o monitoramento e ajuste do cronograma de maneira correta no decorrer do projeto, caso fosse necessário.

GC: permitiram a análise e monitoramento dos custos do projeto, objetivando a conclusão do projeto dentro do orçamento aprovado.

GQ: Baseados nos requisitos e expectativas das partes interessadas do projeto, permitiram a identificação e registro dos critérios de aceitação dos *deliverables* (entregáveis) descritos na EAP garantindo que os requisitos do projeto e do produto fossem cumpridos e validados.

GRH: permitiram a identificação, mobilização e gerenciamento de pessoas com as habilidades necessárias para o sucesso do projeto.

GPI: permitiram a identificação de todas as pessoas, grupos ou organizações que podiam impactar ou serem impactadas pelo projeto, criando estratégias para conseguir um engajamento eficaz dessas partes a favor do projeto.

GCo: permitiram determinar a melhor forma de comunicação objetivando entregar as informações necessárias para o sucesso do projeto de forma concisa e eficaz.

GA: permitiram a definição dos critérios de aceitação e seleção de fornecedores para todas as aquisições externas ao projeto.

GR: permitiram a identificação, bem como a análise do impacto e probabilidade de ocorrência dos riscos. Com essas informações foi possível a criação do registro dos riscos, além da geração de estratégias para mitigá-los (ameaças) ou intensificá-los (oportunidades).

GI: permitiram a integração e monitoramento de todas as outras nove áreas de conhecimento mencionadas anteriormente, gerenciando, monitorando e controlando qualquer solicitação de mudança ou conflito existente em alguma delas.

Esse trabalho proporcionou o aprendizado de algumas habilidades referentes à gestão de pessoas, visto que a comunicação e o modo de lidar com as pessoas são fatores que impactam diretamente no sucesso ou fracasso de uma organização e/ou projeto.

Como resultado do caso, o uso da tecnologia de forma inovadora com o intuito de facilitar o atendimento aos clientes, fez com que o restaurante se tornasse um atrativo para eles. O estabelecimento obteve maior agilidade no atendimento e garantia de satisfação do cliente, obtendo assim, um diferencial competitivo frente aos concorrentes.

CONCLUSÃO

A utilização das boas práticas do guia PMBOK® (PMI, 2014) alinhado aos objetivos do negócio aumentam a chance de sucesso na condução de qualquer projeto,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

minimizando os riscos que possam vir a acontecer durante todo o projeto.

Constatou-se que, alinhado ao gerenciamento de projetos, é necessário a existência da figura do líder capaz de reunir e orientar as pessoas envolvidas em um projeto com o intuito de atingir o objetivo proposto pelo projeto.

Destaca-se como limitação desse trabalho o fato de que a pesquisa se trata de uma simulação de um estudo de caso, portanto poderá não refletir as condições de um projeto real. Como sugestão para trabalhos futuros fica a possibilidade da aplicação dos conceitos e documentação desse projeto como modelo para implantação de uma franquia de restaurantes.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Cidália; PINTO, Emília M. F.; LOPES, José; NOGUEIRA, Luís; PINTO, Ricardo. **Estudo de Caso.** 25 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Área de Especialização em Tecnologia Educativa, Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2008. Disponível em: <http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2015.

BRESSAN, Flávio. **O método do Estudo de Caso.** São Paulo: Administração Online Fecap, jan. 2000. Trimestral.

CANDELORO, Raúl. **Agradeça as reclamações dos seus clientes (elas podem salvar sua empresa)**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/agradeca-as- reclamacoes-dos-seus-clientes-elas-podem-salvar-sua-empresa/32560/>. Acesso em: 07 ago. 2015.

Economia & Pesquisa, Araçatuba, v.12, n.12, p. 9 - 31 nov. 2010. Disponível em: <http://www.feata.edu.br/downloads/revistas/economiaepesquisa/v12_artigo01_uso.pdf>. Acesso em 07 ago. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas, 2009.

HILSDORF, Lupércio. **Visão e estratégias de negócios**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/visao-e-estrategias-de-negocios/643/>. Acesso em: 07 ago. 2015.

MANIFESTO, CHAOS. The Standish Group International. 2013. Disponível em: <http://www.versionone.com/assets/img/files/ChaosManifesto2013.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2015.

OLIVEIRA, Claudionor dos Santos. **Metodologia científica, planejamento e técnicas de pesquisa: Uma visão holística do conhecimento humano.** São Paulo: Editora Ltr, 2000. PINTO, Sergio Augusto Orfão. **Gerenciamento de projetos: análise dos fatores de risco**
que influenciam o sucesso de projetos de sistemas de informação. 2002. 235 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Administração, Usp, São Paulo, 2002. Cap. 3. PMI. **O que é gerenciamento de projetos**. Disponível em: https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatIsProjectManagement.aspx. Acesso em: 09 de dezembro de 2014.

PMI. Um Guia do conhecimento em Gerenciamento em Projetos. 5ª Edição, 2013.

SILVA, Robesval Ribeiro da; BENEGAS, Alexandre Albertini. **O uso do estudo do caso como método de ensino na graduação.**

SOTILLE, Mauro Afonso. **O valor da certificação PMP - Project Management Professional.** Disponível em: <http://www.pmtech.com.br/artigos/O%20Valor%20da%20Certificacao%20PMP.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REVITALIZAÇÃO DO PARQUE VITÓRIA RÉGIA

Glaucio de Araújo Contiero (SENAC Bauru); glaucio.contiero@hotmail.com Hedivaldo Canho (SENAC Bauru); hcanho@hotmail.com
Hygor Francisco Rauli Monteiro (SENAC Bauru); hygor.fmonteiro@gmail.com* Leonardo Chies Gilli (SENAC Bauru); leonardo.gilli@hotmail.com
Lucas de Mattos Rodrigues (SENAC Bauru); lucas.rodrigues.2@volvo.com* Rafael Garcia Bosshard (SENAC Bauru); rbosshard87@gmail.com*

Parque. Revitalização. Bauru. Reforma. Vitória. Régia.

INTRODUÇÃO

O Parque Vitória Régia, localizado na av. Nações Unidas, dispõe de 50 mil m2, e possui um lago de onde emerge uma concha acústica com um palco formando um anfiteatro de capacidade para 1.800 pessoas. O local é usado para shows, caminhadas e diversão para adultos e crianças.

O palco do Vitória Régia, no formato oval, tem 25 metros de extensão e 15 de profundidade. Foi construído em cima de um lago formado pelo represamento das nascentes do Ribeirão das Flores. A impressão é de que o palco "flutua" sobre o lago. Daí o nome "Vitória Régia". Elaborado pelo escritório técnico da Prefeitura de Bauru, chefiado na época pelo arquiteto e então vice-prefeito Jurandyr Bueno Filho, o projeto contou também com estudos acústico de Igor Sresnewsky. A concepção do palco, de seus elementos acústicos e da arquibancada, lembra monumentos gregos e romanos.

Aliás, foi após uma viagem à Grécia, realizada em 1971, que Jurandyr teve a ideia de projetar o teatro ao ar livre no Parque das Nações, que mais tarde ficaria conhecido como Parque Vitória Régia.

A obra começou na administração de Edmundo Coube e terminou na legislatura seguinte, quando o prefeito era Osvaldo Sbeghen. Um terreno que antes não passava de um amontoado de erosões e de uma área alagada acabou se transformando em um dos principais cartões postais da cidade (TEM MAIS BAURU, 2015).

O Parque Vitória Régia é utilizado como espaço de entretenimento e lazer para os moradores do local, da cidade e da região. Por possuir uma área verde significativa na área urbana, muitos moradores aproveitam o seu tempo livre passeando, praticando atividades físicas e esportivas, assistindo a shows musicais e teatrais, pelo fato do Parque possuir um palco e arquibancada para atividades culturais fomentadas pela Secretaria de Cultura da Prefeitura da cidade (BUENO FILHO, 2015).

Com o passar do tempo e sem a necessária manutenção, o Parque deixou de ser um

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

atrativo para a comunidade, está deteriorado e entregue ao vandalismo.

Dessa forma, percebeu-se a necessidade de elaborar um projeto para subsidiar e prover recursos necessários para que a Prefeitura Municipal através da Secretaria do Meio Ambiente possa realizar a licitação para a reformulação do Parque Vitória Régia.

Espera-se que, aplicando os conhecimentos obtidos nos estudos e pesquisas sobre o gerenciamento de projeto, seja elabora um projeto com o objetivo de diminuir incertezas, atingir a satisfação e o objetivo do cliente, minimizar riscos, e controlar/monitorar custos e prazos.

De acordo com o PMI, o gerenciamento de Projetos, é a aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para a execução de projetos de forma efetiva e eficaz. Trata-se de uma competência estratégica para organizações, permitindo com que elas unam os resultados dos projetos com os objetivos do negócio – e, assim, melhor competir em seus mercados (PMI, 2015).

Para o gerente de projetos e autor Ricardo Vargas, a palavra projeto possui dois significados. O primeiro relacionado com o esforço para produzir um produto ou serviço único, assim como é apresentado no Guia PMBOK. O segundo relaciona a palavra projeto com a disciplina do conhecimento que agrega assuntos relacionados a projetos, programas e portfólios, tal como o "P" do PMI e da IPMA e a palavra "projeto" dos cursos de MBA em Gerenciamento de Projeto (VARGAS, 2010).

OBJETIVOS

Elaborar um plano de gerenciamento de projeto que possa dar subsídios necessários para a realização da licitação dos projetos de reformulação do Parque Vitória Régia que ocorrerá no mês de julho/2016 com um custo estimado de R$192.960,00.

MÉTODOS

A pesquisa realizada será do tipo exploratória, pois será realizada no início do projeto. Em relação à técnica de coleta de dados, neste projeto será realizada a análise documental e entrevista com as partes interessadas.

De acordo com o autor Gil (1991), o estudo de caso é caracterizado pelo estudo exaustivo e profundo de poucos objetos, permitindo o conhecimento específico dos mesmos. O autor complementa que "o delineamento se fundamenta na ideia de que a análise de uma unidade de determinado universo possibilita a compreensão da generalidade do mesmo ou, pelo menos, o estabelecimento de bases para uma investigação posterior, mais sistemática e precisa" (GIL, 1991, p. 79). Embora considere a dificuldade de generalização dos resultados, afirmando que:

> "A impossibilidade de generalização dos resultados obtidos com o estudo de caso constitui séria limitação deste tipo de delineamento. Todavia, o estudo de caso é muito frequente na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> pesquisa social, devido à sua relativa simplicidade e economia, já que pode ser realizado por único investigador, ou por um grupo pequeno e não requer a aplicação de técnicas de massa para coleta de dados, como ocorre nos levantamentos. A maior utilidade do estudo de caso é verificada nas pesquisas exploratórias. Por sua flexibilidade, é recomendável nas fases de uma investigação sobre temas complexos, para a construção de hipóteses ou reformulação do problema. Também se aplica com pertinência nas situações em que o objeto de estudo já é suficientemente conhecido a ponto de ser enquadrado em determinado tipo ideal" (GIL, 2002, p. 140).

Sobre as técnicas de coleta de dados, Bogdan e Biklen (1997 apud PERES e SANTOS, 2005) demonstram que os estudos de caso observacionais utilizam a observação com 4525 técnicas de coleta de dados, possibilitando ao pesquisador um contato próximo com o ambiente no qual seu objeto encontra- se inserido. Triviños (1992) relata que os "estudos de caso documentais" são úteis quando o intuito do pesquisador é analisar objetos que não podem mais ser alcançados de forma direta, pois são desenvolvidos mediante a análise de todo e qualquer registro capaz de servir como fonte de informação. Complementando, vale ressaltar a colocação de Demo (1994, p. 37): "a valorização desse tipo de pesquisa é pela possibilidade que oferece de maior concretude às argumentações (...) O significado dos dados depende do referencial teórico".

RESULTADOS

Com base nesse contexto, a entrega de um plano de projeto para a prefeitura, possibilitou que o processo de licitação fosse preciso e objetivo, com baixa probabilidade de riscos de alto impacto. Além disso, o processo de contração foi facilitado, pois os recursos necessários estavam expostos e detalhados nos documentos do projeto.

Como artefato final do projeto, foi entregue um plano de gerenciamento do projeto com os recursos necessários para que a Prefeitura Municipal conseguisse definir os itens necessários para a realização da licitação de revitalização do Parque Vitória Régia.

Entre os documentos e pesquisas, estão:

- Contratação de empresa especializada em pesquisa de mercado para identificar as necessidades e sugestões da comunidade.
- Ter mais de 5 anos de atuação no mercado.
- Oferecer 3 métodos de pesquisa diferentes e justificados, apresentados em texto explicativo e gráficos.
- Contratação de uma empresa de engenharia especializada em engenharia e\ou arquitetura.
- Ter mais de 5 anos de atuação no mercado.
- Ter realizado mais de 3 obras públicas significativas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Contratação de empresa especializada em monitoramento e segurança;
- Ter mais de 5 anos de atuação no mercado.
- Apresentar no mínimo 3 serviços prestados em monitoramento e segurança em áreas similares.

Por meio dos dados coletados e pelas pesquisas realizadas com base em técnicas e ferramentas utilizadas no gerenciamento de projeto, espera-se que o plano de gerenciamento de projeto da revitalização do Parque Vitória Régia, cumpra todos os quesitos de escopo e cumpra com os prazos e custos estabelecidos.

CONCLUSÃO

Os dados coletados, estudos e pesquisas realizadas, gerarão embasamento para que os documentos necessários para a execução deste projeto sejam produzidos de acordo com as necessidades, de tal forma a informar, com a menor possibilidade de riscos, todos os tópicos que irão contemplar o Projeto de Reforma do Parque, portanto da Licitação.

Uma das limitações do projeto diz respeito a não possibilidade de generalização de obras de reforma, estando os estudos restritos apenas ao Parque Vitória Régia.

Outra limitação observada tem relação com a aplicação do guia PMBOK, afinal de contas, existem outras referências bibliográficas que podem ser utilizadas como base de estudo, mas por conta do curso ter como base as práticas do PMBOK, deu-se preferência ao mesmo.

Como sugestão para estudos futuros fica a possibilidade de analisar outros projetos de reforma de espaços culturais e de entretenimento a fim de comparar quais foram as técnicas e ferramentas aplicadas em outros contextos.

REFERÊNCIAS

BOGDAN, R.C.; BIKLEN, S. Investigação qualitativa em educação. Porto: Editora Porto, 1997. BUENO FILHO, Jurandyr. Vitória Régia era 'menina dos olhos. Disponível em: <http://www.jcnet.com.br/editorias_noticias.php?codigo=149523&ano=2009>. Acesso em: 19 set. 2015.

DEMO, P. Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1991.

PMI (Brasil) (Org). **O que é Gerenciamento de Projetos?** Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatIsProjectManagement.aspx>. Acesso em: 26 set. 2015.

ROESCH, S. M. A. Projetos de estágios e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertações e estudos de casos. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

TEM MAIS BAURU (Bauru). Parque Vitoria Régia. Disponível em:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

<http://www.temmaisbauru.com.br/pqvitregia.php>. Acesso em: 19 set. 2015.
TRIVIÑOS, A.N.S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1992.
VARGAS, Ricardo. Qual é o significado real da palavra projeto? 2010. Disponível em: <http://www.ricardo-vargas.com/pt/podcasts/projetodef/>. Acesso em: 26 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PRESIDENTE PRUDENTE

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O MEIO AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO COMO DIREITO FUNDAMENTAL E A IMPORTÂNCIA DOS CENÁRIOS PROSPECTIVOS COMO MECANISMOS AUXILIARES DE SUA EFETIVA PROTEÇÃO

Claudia Karina Ladeia Batista (UEMS); claudiabatistadv@hotmail.com Ivan Márcio Gitahy Junior (SENAC/UNOESTE);ivan.mjunior@sp.senac.br*

Resumo

O presente trabalho tem por objeto o estudo da higidez ambiental como elemento indissociável da existência de vida e inerente à própria dignidade humana, bem como a importância da proteção ambiental predominantemente preventiva. Assim sendo, propõe o uso dos cenários prospectivos como ferramenta para efetividade da proteção ambiental, por meio de "mapeamento" de áreas de maior risco e monitoramento, a fim de evitar a reincidência de comportamentos caracterizadores de dano ambiental. O tema é relevante no aspecto social, tendo em vista que inúmeras pesquisas têm demonstrado que a degradação ambiental está diretamente relacionada à perda da qualidade de vida e a problemas de saúde. É importante enfatizar que a expressão meio ambiente não designa apenas os aspectos naturais, mas compreende também o meio ambiente cultural, do trabalho, estético, arqueológico, histórico e paisagístico. Analisando-se o tema sob o enfoque econômico as alterações decorrentes da ação humana implicam em uma análise crítica e uma mudança nos próprios meios de produção e nas formas de consumo. Valendo-se predominantemente do método dedutivo empregado à pesquisa bibliográfica, procurou-se definir meio ambiente e a sua importância a fim de estabelecer o liame com a especificidade de sua proteção eficaz. A pesquisa permite concluir que os "cenários prospectivos" constituem importante ferramenta à preservação do meio ambiente e, com ele, do exercício pleno dos direitos fundamentais à vida, à saúde e à dignidade da pessoa humana.

Palavras-chave: Cenários prospectivos. Direitos Fundamentais. Dignidade da pessoa humana. Meio ambiente.

Abstract

This study's purpose is to study the environmental soundness as an inseparable element of the existence of life and inherent to the human dignity and the importance of environmental protection mainly preventive. Therefore proposes the use of future scenarios as a tool for effective environmental protection through "mapping" of highest risk areas and monitoring in order to prevent a recurrence of characterizing behavior of environmental damage. The theme is relevant in the social aspect, given that numerous studies have shown that environmental degradation is directly related to loss of quality of life and health issues. It is important to emphasize that the term environment does not designate only the natural features, but also includes cultural environment, labor, aesthetic, archaeological, historical and scenic. Analyzing the issue from the economic focus changes resulting from human action imply a review and a change in their own means of production and forms of consumption. It is worth predominantly deductive method employed to literature, it sought to define the environment and its importance to establish the bond with the specificity of its effective protection. The survey shows that the "future scenarios" are an important tool to preserve the environment and, with it, the full exercise of fundamental rights to life, health and dignity of the human person.

Keywords: Prospective scenarios. Fundamental rights. Dignity of human person. Environment.

INTRODUÇÃO

A realidade fática de degradação ambiental constante supõe que todos profissionais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

voltem seus olhares para a efetividade da proteção do meio ambiente. A lesão ao referido direito não se satisfaz com a mera reparação do dano, normalmente irreparável ou de difícil reparação. Assim sendo a efetiva proteção ambiental guarda em si um aspecto de suma importância, porém, nem sempre observado: a necessidade de se prevenir a ação ilícita, evitando-se, por consequência, o dano ambiental.

O MEIO AMBIENTE ECOLOGICAMENTE EQUILIBRADO

A expressão "meio ambiente", tão difundida no meio jurídico e social, designa "a interação do conjunto de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciem o desenvolvimento equilibrado da vida em todas as suas formas" (SILVA, 2007, p. 22).

Ingo Wolfgang Sarlet o considera um direito difuso de terceira geração, acompanhado de outros autores[1]

> Os direitos fundamentais de terceira dimensão, também denominados de direitos de fraternidade ou de solidariedade, trazem como nota distintiva o fato de se desprenderem, em princípio, da figura do homem-indivíduo como seu titular, destinando-se à proteção de grupos humanos (família, povo, nação) e caracterizando- se, consequentemente, como direitos de titularidade coletiva ou difusa [...] Assume especial relevância o direito ao meio ambiente e à qualidade de vida (SARLET, 2001, p.52).

A Lei nº 6938/81, em seu artigo 3º, inciso I, define meio ambiente como "[...] o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas". Embora a definição legal dada pela Política Nacional do Meio Ambiente prestigie tão somente o meio ambiente natural, o meio ambiente não se resume à mera ideia já arraigada de recursos naturais finitos. Edis Milaré (2007) o classifica em sentido estrito ou amplo. Quanto ao primeiro considera que "nada mais é do que a expressão do patrimônio natural e as relações com e entre os seres vivos". Em sentido amplo, porém, assim o define o autor:

> O meio ambiente abrange toda a natureza original (natural) e artificial, assim como os bens culturais correlatos. Temos aqui, então, um detalhamento do tema: de um lado, com o meio ambiente natural ou físico, constituído pelo solo, pela água, pelo ar, pela energia, pela fauna e pela flora; e, de outro, como meio ambiente artificial (ou humano), formado pelo homem, enfim, os assentamentos de natureza urbanística e demais construções. Em outras palavras, havendo mesmo quem se refira a ecossistemas sociais e ecossistemas naturais. Esta distinção

[1] FREITAS, Vladimir Passos de. **A Constituição Federal e a efetividade das normas ambientais**. São Paulo: RT, 2000, p.25; TRINDADE, Antonio Augusto Cançado. **Direitos Humanos e meio ambiente: paralelo dos sistemas de proteção internacional**. Porto Alegre: Sergio Fabris,1993. p.51.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> está sendo cada vez mais pacificamente aceita, quer na teoria, quer na prática (MILARÉ, 2007, p.99).

Mesmo posicionamento adota LEITE (2000, p. 96), para quem meio ambiente também compreende o patrimônio histórico, artístico, paisagístico, turístico, arqueológico e urbanístico, além do meio ambiente de trabalho[2].

Identifica-se ainda o meio ambiente por suas características peculiares: universalidade, humanismo e complexidade. Universal, posto que decorrente de uma preocupação globalizada que encontra raízes na própria condição de bem jurídico, cuja degradação não reconhece fronteiras políticas ou geográficas. Universal, ainda, por ser um bem de interesse de todos os seres humanos e que, embora protegido de forma distinta por diversos países, não conhece fronteiras políticas, razão pela qual é chamado transfronteiriço. Por se tratar de direito inerente à própria natureza humana e dela indissociável, bem essencial ao desenvolvimento digno do homem, não se pode negar-lhe o caráter humanista, tendo em vista que "[...] a saúde das pessoas depende, diretamente, de um saudável meio ambiente" (FREITAS, 2002, p.26). A complexidade decorre da diversidade de bens (culturais, artificiais e naturais) que o compõem.

Ainda sobre o caráter universal "[...] trata-se o meio ambiente de patrimônio de interesse internacional, ante a crescente globalização da economia mundial e a constatação de que os ecossistemas naturais proporcionam o equilíbrio de todo o planeta" (LISBOA, 2000, p. 417).

Em sua definição de Direito Ambiental, Machado (2005, p. 126) aborda a sistematização e a interdependência da matéria, evitando que se considere isoladamente os elementos que integram o meio ambiente, não ignorando, porém, as especificidades da água, da atmosfera e da fauna, por exemplo, mas buscando a integração destes elementos sob a égide do Direito Ambiental[3].

Discorrendo acerca da inadequação da fragmentação do bem ambiental, Luis Paulo Sirvinkas ressalta que o Código Civil de 1916 considerava o patrimônio ambiental como acessório da propriedade privada e, portanto, sujeito à manipulação segundo os interesses do titular de tal direito. Como bem explica o autor:

---

[2] A concepção ampla de meio ambiente permite ainda estender a proteção constitucional para além da proteção dos recursos naturais, incluindo-se ainda a proteção ao patrimônio cultural (direito à identidade, à memória de grupos formadores da sociedade, formas de expressão, documentos, manifestações artísticas entre outros,) assim como a proteção do patrimônio genético (MILARE, p. 106)

[3] Nesse sentido Paulo Affonso Leme Machado considera o direito ambiental como "um direito sistematizador, que faz a articulação da legislação, da doutrina e da jurisprudência, concernente aos elementos que integram o meio ambiente. Procura evitar o isolamento dos temas ambientais e sua abordagem antagônica. Não se trata mais de construir um direito das águas, um direito da fauna ou um direito da biodiversidade. O direito ambiental não ignora o que cada matéria tem de específico, mas busca interligar estes temas com argamassa da identidade dos instrumentos jurídicos de preservação e de reparação, de informação, de monitoramento e de participação (MACHADO, 1998, p. 91)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> A apropriação da natureza decorre da patrimonialização, tendo por fundamento a fragmentação em microssistemas dos bens ambientais, como por exemplo, a água, as florestas, o solo, o ar, os minérios, os animais, a biodiversidade, etc. Isso permite a concentração de riquezas e desequilibra o meio social (SIRVINKAS, 2008, p. 12)

Embora consolidada a expressão meio ambiente, não se pode deixar de mencionar as diversas críticas a ela atribuídas a título de redundância, sob o argumento de que "meio" já reproduz no sentido axiológico "ambiente". O uso simultâneo das duas palavras implica em pleonasmo[4]. Não obstante a existência de críticas acerca da expressão, é a mesma utilizada em todo o decorrer do trabalho, não só como forma de manter a fidelidade aos termos empregados pela maioria dos legisladores (sobretudo o legislador constitucional pátrio), como também no intuito de reforçar a ideia de integração entre o homem e os elementos (naturais, culturais e artificiais) que integram o ambiente em que vive.

Considerando, pois, a definição de meio ambiente, passa-se a apresentar definições e contornos do Direito Ambiental.

Meio ambiente e ecologia, embora confundidos corriqueiramente, não configuram sinônimos, posto que o primeiro é gênero, do qual a segunda é espécie. Ecologia, proveniente do grego *oikos* (casa, abrigo, lugar em que se vive) guarda maior relação com o meio ambiente natural. Meio ambiente, conforme já ressaltado e de acordo com a definição de José Afonso da Silva (2007, p. 22), também contempla os elementos artificiais e culturais. Porém, conforme bem explana Norberto Bobbio, "o mais importante deles é o reivindicado pelos movimentos ecológicos: o direito de viver num ambiente não poluído" (1992, p. 76). Nesse sentido Luis Paulo Sirvinskas apresenta com propriedade a relação entre meio ambiente e ecologia:

> Ecologia é a ciência que serve como base para o estudo do meio ambiente. No entanto, o meio ambiente possuir uma abrangência mais ampla, incluindo os aspectos provenientes da natureza, os elementos da formação da cultura de uma sociedade, a modificação artificial do ambiente natural por meio de construções e a interação do homem com o seu local de trabalho. O ambiente não pode ser estudado de modo isolado; depende, necessariamente, das informações trazidas pela ecologia e outras ciências afins (SIRVINKAS, 2008, p. 28)

Por imprescindível à compreensão dos contornos do direito ambiental, e a seara de sua atuação, apresenta-se as considerações de José Rubens Morato Leite sobre o tema, na obra Dano Ambiental: do individual ao coletivo extrapatrimonial:

> a) a lei brasileira adotou um conceito amplo de meio ambiente, que envolve a vida em todas as suas formas. O meio ambiente

[4] Nesse sentido, Ramón Martim Mateo, citado por José Afonso da Silva reitera que "se utiliza decididamente *Derecho Ambiental* em vez de D*erecho del Meio Ambiente*"

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> envolve os elementos naturais, artificiais e culturais; b) o meio ambiente ecologicamente equilibrado, é um macrobem unitário e integrado. Considerando-o macrobem, tem-se que é um bem incorpóreo e imaterial, com uma configuração também de microbem; c) o meio ambiente é bem de uso comum do povo. Trata-se de um bem jurídico autônomo de interesse público; e d) o meio ambiente é um direito fundamental do homem, considerando de terceira geração, necessitando, para sua consecução, da participação e da responsabilidade partilhada do Estado e da coletividade. Trata-se, de fato, de um direito fundamental intergeracional, intercomunitário, incluindo a adoção de uma política de solidariedade (LEITE, 2000, p.96)

O direito ambiental revela-se, pois, como um conjunto de normas destinadas a disciplinar a ação do homem no trato com o meio ambiente. Trata-se da proteção de um direito subjetivo a um ambiente equilibrado, tutelado objetivamente pelas normas que o regulamentam e o asseguram.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho utilizou-se pesquisa bibliográfica por meio de análise da doutrina jurídica pátria e internacional quanto ao estudo do meio ambiente ecologicamente equilibrado enquanto elemento indispensável à vida e à saúde, bem como a importância dos cenários prospectivos no desenvolvimento de ações positivas para a proteção de tal direito. O método predominantemente utilizado é o dedutivo, partindo-se de um estudo geral do meio ambiente enquanto direito fundamental para o plano mais específico da essencialidade de sua proteção no plano coletivo e individual. Subsidiariamente contou a pesquisa com o método indutivo, analisando a ferramenta de cenários prospectivos e seus benefícios para a proteção ambiental.

RESULTADOS

Como resultados da pesquisa evidenciou-se que o meio ambiente ecologicamente equilibrado há de ser compreendido como direito fundamental imprescindível à dignidade humana. Verificou-se que, sendo o dano ambiental irreparável ou de difícil reparação, os cenários prospectivos representam importante mecanismo de proteção e desenvolvimento de ações já que representam uma importante ferramenta para atuar no futuro, considerando que este possui possibilidades abertas. Compreende-se, desta maneira, o futuro não como um acaso, mas, um porvir que pode ser influenciado por uma atitude racional de prospecção.

REFERÊNCIAS

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**, tradução de Carlos Nelson Coutinho. 4a reimpressão, Rio de Janeiro, Campus, 1992.
BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 07 ago. 2015. FREITAS, Wladimir Passos de. **A Constituição Federal e a Efetividade das Normas Ambientais.** 2. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2002.
GRUMBACH, R. J. S. **Cenários prospectivos:** como construir um futuro melhor. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LEITE, José Rubens Morato. **Dano ambiental: do individual ao coletivo extrapatrimonial.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.
LISBOA, Roberto Senise. **Contratos difusos e coletivos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000. MACHADO, Paulo Afonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**, 13.ed. São Paulo: Malheiros, 2005.
MILARÉ, Edis. **Direito do Ambiente.** 5.ed. São Paulo: RT, 2007
SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.
SILVA, José Afonso da Silva. **Direito ambiental constitucional.** 6. ed. São Paulo: Malheiros, 2007.
SIRVINSKAS, Luis Paulo. **Tutela constitucional do meio ambiente.** São Paulo: Saraiva, 2008 TRINDADE, Antonio Augusto Cançado. **Direitos Humanos e Meio Ambiente: Paralelo dos sistemas de proteção internacional.** Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 1993.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA O POSICIONAMENTO DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE COLCHOARIA

Dhiego da Silva Saraiva (UNOESTE); dhiegocohen@outlook.com *
Ademir Henrique Manfré (UNOESTE); ademirmanfre@yahoo.com.br

Resumo

Este estudo tem como proposta apresentar os resultados obtidos por meio de um Projeto Experimental de "Publicidade e Propaganda" da FACOPP (Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente/SP – UNOESTE) realizado no segundo semestre do ano de 2014. Sendo assim, conduzimos uma pesquisa empírica com o objetivo geral de inferir propostas no que concerne à comunicação de uma empresa de colchões da cidade de Presidente Prudente/SP, sanando os possíveis problemas encontrados, de acordo com as características do segmento e de seu contexto local. O projeto teve início com a criação de uma Agência Experimental de Publicidade e Propaganda composta por várias áreas de atuação (Atendimento, Pesquisa, Marketing, Comunicação, Mídia e Criação) que realizou todo o estudo e investigação por meio de pesquisas exploratórias e de mercado, com o objetivo de encontrar falhas na comunicação realizada pela empresa do segmento de colchoaria com o seu público-alvo. As pesquisas e os estudos conduzidos permitiram, também, o desenvolvimento do posicionamento da empresa em questão, evidenciando sua ausência no sentido de gerar identidade à marca e diferenciação de mercado, possibilitando que seu *target* se identificasse com a mesma e lembrasse da marca quando pensar em adquirir o produto ofertado. Logo, a solução encontrada, culminou na criação do posicionamento, sendo "especialista em sono" sugerido a partir da área de planejamento de marketing da agência experimental, o que possibilitou, subsequentemente, na execução de estratégias de comunicação focadas em uma campanha institucional com o auxílio de algumas ferramentas como a propaganda institucional, assessoria de imprensa e o *product placement* divididas em três momentos:
1. Lançamento da campanha institucional; 2. Sustentação e 3. Manutenção da marca, com o intuito de fortalecer e evidenciar a identidade da referida em seu público-alvo.

Palavras-chave: Estratégia de comunicação. Posicionamento. Propaganda institucional.

Abstract

This communication presents the results of an experimental project in Advertising from FACOPP – UNOESTE, carried out in the second semester of 2014. Therefore, we conducted an empirical research with the overall objective to infer proposals regarding the communication strategy of a mattress company in the city of Presidente Prudente/SP, fixing the identified problems, according to the characteristics of the segment and its local context. The project began with the creation of an Experimental Advertising Agency composed of several practice areas (Customer Service, Research, Marketing, Communication, Media and Design) which held all the study and research through exploratory and market research in order to find flaws in communication performed by the mattress company with its target audience. Our studies also allowed the development of corporate positioning, demonstrating its current absence in order to generate brand identity and market differentiation, which enables your target to identify with it and remember the brand when thinking about purchasing the product offered. Therefore, the solution culminated in the creation of the position, being "sleep expert" suggested from marketing planning area of the Agency, allowing subsequently the implementation of targeted communication strategies in an institutional campaign with the help of tools such as institutional advertising, press relations and the product placement, divided into three stages: 1. Launch of the institutional campaign; 2. Support; 3. Brand Maintenance, in order to strengthen and highlight the company's identity in your target audience.
Keywords: Communication strategy. Positioning. Institutional advertising.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como finalidade apresentar os resultados encontrados em um "Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda" desenvolvido para o segmento de colchoaria, por meio de uma agência experimental cujo objetivo geral foi estudar, pesquisar e analisar este segmento propondo possíveis soluções em falhas na comunicação realizada pela empresa de colchões na cidade de Presidente Prudente/SP. Desse modo, foram conduzidos estudos em diversos setores desta agência experimental, iniciando pela área de atendimento, pesquisa, marketing, planejamento de comunicação, mídia e criação.

Esta agência experimental, cujo nome fictício denominado foi "Alvo propaganda e marketing", iniciou-se no ano de 2013 no sexto termo de "Comunicação Social" com habilitação em "Publicidade e Propaganda", da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente/FACOPP/UNOESTE. O trabalho desenvolvido teve como objetivo apresentar propostas para os problemas comunicacionais encontrados por meio de pesquisas e análises sobre a loja de colchões "Sonocenter" de Presidente Prudente/SP. Apresentadas as áreas de atuação e seus objetivos, o passo seguinte, posteriormente à criação da agência experimental, norteou-se pela coleta das informações do cliente da agência experimental definida como objeto de estudo, neste caso a empresa "Sonocenter colchões". Com a coleta dos dados a partir do *briefing*, foram apontados os primeiros dados sobre o segmento de atuação da empresa, como sua estrutura, os produtos e marcas comercializados, serviços, informações das marcas de produtos que a empresa oferta, identificação dos concorrentes e as atividades de comunicação realizada, bem como percepções da área de atendimento da agência, responsável pela coleta de informações no *briefing*.

De posse dessas informações, evidenciamos alguns limites no que se refere à imagem e à comunicação da empresa, a exposição dos produtos no ponto-de-venda e a falta de um posicionamento que legitimasse a marca estudada. Este último gerava dificuldades no que concerne à identidade da marca para uma comunicação estratégica eficaz. Os problemas apontados serão discutidos no decorrer da explanação deste artigo.

Com as informações do *briefing*, foi possível iniciar a pesquisa exploratória e qualitativa para identificar aspectos referentes ao mercado de colchoaria, como informações de crescimento deste mercado, as tendências e oportunidades, além de outras que pudessem elucidar a dinâmica desse segmento. Também buscamos informações acerca da percepção de imagem do *target* no que diz respeito à loja "Sonocenter", bem como identificar um possível meio que pudesse divulgar a marca no seu mercado-alvo.

O setor de marketing da agência, após a análise de mercado e do consumidor, contribuiu para o estudo da análise SWOT observando e pontuando as oportunidades e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ameaças nesse segmento, além das forças e fraquezas. Diante desse estudo, foi constatada a ausência do posicionamento de marca, que tem como uma das funções diferenciá-la no seu segmento, criando características e valor que pudesse ser identificado por seu público-alvo. Conforme o exposto, a agência experimental, através da área de marketing, decidiu pela criação de um posicionamento, chegando à palavra "especialista em sono" em sua construção. Assim foi possível prosseguir com o desenvolvimento da área de planejamento de comunicação e suas estratégias com as sugestões encontradas pelo marketing.

Diante do exposto, a área de planejamento de comunicação pontuou os objetivos de comunicação definidos como a construção e divulgação da marca "Sonocenter" de acordo com o posicionamento já mencionado no parágrafo anterior, procurando assim sanar as falhas apontadas por meio das pesquisas e análises exploratórias e quantitativas a partir de estratégias de campanhas, minimizando os problemas encontrados.

Para compreender a estrutura da estratégia de campanha adotada, vale ressaltar que, de acordo com as pesquisas, foi pontuada a sazonalidade na venda do produto principal do cliente, que são as épocas relacionadas às férias escolares (julho e dezembro) como um dos momentos em que o público-alvo procura por colchões, levando a um período mais acirrado das vendas e grande abordagem da concorrência para ganhar o consumidor.

Desse ponto de vista, a estruturação da campanha foi organizada em três momentos: a primeira teve como objetivo lançar a campanha institucional focada no posicionamento de "especialista em sono", inserir a mascote como forma de interação nas mídias sociais, divulgação do site institucional e a página do *facebook* da marca. O segundo momento levou em consideração a sustentação da marca, seguindo a mesma estratégia da primeira com o intuito de fortalecer ainda mais a presença da referida, buscando evidenciar e trazer maior credibilidade, efetivando o posicionamento outrora mencionado, familiarizando a mascote com o público-alvo. Por último, a manutenção da marca focada nas ações de propaganda institucional com auxílio de ferramentas como o marketing digital e o merchandising no ponto-de-venda.

Diante da abrangência da temática, esta pesquisa apontou algumas estratégias de campanha aplicadas pela agência experimental, por meio de uma campanha institucional, enfatizando o conceito de marca e, a partir do posicionamento de "especialista em sono" desenvolvido no marketing e aplicada no planejamento de comunicação para a construção da referida, mostrou maior visibilidade de marca no segmento local de colchoaria e, consequentemente, sanando problemas comunicacionais apresentados ao longo dessa investigação.

DESENVOLVIMENTO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Na explanação deste item, estaremos pautados nos resultados finais da pesquisa a partir das entrevistas realizadas junto aos clientes da loja no segmento de colchões "Sonocenter". De modo geral, verificamos divergências nas opiniões sobre os aspectos da loja, como produtos e serviços prestados, formas de pagamento, meio de divulgação onde já viram as propagandas da loja, localização geográfica e também a qualidade dos produtos já adquiridos pelos clientes. Os resultados evidenciados pela pesquisa realizada com o público-alvo no segmento de colchoaria, apontam para a satisfação e opinião desse público no que se refere a esse segmento.

Questões como o grau de importância na hora de escolher um colchão foram levantadas com o público-alvo, revelando que, em primeiro lugar, a maior preocupação na escolha de um colchão é a marca. O segundo item observado é o preço. Já a loja que comercializa e a indicação é o item que menos importa na hora de adquirir esse tipo de produto.

A partir dessas premissas pontuadas, podemos depreender o quanto a marca do colchão é importante na hora da compra, revelando que o quesito loja não é substancialmente importante no momento de decidir pela aquisição desse tipo de produto, possibilitando oportunidades para a comunicação criar e alterar esse grau de importância a partir de estratégias bem traçadas na criação de valor à marca, levando o consumidor a se importar com o quesito loja quando decidir por adquirir esse tipo de produto, reconhecendo-a como local especializado em venda de colchões de marcas procedentes, além da segurança e confiabilidade que o consumidor pode depositar na loja bem como nos vendedores quando da aquisição de um colchão. Outro fator importante revelado por meio da pesquisa, refere-se ao costume de consumo quanto a troca de colchão pelo consumidor, onde 63% dos entrevistados trocam seu colchão num período de 5 anos ou mais. Esse fator tem sua importância pelo tempo de troca, sendo assim relevante observar o quanto adquirir um colchão em um local especializado e que entenda tão bem do produto, indicando o colchão adequado para cada tipo de pessoa, visto ter um tipo certo para pessoa de acordo com peso e altura, influenciando por exemplo nas características relativas a densidade do colchão.

Optamos por utilizar como estratégias de comunicação, a campanha institucional com foco no posicionamento "especialista em sono" sugerido no marketing. Todo o planejamento de comunicação estratégica foi empenhado na divulgação e conceituação do posicionamento da marca.

> O objetivo é posicionar a marca na mente dos consumidores a fim de maximizar a vantagem potencial da empresa. Um bom posicionamento de marca ajuda a orientar a estratégia de marketing, esclarecendo a essência da marca, que objetivos ela ajuda o consumidor a alcançar e como o faz de maneira inconfundível. (KOTLER, 2006, p.305).

No planejamento de comunicação, em conjunto com as áreas de atendimento, pesquisa e planejamento de marketing, culminou na fundamentação e decisão de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

nossas estratégias de campanha institucional e, posteriormente, aplicada nas áreas de mídia e criação.

> A campanha institucional deve ser entendida como aquela que divulga a empresa como um todo. Caracteriza-se por conceituar a empresa, fixar sua imagem, informar seu segmento de atuação, objetivando o estabelecimento e reconhecimento de sua marca. (LUPETTI, 2009, p. 87).

A ideia proposta baseou-se em fixar a marca "Sonocenter colchões", como referência no repertório do consumidor quando pensar em adquirir um novo colchão, tendo a certeza, segurança e confiança que, ao comprar um novo produto, esse irá atender suas necessidades. E que o produto adquirido oferecerá conforto e uma melhor qualidade na hora do sono por ter escolhido um colchão adequado sugerido pelo especialista da loja "Sonocenter, gerando no cliente satisfação por sua aquisição. Além disso, é importante tecer algumas considerações sobre as estratégias de campanha com relação ao público-alvo. A estratégia de campanha utilizou de ferramentas tradicionais, mescladas com as complementares, além das inovadoras para uma melhor eficácia da comunicação com o *target*. Para isso foram utilizadas de ferramentas como a propaganda institucional, a assessoria de imprensa e o *product placement*, selecionadas para atingir os objetivos de comunicação, ora designada nas estratégias de comunicação instruídas no conceito de posicionamento "especialista em sono".

Dentre as citadas, vamos descrever a propaganda institucional como a mais relevante para o desenvolvimento da pesquisa. A propaganda institucional, segundo Lupetti (2009, p. 13):

> Para que as pessoas percebam o posicionamento de determinada organização, é preciso que haja divulgação, e a propaganda institucional auxiliará a construção da identidade e da imagem corporativa, bem como tentará conquistar a confiança, a credibilidade e a simpatia de seus stakeholders.

Na citação de Lupetti (2009) fica clara a importância da comunicação estratégica da propaganda institucional na construção da imagem e identidade da marca, atribuindo singularidades humanas ao produto. Também é possível inferir que esse processo pode ser utilizado para criação do "*status*" da marca junto ao público-alvo.

O Website é outra ferramenta que contribuirá na concepção da propaganda institucional na construção da marca, aliada à interação com os consumidores como meio institucional na transmissão das informações da marca e o seu posicionamento. A página da marca no *facebook* também é considerada neste momento, pois tem como estratégia o humor informativo, a partir de dicas para qualidade do sono levada através da mascote da marca. O engajamento, a partir dessa ferramenta de comunicação, permite a interação e o relacionamento com a marca.

Outro elemento de destaque da mascote utilizada na ferramenta digital (site e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

facebook) foi pensado na possibilidade de disseminação nessas mídias sociais de forma viral as informações acerca da marca. A partir do humor, a opção por fazer uso da mascote, se concentra em trazer dicas importantes sobre a qualidade do sono e dormir bem, produzindo expectativas além do esperado, compartilhado em ferramentas como *facebook* e *whatsapp*, tornando-se memes (termo utilizado para descrever um conceito que se espalha pela internet) entre as pessoas. As mídias, segundo Crescitelli e Shimp (2013, p. 341):

> As novas mídias trazem os seguintes importantes benefícios para as empresas... a) interação com, e participação do consumidor final, por ser uma mídia de "mão dupla", b) identificação de segmentos mais específicos, c) comunicação mais eficiente e com profundidade, d) ferramentas digitais permitem larga cobertura do público-alvo, e) maior transparência e credibilidade na comunicação, f) otimização dos gastos em comunicação, uma vez que as mídias virtuais são mais baratas e é possível focar o público-alvo desejado, g) realização de testes de diferentes formas de comunicação, h) acompanhamento imediato do desempenho da campanha permitindo maior flexibilidade.

Sendo assim, reiteramos a importância das mídias digitais como ferramentas que possibilitam a interação com o público-alvo, fortalecendo a marca no segmento de colchoaria local, e também na mensuração constante e em tempo real, o que permite adaptações ao longo do desenvolvimento da campanha institucional.

A assessoria de imprensa também tem seu papel na formação da imagem da marca quando executada de forma coordenada e lógica nos meios de comunicação, local onde a empresa atua, utilizando-se, por exemplo, de jornal impresso, portais de notícias, blogs e também sites especializados sobre saúde e qualidade de vida a partir de uma boa noite de sono. Esses meios irão fortalecer a marca conferindo especialidade no quesito qualidade do sono e colchões adequados para tal.

Finalizando, o *product placement,* que objetivou aliar e oferecer abrangência a toda a comunicação estratégia de campanha por sua peculiaridade em promover boa audiência e exposição de marca, possibilitou maior impulso e credibilidade conferida por meio do apresentador que indica a loja como especialista e conhecedor no oferecimento de um colchão adequado ao consumidor, privilegiando sua saúde e qualidade do sono ao adquirir o produto certo.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa teve como objetivo coletar e analisar as informações para uma loja no segmento de colchoaria, denominada "Sonocenter" na cidade de Presidente Prudente/SP, no ano de 2014. As ações propostas neste trabalho contemplaram pesquisas exploratória, quantitativa e qualitativa. Foram aplicados um total de 424 questionários para obtenção dos dados estudados. O questionário aplicado se baseou na importância do conhecimento da loja citada acima e o segmento de colchoaria bem

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

como a importância dos colaboradores no trabalho desempenhado junto à empresa. O objetivo foi pautado na identificação do perfil dos clientes, suas preferências além das considerações sobre ela. Na investigação quantitativa, foi possível realizar uma análise da visão dos colaboradores na empresa, considerando as relações estabelecidas entre colaboradores e empresa, colaboradores e seus superiores, dentre outros aspectos.

No que se refere à pesquisa de campo, foram realizadas entrevistas com o público-alvo, com o objetivo de descobrir o grau de conhecimento da loja no ramo de colchoaria, seus hábitos e comportamentos de compra e também o conhecimento acerca da referida loja tratada neste artigo. Para enriquecer o trabalho de pesquisa, também realizamos uma consulta por meio de telefone com os maiores vendedores de colchões da região com o intuito de coletar informações mais contundentes sobre o ramo de atuação na cidade, de maneira que fosse possível agregar mais elementos para a pesquisa, que não tivesse sido possível coletar em outras pesquisas direcionadas, como por exemplo, a realidade do mercado a partir dos representantes regionais.

Para a compreensão, seleção e avaliação dos dados coletados, a pesquisa foi desenvolvida em quatro momentos. Inicialmente, realizamos uma pesquisa exploratória de dados secundários em diversos sites na internet, além da consulta por telefone mencionada no parágrafo anterior com os maiores vendedores da região de Presidente Prudente/SP. Já no segundo momento, com uma pesquisa descritiva - quantitativa, priorizamos entrevistar todos colaboradores da loja, desde vendedores, zeladores, entregadores, motorista, gerência e os proprietários. Após essa etapa, direcionamos o foco da pesquisa com os clientes internos, que foram selecionados e entrevistados por telefone neste terceiro momento. Por fim, foi aplicada um questionário com o público-alvo a partir de entrevistas com perguntas abertas semiestruturada e encadeada na cidade de Presidente Prudente/SP, e também por meio da internet utilizando a ferramenta de formulário do Google segmentando o público de interesse por meio de técnicas de pesquisas em questões-chave.

RESULTADOS OBTIDOS

Os resultados obtidos nesta pesquisa apontam para a satisfação dos colaboradores envolvidos na empresa consultada, evidenciando que os principais motivadores presentes permeiam a integração da equipe, imagem da empresa, a estabilidade no emprego além da instalação moderna e eficiente da loja.

A pesquisa aplicada com os clientes da loja evidenciou que os referidos estão satisfeitos no que se refere ao atendimento prestado pela mesma, serviço de entrega, preço, qualidade e produtos da "Sonocenter". Porém, ressaltam uma deficiência no que diz respeito ao ponto-de-venda e a disposição dos produtos, a fachada da loja. Segundo os entrevistados, esses aspectos poderiam facilitar a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

visibilidade e identificação onde a mesma está situada.

Já com o público-alvo entrevistado, foi possível depreender que a loja e a marca "Sonocenter" colchões é pouco conhecida na cidade. Como já mencionado, a marca do colchão aparece sempre em primeiro lugar no momento da escolha do produto, ficando a loja em última instância, o que vislumbrou possibilidades de mudar essa percepção e conquistar o público-alvo a partir de uma comunicação estratégica focada no posicionamento de marketing. Dessa forma dividida em três momentos, utilizando-se de campanha institucional

Em tese, a pesquisa revelou a ausência de um posicionamento de marca relevante no processo de gerenciamento estratégico da marca elemento este que confere diferenciação no segmento de colchões. Outro fator preponderante é relativo à imagem e à comunicação da empresa. Constatamos deficiências comunicacionais e estratégias ineficientes no que diz respeito a imagem da marca, ou seja, não havia estratégia definidas, apenas comunicações de cunho promocional voltada para os produtos, que não contribuí para a identificação do público-alvo com o posicionamento e imagem da marca, tornando-a desconhecida pelos entrevistados.

Identificadas as falhas de comunicação em relação a identidade de marca todos os estudos realizados envolvendo análise e discussão foram incisivos para o desenvolvimento das estratégias de comunicação a partir do conceito de "Especialista em sono", compreendendo a fixação da marca e tornando-a evidente em seu público-alvo e segmento de atuação de maneira efetiva.

CONCLUSÃO

Concluindo, é possível afirmar que a proposta central deste artigo permeou apresentar alternativas para sanar possíveis falhas na comunicação executada por um determinado cliente no segmento de colchoaria, neste caso a loja "Sonocenter" na cidade de Presidente Prudente/SP.

Para apresentar soluções foi sugerido, através do marketing, um posicionamento de marca com o conceito de "Especialista em sono". A partir daí, se planejou uma comunicação estratégica com o intuito de fixar esse posicionamento através da construção de imagem e identidade de marca no público-alvo.

Sendo assim, constatamos a importância da Publicidade e Propaganda e a organização de um planejamento de comunicação composto de estratégias de campanha nesse segmento, bem como a importância de se ter um posicionamento eficaz que diferencie a empresa no mercado e ganhe o seu espaço na escolha do consumidor. Dessa maneira nossa pesquisa que teve como foco principal a loja de colchões "Sonocenter", a partir da gestão estratégica da comunicação, permite que a empresa referida possa evidenciar sua notoriedade no mercado-alvo e atinja suas necessidades comerciais além de ser notável seu diferencial quando comparado a seus concorrentes.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Este trabalho refletiu sobre a importância de se compreender a estrutura comunicacional e o processo para compor alternativas para sua efetividade, considerando competências investigativas de pesquisas, análises e o planejamento da comunicação de forma estratégica.

REFERÊNCIAS

CRESCITELLI, Edson e SHIMP Terence. **A Comunicação de marketing:** Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. 8ª Ed. São Paulo. Cengage Learning, 2013.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** 12ª Ed. São Paulo. Pearson

Prentice Hall, 2006. LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação**

mercadológica. 2ª Ed. Cengage Learning, 2012.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PLANEJAMENTO E GESTÃO DO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP: UM ESTUDO PROSPECTIVO UTILIZANDO O MÉTODO GRUMBACH

IVAN MÁRCIO GITAHY JUNIOR (Senac Presidente Prudente/ Unoeste)

Resumo

Os estudos prospectivos representam uma importante ferramenta para discutir oportunidades e riscos quanto ao planejamento da gestão, desenvolvimento e dinâmica de uma dada região. A partir desta afirmativa, a presente pesquisa tem como objetivo compreender o desenvolvimento da cidade de Presidente Prudente/SP traçando um cenário prospectivo até o ano de 2024. Para a realização desta pesquisa tomar-se-á como referenciais teóricos cenários prospectivos caracterizando-se por um estudo inovador sobre uma situação futura usando uma metodologia própria, no caso a de Grumbach, sendo que a construção de respostas é ligada as transformações da realidade. Considerando seu objetivo, o trabalho será desenvolvido em várias fases. Uma primeira de caráter bibliográfico resgatando historicamente o município de Presidente Prudente/SP e a teoria sobre desenvolvimento. Em seguida, serão realizadas entrevistas abertas do tipo semiestruturadas com dez atores sociais locais que compõem os seguintes segmentos: governo municipal; empresariado; universidade; lideranças sociais e trabalhadores. Nesta entrevista, buscar-se-á identificar em que medida estes atores pensam o desenvolvimento do município de Presidente Prudente/SP. E, finalmente, em uma terceira etapa, construir-se-ão cenários prospectivos a partir dos dados coletados com o método Grumbach, uma ferramenta de gestão estratégica, amparado no Método Delphi. Adicionalmente, serão utilizados dois softwares: o Puma, um sistema de planejamento estratégico e cenários prospectivos e o Lince, sistema de simulação e gestão de futuro.

Palavras-chave: Desenvolvimento. Planejamento. Gestão. Presidente Prudente/SP

Abstract

Prospective studies represent an important tool to discuss opportunities and risks in planning the management, development and dynamics of a given region. From this statement, this research aims to understand the development of the city of Presidente Prudente/SP tracing a prospective scenario by the year 2024 for this research will be taken up as a theoretical prospective scenarios is characterized by a groundbreaking study on a future situation using its own methodology, in the case of Grumbach, and the construction of responses is linked transformations of reality. Given its objective, the project will be developed in several phases. A first of bibliographical historically rescuing the city of Presidente Prudente/SP and theory development. Then we use the open interviews semi-structured type with ten local social actors that comprise the following segments: municipal government; entrepreneurship; university; social workers and leaders. In this interview we will seek to identify the extent to which these actors think the development of the municipality of Presidente Prudente/SP. And finally in the third stage build future scenarios from the data collected with the Grumbach method, a strategic management tool, supported the Delphi Method. Puma additionally employ the software, a system of strategic planning and future scenarios and the Lynx, system simulation and management of the future.

Keywords: Development. Planning. Management. Presidente Prudente/SP

INTRODUÇÃO/ JUSTIFICATIVA

Os estudos prospectivos representam uma importante ferramenta para discutir oportunidades e riscos quanto ao planejamento estratégico, gestão, desenvolvimento e dinâmica de uma dada região. A partir desta afirmativa, a presente pesquisa tem como objetivo compreender o desenvolvimento da cidade de Presidente Prudente/SP,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

traçando um cenário prospectivo até o ano de 2024.

O cenário da pesquisa acontecerá na cidade de Presidente Prudente, que segundo Ferrari Leite (1972), com o desbravamento feito por mineiros, José Teodoro de Souza tomou posse das terras devolutas expandindo as plantações de café, surgindo no sertão de Paranapanema o latifúndio cafeeiro. Nesse momento, dois coronéis, fazendeiros e negociantes de terras, Francisco de Paula Goulart e José Soares Marcondes ganham destaque na história do município. O coronel Goulart, herdeiro da fazenda Pirapó, após vender parte de suas terras como um loteamento faz com que surja a Vila Goulart em 1917. O coronel Marcondes, possuindo uma empresa colonizadora para vender terras, a Companhia Marcondes de Colonização, Indústria e Comercio, loteou 4700 alqueires em Presidente Prudente/SP nascendo assim, em 1919, a Vila Marcondes. Com o nascimento dessas duas vilas e sua fusão criou-se o município de Presidente Prudente/SP.

Para Abreu (1972) apud Gitahy Junior (2008), ao se deixar a cidade de São Paulo, com sentido ao interior, encontra-se a cidade de Presidente Prudente/SP, que se destaca na região não só por sua história, mas também pelo conjunto de fatores físicos, econômicos e geográficos.

Segundo os últimos dados da Fundação Seade fundação, datado de 2014, o município de Presidente Prudente/SP conta com uma área de 562,79 km2, a sua densidade demográfica (habitantes por km2) é de 379,03 e o grau de urbanização em % é de 97,96%.

Apesar de distante 558 km da capital, Presidente Prudente/SP representa uma mancha de desenvolvimento no Estado de São Paulo. Se há grande mancha industrial e de desenvolvimento em um raio de 150 km em torno da capital paulista, há também a disseminação de pontos desta mancha em diferentes partes do Estado de São Paulo, sendo que a autora Bontempo (2011, p.27) localiza o município de Presidente Prudente/SP como sendo uma delas, afirmando:

> Como exemplo de municípios localizados distantes da metrópole paulistana, do ponto de vista topográfico, e que aglomeram ramos industriais, sobressaem-se: Tabatinga (bichos de pelúcia); Ibitinga (bordados e enxovais); Auriflama (moda íntima); Jaú (calçados femininos); Franca (calçados masculinos); Birigui (calçados infantis); **Presidente Prudente/SP (couros e artefatos);** Garça (eletroeletrônicos); Ribeirão Preto (equipamentos odontológicos); São José do Rio Preto (joias de ouro); Itatiba, Mirassol e Votuporanga (móveis); Bastos (ovos); Marília (alimentos de consumo final). **(grifo do autor)**

Percebe-se que mesmo existindo a concentração econômica e populacional na capital São Paulo e em sua região metropolitana, envolvendo Campinas, São José dos Campos, Sorocaba e Santos, o que se tem observado, a partir dos anos 60, segundo o autor Richardson (1980) é o fenômeno denominado de "reversão da polarização". Quanto aos fatores de estímulo para a fixação ao longo do Estado de São Paulo,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

longe da capital e região metropolitana, segundo Sánchez Hernandes (1998) pode-se citar a aproximação dos eixos rodoviários e aglomerações urbanas. Com relação à cidade de Presidente Prudente/SP destacam-se não só a localização estratégica no sudoeste do Estado de São Paulo, como também a proximidade dos estados do Paraná (82 km) e do Mato Grosso do Sul (90 km).

Conscientes da importância da cidade de Presidente Prudente/SP, sendo denominada como a Capital da Alta Sorocabana, surgem alguns questionamentos: como serão os próximos anos de desenvolvimento de Presidente Prudente/SP? A metodologia de cenários prospectivos pode auxiliar no planejamento e gestão da cidade?

Buscando responder as inquietações expostas acredita-se que além da relevância social e empresarial que os resultados da presente pesquisa podem trazer a Presidente Prudente/SP, também haverá uma ampliação teórica e empírica dos estudos sobre a cidade e de como o método de cenários prospectivos pode auxiliar na compreensão do desenvolvimento de uma dada cidade. A fim de entender melhor o que se busca com o trabalho, será apresentado o referencial teórico sobre cenários prospectivos e alguns conceitos de desenvolvimento; a partir destes dois focos teóricos, e com a pesquisa de campo, ter-se-á uma análise dos cenários prospectivos de Presidente Prudente/SP até o ano de 2024.

Segundo os autores Khan e Wierner (1967), a preocupação com o futuro liga-se a cinco fatores de interesse, ou seja: o lucro; a taxa de mudança; a necessidade filosófica, ou seja, o desejo de saber para onde ir; as questões militares, para onde iria o mercado bélico e o modismo do futuro. Seja qual for o fator que impulsiona o conhecimento do futuro, o homem acredita que estudar cenários pode auxiliar a encontrar as respostas desejadas.

O primeiro autor a utilizar o termo "prospectivo" foi Berger coma seguinte definição:

> A atitude prospectiva significa olhar longe, preocupar-se com o longo prazo; olhar amplamente, tomando cuidado com as interações; olhar a fundo até encontrar os fatores e tendências que são realmente importantes; arriscar, porque as visões de horizontes distantes podem mudar nossos planos de longo prazo; e levar em conta o gênero humano, grande agente capaz de modificar o futuro (BERGER, 1958 apud MARCIAL; GRUMBACH, 2008, p.28).

Os métodos de construção de cenários têm como objetivo apresentar alternativas que levem a prospecções, buscando destacar não só tendências e ocorrências dominantes, mas também a possibilidade de transformação do ambiente. Tais estudos, segundo Amara (1988) e Coates (1994) apresentam uma natureza exploratória e uma abordagem interdisciplinar na pesquisa sobre os rumos e as possibilidades do futuro.

O estudo com cenários prospectivos abrange diversas áreas, podendo citar casos de estudos sobre a produção de petróleo em águas profundas tratado por Johnson, Wright e Guimarães (1986); a experiência em planejamento tecnológico setorial

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

relatado por Johnson e Marcovitch (1994); apresentação feita por Wright e Giovanazzo (2000) sobre a metodologia desenvolvida pela Universidade de São Paulo (USP) para temas gerais em política industrial e a contribuição de Grumbach (2008) com o projeto Brasil 3 Tempos (NAE-PR, 2004; 2006), em que se prospectou a possibilidade de novas configurações políticas equilibrarem melhor os procedimentos de arrecadação de recursos e a distribuição dos encargos públicos, em consonância com projetos regionais específicos.

Apesar dos autores e exemplos acima citados e da temática prospecção ganhar destaque no século XX e XXI, principalmente a partir do ano de 1970 com a crise da energia, o desejo de conhecer o futuro está presente desde os primórdios da humanidade, mas ainda sem a metodologia dos cenários prospectivos.

Aliando a ideia de prospecção a cenários, os autores Kahn e Wierner (1967) foram os primeiros a popularizar, a partir de sua obra The Year 2000, a ideia de cenários prospectivos.

O termo cenário caracteriza-se por um estudo criativo sobre uma situação futura utilizando uma metodologia própria, onde a construção de respostas está diretamente ligada às transformações que ocorrem no ambiente.

Para Porter (1989), os cenários podem ser entendidos como um conjunto de suposições plausíveis sobre as incertezas que podem influenciar o objeto de prospecção sempre com uma visão consistente sobre a realidade vindoura. Usando as próprias palavras de Porter temos o conceito

> Cenários são uma visão internamente consistente da realidade futura, baseada em conjunto de suposições plausíveis sobre as incertezas que podem influenciar o objeto de prospecção (Porter, 1985, p. 15).

A partir desta teoria de prospecção estudar-se-á o desenvolvimento no município de Presidente Prudente/SP, considerando o conceito de Amaral Filho (1996), ou seja, que o desenvolvimento regional endógeno, é um processo de crescimento econômico através da ampliação, contínua, da capacidade de agregar valor à produção e também a capacidade de absorção, dessa produção, pela região, com o objetivo de reter o excedente econômico gerado na economia local e/ou atraindo excedentes provenientes de outras localidades, criando assim, condições favoráveis para atrair e consolidar o desenvolvimento local, sob a perspectiva de uma economia globalizada e sustentável.

Para Bandeira (2002), o desenvolvimento regional não deve buscar ações setorizadas, individuais, mas sim, buscar articular junto à sociedade como um todo, permanentemente, com o intuito de influenciar o processo de tomada de decisão, visando crescimento.

Já Schumpeter (1982, p.45) entende por desenvolvimento, "as mudanças da vida econômica que não lhe são impostas de fora, mas que surgem de dentro, por sua própria iniciativa".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Considerando a base teórica de cenários prospectivos e desenvolvimento a presente pesquisa além de se justificar socialmente, pois o planejamento estratégico da cidade de Presidente Prudente/SP pode ter mais subsídios com os cenários prospectivos de desenvolvimento, justifica-se cientificamente tendo em vista que na área acadêmica não há estudos sobre a questão da prospecção do desenvolvimento da cidade de Presidente Prudente/SP a partir dos atores sociais. Considera-se isto fundamental, pois ao estudar o desenvolvimento, faz-se um estudo transdisciplinar tendo em vista que o mesmo deve envolver: ser humano, economia, meio ambiente e inovação. Sobre o desenvolvimento salienta Amaral Filho

> Entretanto, o aspecto novo do processo, que traz à luz um novo paradigma de desenvolvimento regional endógeno, está no fato de que a definição do referido modelo de desenvolvimento passa a ser estruturada a partir dos próprios atores locais, e não mais pelo planejamento centralizado; essa estruturação é realizada por meio de um processo já definido por Boisier (1988) como organização social regional, e que tem como característica marcante a ampliação da base de decisões autônomas por parte dos atores locais. (AMARAL FILHO, 1996)

Como o autor afirma na citação acima, o desenvolvimento deve ser pensado a partir dos próprios atores sociais locais e é a eles que vamos dar voz a fim de se entender o cenário atual e de prospecção do objeto de pesquisa, ou seja, a cidade de Presidente Prudente/SP.

OBJETIVO GERAL:

Compreender o desenvolvimento da cidade de Presidente Prudente/SP traçando um cenário prospectivo até o ano de 2024

METODOLOGIA

A presente pesquisa se desenvolveu numa abordagem quali-quantiativa, tomando como principal *locus* de investigação, o município de Presidente Prudente/SP. Desta maneira será feito um levantamento procurando identificar, neste ambiente, alguns atores sociais que pudessem auxiliar a pesquisa. A escolha dos atores sociais entrevistados, moradores da cidade de Presidente Prudente/SP, será feita considerando o critério aceite em participar da pesquisa e ser do segmento governo municipal; empresariado; universidade; lideranças sociais e trabalhadores. De cada segmento serão entrevistados dois membros, totalizando cinco segmentos e dez entrevistados. Os contatos dos atores sociais serão obtidos por meio de pesquisa na rede mundial de computadores. Dos resultados obtidos, far-se-á um primeiro contato com os possíveis entrevistados através de e-mail. O referido e-mail fará menção à pesquisa e apresentará, aos respondentes, a importância do estudo. Com o aceite, o entrevistado assinará o termo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de consentimento livre e esclarecido[5] e as entrevistas[6] serão agendadas.

Os dados coletados serão utilizados na construção dos cenários prospectivos sobre o tema da presente pesquisa. Segundo Godet (2000), a técnica de construção de cenários é realizada pela descrição coerente de uma situação fática e pelo encaminhamento imaginado e criado dos acontecimentos que permitem passar de uma situação de origem a uma situação futura.

A construção dos cenários prospectivos será baseada no método de Grumbach, formado por três elementos básicos:

- o decisor: pessoa que determinará a realização do estudo, que no caso da presente pesquisa será o pesquisador e o orientador.
- o gerente de controle: aquele que representa o setor, a área a ser estudada, com a responsabilidade de conduzir todo o processo. Neste item estão inclusos os gerentes, gestores e o pessoal administrativo, os *stakeholders* de diferentes empresas.
- peritos: pessoas, normalmente externas ao sistema, que respondem às sucessivas consultas formuladas pelo gerente de controle. Como peritos incluem-se atores locais dos segmentos: governo municipal, universidade, lideranças sociais e trabalhadores.

Segundo Marcial e Grumbach (2008), o método Grumbach, exige a construção de um cenário que contemple os seguintes elementos:

- título: representa a essência da realidade que se quer estudar.
- filosofia: é a direção do sistema considerado.
- variáveis: elementos relevantes do sistema, tendo em vista as cenas.
- atores: indivíduos, grupos, decisores, especialistas que influenciam ou sofrem influência do cenário.
- cenas: descrevem a vinculação entre atores e variáveis.
- trajetórias: descreve o momento da cena inicial até a final.

O método Grumbach, de gestão estratégica, se ampara em várias técnicas e métodos. Uma delas e a que se optou em utilizar foi o Método Delphi, criado em 1950 pela Rand Corporation com a finalidade de obter um consenso, confiável a partir de gerentes de controle e peritos, sobre determinada situação. Entende-se por Método Delphi uma metodologia onde especialistas são consultados, várias vezes, por meio de entrevistas individuais para que o grupo possa chegar a uma reflexão convergente sobre os possíveis cenários criados sobre as incertezas críticas.

Adicionalmente ao Método Delphi empregar-se-á dois softwares brasileiros Puma, que faz o sistema de planejamento estratégico e Lince, que é o sistema de simulação e gestão de futuro. A seguir, apresentam-se as etapas expostas por Marcial e

[5] Vide apêndice 1
[6] Vide apêndice 2

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Grumbach (2008):

- identificação do sistema: compreender o sistema objeto de planejamento, tomando como base os cenários prospectivos.
- diagnóstico estratégico: levantar variáveis.
- visão estratégica: parte analítica do método, englobando a visão do presente, do futuro e a avaliação de medidas tomadas.
- consolidação: consiste na verificação da necessidade de modificação em função das avaliações de medidas

Tais etapas podem ser visualizadas na tela do software Puma.

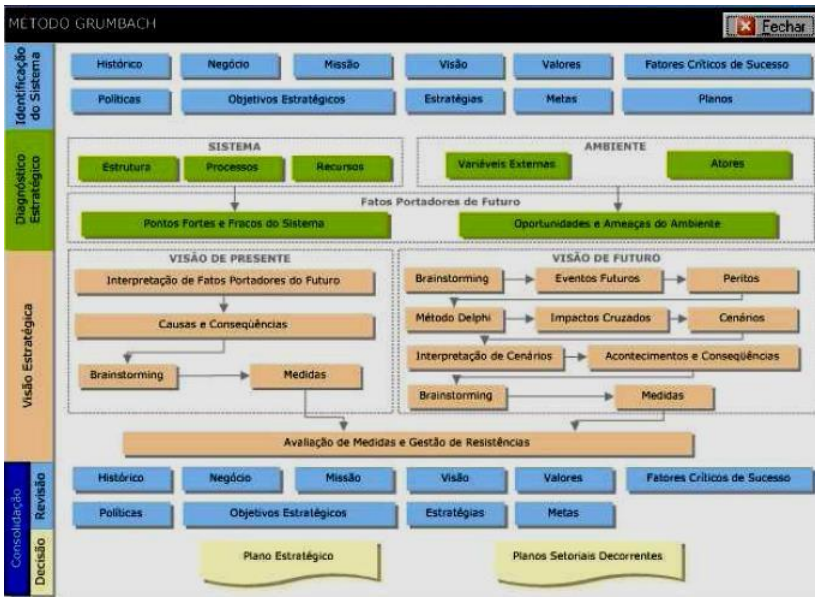


Figura 1: Tela do software Puma

Sabe-se que, no método de construção de cenários prospectivos, é imprescindível a análise de hipóteses possíveis sobre o futuro das incertezas críticas. Sendo assim, a formulação das hipóteses por especialistas, faz delas relevantes, confiáveis e hipóteses, principalmente, possíveis. Entrevistas serão realizadas com os atores sócios, de forma individual. Tais entrevistas seguirão as características do Método Delphi.

Segundo Kayo e Securato (1997), uma das características principais deste método é o anonimato, por ter condição de evitar um domínio psicológico sobre os peritos. Cuhls e Grupp (2001) enfatizam que o Método Delphi "não proporciona uma visão imutável do futuro, mas oferece uma base de informação para fomentar a tomada de decisão sobre o que precisa ser feito".

Para Wright e Giovinazzo (2000), esse método tem como objetivo final uma visão do futuro baseada nas convergências de opiniões intuitivas, traduzindo a criatividade, o conhecimento e a experiência do grupo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

A partir das respostas dos atores locais da entrevista, pode-se, com esse método, chegar à definição de estratégias adequadas para o desenvolvimento do município de Presidente Prudente/SP.

A partir dos cenários construídos, em uma perspectiva quanti/qualitativa, identificam-se alguns eixos analíticos, a saber:

- o potencial de atores sociais locais, na endogeneização socioeconômica do município de Presidente Prudente/SP;
- a ifleência dos atores sociais locais nas concepções socioeconômico- culturais para o desenvolvimento endógeno;
- a existência de estímulos e barreiras no processo de desenvolvimento de Presidente Prudente/SP.

De acordo com Marcial e Grumbach (2002), com os cenários traçados e seus diversos acompanhamentos, tem-se uma visão sistêmica e alinhada, conseguindo compreender os acontecimentos. Segundo os autores citados, prever o futuro não é objetivo dos estudos prospectivos, mas sim estudar as diversas possibilidades de futuros plausíveis.

Comungando de tal filosofia, a construção de cenário auxiliará nos desdobramentos das incertezas quanto ao desenvolvimento endógeno do município de Presidente Prudente/SP até 2024.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, D. S. A. **Formação Histórica de uma cidade pioneira paulista**: Presidente Prudente/SP. (São Paulo). Presidente Prudente/SP: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Presidente Prudente/SP, 1972.

AMARAL FILHO, J. Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista. In: **Planejamento e políticas públicas**. Brasília, IPEA, n. 14, dez., 1996.

BANDEIRA, P. S. Desenvolvimento Local-Regional. **Determinantes E Desafios Contemporâneos**, V.1. Editora: EDUNISC, 2002

BERGER, G. **Phénoménologie du temps et prospective**. Paris: PUF, 1964. BOMTEMPO, D. C. DINÂMICA TERRITORIAL, Atividade industrial e cidade média**:** as interações espaciais e os circuitos espaciais da produção das indústrias alimentícias de consumo final instaladas na cidade de Marília – SP. **Tese de doutorado em Geografia**. Unesp, Presidente Prudente/SP, 2011.

CUHLS, K. e GRUPP, H. Abordagens Prospectivas Nacionais. **Anais**: Seminário Internacional sobre estudos prospectivos em ciência e tecnologia. Brasília. 2001

FERRARI LEITE, J. F. **A alta sorocabana e o espaço polarizado de Presidente prudente/SP**. Presidente Prudente/SP: Ed: Unesp, 1998.

GITAHY JUNIOR, I. M. Políticas públicas e a educação profissionalizante: a trajetória no município de Presidente Prudente/SP – SP**. Dissertação de Mestrado em Educação**. Universidade Estadual Julio de Mesquita Filho, 2008.

ODET, M. A **Caixa de Ferramentas da Prospectiva Estratégica** – Problemas e métodos. Lisboa: Cadernos do Centro de Estudos de Prospectiva e Estratégia, 2000.

GRUMBACH, R. J. S. **Cenários Prospectivos** – A Chave para o Futuro: Planejamento. Estratégico. Rio de Janeiro: Ed. Catau, 2008.

JOHNSON, B. B.; MARCOVITCH, J. Uses and Applications of Technology Futures in National Development: the Brazilian Experience. **Technological Forecasting and Social Change**, v.45, p.1-30, 1994.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

JOHNSON, B.; WRIGHT, J.; GUIMARÃES, P. **Prognósticos tecnológicos como atividade complementar do planejamento**: a experiência do CENPES em águas profundas. São Paulo: Fundação Instituto de Administração (FIA), 1986.

KAHN, H. WIENER, A.J. **The year 2000**: a framework for speculation on the next thirty-three years. s/l: Hudson Institute, 1968

KAYO, E. K; SECURATO, J. R. **Método Delphi**: fundamentos, críticas e vieses. Cadernos de pesquisa em administração v.1, n.4, p.51-61, 1997.

MARCIAL, E. C., GRUMBACH, R. J. S. **Cenários Prospectivos** – Como Construir um Futuro Melhor. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2008.

PORTER, M. E**. . Vantagem Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1989. RICHARDSON, H. W. Polarization reversal in developing countries. Regional Science Association, v. 45, p. 67-85, 1980

SÁNCHEZ HERNÁNDES, José L. ***El eje Irún-Aveiro****. Geografía de um eje dedesarollo*. Salamanca: Caja Duero, 1998.

SCHUMPETER, J**. Teoria do desenvolvimento econômico**. — São Paulo: Abril Cultural, 1982.

WRIGHT, J. T. C.; GIOVINAZZO, R. A. DELPHI – **Uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo.** Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 1, n. 12, p. 54- 65, 2000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

AS TECNOLOGIAS MÓVEIS NO CURSO DE MARKETING: POTENCIALIDADES E DESAFIOS AOS PROCESSOS DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM

José Vorlei Guimarães Martins (Unilins) vorlei@fpte.br. * Adriana de Lima Terçariol (Unoeste) adrianalima@unoeste.br

Resumo

A mobilidade digital surgiu como uma verdadeira revolução tecnológica. Há muito tempo que seu uso não se restringe apenas aos momentos de lazer dos jovens, invadindo o ambiente de trabalho e as escolas. Os estudantes vivem num mundo totalmente conectado e querem as melhores ferramentas para aprender. As escolas buscam modernizar as salas de aulas. Diante desse cenário, há a preocupação dos educadores com os nativos digitais que não se separam de seus dispositivos móveis. Este artigo apresenta experiências práticas do uso da mobilidade digital no Ensino Superior como ferramenta para um ambiente favorável no processo de ensino e de aprendizagem. Por meio de uma pesquisa-ação com estudantes do curso de Marketing de uma instituição da cidade de Lins, os dados foram coletados a partir da técnica de observação e pesquisa documental. Os resultados alcançados demonstraram que os dispositivos móveis podem ser bem empregados nos contextos educacionais quando aliados a projetos de trabalho que sejam significativos para os estudantes, sendo assim podem incentivar o desenvolvimento de experiências inovadoras e estimular professores a reavaliarem suas práticas pedagógicas.

Palavras-chave: Mobilidade. Dispositivos Móveis. Ensino e Aprendizagem. Práticas Pedagógicas.

Abstract

The digital mobility has emerged as a real technological revolution. Long ago its use is not restricted to the leisure time of young people, invading the workplace and schools. Students live in a totally connected world and want the best tools to learn. Schools seek to modernize classrooms. Given this scenario, there is the concern of educators with digital natives who do not separate from their mobile devices. This article presents practical experiences of using digital mobility in universities as a tool for a friendly environment in the teaching process and learning. This paper analyzes marketing students from an institution located in Lins - São Paulo. Data were collected from the observation technique and documentary research. The results show that mobile devices can be well used in educational contexts when combined with work projects that are significant to students, so they can stimulate the development of innovative experiences and inspire teachers to rethink about their teaching practices.

Keywords: Mobility. Mobile Devices. Teaching and Learning. Pedagogical Practices.

INTRODUÇÃO

Cresce cada vez mais a discussão em torno do uso de tecnologias móveis que, embora tenham sido concebidas para uso recreativo, se apresentam como ferramentas de ensino dentro da sala de aula nas atividades acadêmicas entre estudantes e professores.

Apesar da grande variedade de dispositivos móveis, este artigo pretende evidenciar, em especial, os celulares, cujas características técnicas permitem a execução de diversas atividades pela internet. Espera-se com isso, mostrar que o uso desses dispositivos pode beneficiar o aprendizado discente e colaborar com o desenvolvimento de práticas educativas mais diversificadas por parte dos docentes, ampliando os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

espaços de realização do processo de ensino e aprendizagem, extrapolando as paredes da sala de aula. Desse modo, neste estudo apresentaremos e analisaremos alguns resultados obtidos por meio de projetos de trabalho desenvolvidos no curso de Marketing de uma universidade privada de Lins/SP. Esperamos com isso, contribuir para a implantação dos dispositivos móveis no contexto da Educação Superior.

DESENVOLVIMENTO

DISPOSITIVOS MÓVEIS – O CENÁRIO ATUAL

Nos últimos cinco anos surgiram no Brasil iniciativas propondo a viabilização e ampliação do uso pedagógico dos dispositivos móveis (MELO; CARVALHO, 2014, p. 2). Como exemplo de uma dessas iniciativas, podemos mencionar o desenvolvimento de aplicativos educacionais livres que se configuram como pequenos módulos, ferramentas e serviços com poucas funcionalidades e requisitos de *hardware*. Tais aplicativos são considerados livres por dispor das quatro liberdades básicas: 1) executar o programa; 2) estudá-lo; 3) redistribuí-lo por meio de cópias; 4) aperfeiçoá-lo e liberar seus aperfeiçoamentos para que toda a comunidade se beneficie deles.

Da mesma forma, vem crescendo o número de pesquisas acerca do uso desses dispositivos móveis em sala de aula e a discussão envolve autoridades, educadores, escolas, pais e estudante. Os que defendem sua utilização justificam que essas tecnologias podem contribuir com o estudante em pesquisas e atividades diversas, uma vez que ampliam os espaços de aprendizado, oportunizando que essas ocorram em qualquer lugar e a qualquer tempo, contribuindo para que haja maior participação dos discentes nas atividades de classe.

Pesquisa realizada pela *Forrester Inc.*[7], publicada no Relatório Mobilidade, Inteligência de Mercado, da Brasscom, 83% dos brasileiros entre 16 a 75 anos de idade mantém um perfil em alguma rede social e, 72% são usuários ativos de suas contas. Outro dado importante é que o Brasil registra uma das maiores taxas de uso de dispositivos móveis, com 95% de sua população metropolitana. Destes, 40% possuem smartphones.

Outra pesquisa, publicada no mesmo Relatório Mobilidade, Inteligência de Mercado da *Millward Brown* (estudo *AdReaction)*, o tempo gasto em dispositivos móveis no Brasil e nos EUA superou o da televisão. O brasileiro fica em torno de 149 minutos por dia em seus *smartphones*, ante os 113 minutos a frente da televisão.

No mesmo relatório, pesquisa da Consultoria PWC (*PricewaterhouseCoopers)* aponta o brasileiro como o mais conectado do mundo no acesso a redes sociais como o *Facebook* (95% dos brasileiros conectam ao menos uma vez por semana), e em redes

[7] Disponível em: http://www.brasilitplus.com/brasilit/upload/download/1416333251mobilidade.pdf. Acesso em: 22 abr. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

profissionais como o *Linkedin* (77%, uma vez por semana), contra 40% nos EUA. No Brasil, o uso de aplicativos e serviços móveis se expandiu por todas as classes sociais e faixas etárias, bem mais que na China, Reino Unido e EUA.

Segundo um estudo divulgado em 16 de abril de 2015, em São Paulo, pela Fundação Getúlio Vargas[8], o Brasil conta com 306 milhões de dispositivos conectados à internet, sendo que a maioria (154 milhões) é de telefones inteligentes.

> Todos estamos experimentando que a sociedade está mudando nas suas formas de organizar-se, de produzir bens, de comercializá-los, de divertir-se, de ensinar e de aprender. Muitas formas de ensinar hoje não se justificam mais. Perdemos tempo demais, aprendemos muito pouco, desmotivamo-nos continuamente. Tanto professores como alunos temos a clara sensação de que muitas aulas convencionais estão ultrapassadas. (MORAN, 2000, p. 11)

Considerando essa realidade, o contexto do ensino superior não pode ficar alheio a essas demandas, uma vez que, conforme mencionado, anteriormente, os jovens da Geração Y[9], encontram-se imersos em uma sociedade tecnológica que evolui a cada dia.

De acordo com Valenzuela (2014, p. 16), é preciso compreender que a tecnologia existe e os estudantes já se relacionam com ela em todos os âmbitos da sua vida. "Não é a falta de recursos que impede a inovação e sim questões de resistência à mudança e de assumir que os fundamentos que permaneceram intocáveis por gerações agora não valem mais". Diante dessa constatação e dos dados que evidenciam o crescente avanço em relação ao acesso da maioria das pessoas às tecnologias móveis, especialmente, *smartphones* e *tablets,* torna-se necessário reconhecer a relevância da realização de estudos que foquem tais dispositivos, principalmente, aqueles que desmembram análises em relação à sua inserção no âmbito educacional.

Sendo assim, o principal objetivo deste estudo foi desenvolver e analisar novas práticas pedagógicas, a partir da utilização dos dispositivos móveis em sala de aula, de modo que docentes e discentes pudessem rever seus papéis, tornando o processo de ensino e de aprendizagem mais contextualizado, significativo e coerente com as exigências do mundo contemporâneo.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada em uma instituição de ensino superior (IES), pertencente à rede privada da cidade de Lins-SP. Oferece dezesseis cursos distribuídos nos períodos

[8] Disponível em: http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/numero-de-telefones-inteligentes-supera-o-de-computadores.
Acesso em: 16/6/2015.

[9] Geração Y: pessoas que nasceram após os anos 80, também conhecidas por geração do milênio ou geração da Internet.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

integral e noturno. Trata-se de um centro universitário, cujas atividades na área educacional tiveram início há cinquenta anos. A IES É mantida por uma fundação privada, sem fins lucrativos, certificada junto ao Conselho Nacional de Assistência Social como instituição filantrópica.

Nesse contexto, a investigação foi desenvolvida com uma turma do curso de Marketing, composta por 34 estudantes, cuja participação deu-se de forma voluntária. O trabalho investigativo com esse grupo de estudantes ocorreu, especificamente, no âmbito da disciplina "Comunicação", ofertada no segundo termo do curso.

Nesse contexto, adotamos o desenvolvimento de projetos de trabalho como metodologia para articular recursos tecnológicos móveis à prática pedagógica. Os projetos de trabalho desenvolvidos nesse contexto foram negociados com os estudantes, de modo que as atividades a realizadas tivessem significado a todos os sujeitos envolvidos no processo. Esperávamos que assim, fosse criado um ambiente de aprendizagem fundamentado em uma abordagem construcionista. Segundo Valente (2002), tal abordagem favorece a construção de produtos palpáveis (como, por exemplo: planilhas, apresentações, textos em diferentes formatos, sites, blogs, documentários, entre outros produtos), por meio de recursos tecnológicos.

A observação participante foi usada como instrumento para coleta de dados ao longo do desenvolvimento das atividades propostas no âmbito dos projetos de trabalho, planejados, colaborativamente, entre estudantes e o professor/pesquisador. Tudo foi registrado por meio de filmagens, fotografias e diários de campo.

Na análise dos resultados aqui apresentados de forma parcial, foram considerados os dados provenientes das observações. A seguir, apresentamos os resultados prévios alcançados e uma breve discussão dos mesmos, a partir da experiência realizada.

RESULTADOS

Após dividirmos a classe em cinco grupos de trabalho, com cerca de 7 estudantes em cada um, criamos três canais de discussão *online* sendo, o primeiro no *WhatsApp*, o segundo para disparos de SMS, e o terceiro de *e-mails* para facilitar o contato com todos os participantes.

Definimos como tema geral do projeto o assunto "Signos", atividade de grande importância aos futuros profissionais de marketing, uma vez que o estudo dessa temática colabora na produção de sentido nos processos comunicacionais com o mercado e análise da semântica de campanhas. No decorrer do projeto, os contatos foram mais centralizados pelo *WhatsApp*, o que facilitou o tira-dúvidas e o envio de lembretes para que os estudantes cumprissem o cronograma definido.

O encaminhamento dos projetos com o grupo de estudantes indicados como sujeitos deste estudo, deu-se com a negociação e escolha dos temas abordados. Uma vez selecionado o tema (ou temas) a ser desenvolvido com os estudantes, o professor/pesquisador estimulou os estudantes a planejarem, de forma colaborativa, os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

próximos passos, seguindo os questionamentos indicados a seguir (TERÇARIOL, 2003):

- **Por quê?** Por que estaremos tratando desse tema? Quais serão nossos objetivos?

- **Como?** Como realizaremos esse projeto? Como operacionalizaremos? Como apresentaremos o projeto?

- **Quando?** Quando realizaremos as etapas planejadas?

- **Quem?** Quem realizará cada uma das atividades? Quem se responsabilizará pelo quê?

- **Que recurso?** Quais recursos (materiais e humanos) serão utilizados para a realização do projeto?

É importante considerar que os questionamentos aqui apresentados foram utilizados apenas para nortear o planejamento das atividades desencadeadas pelos estudantes ao longo do projeto de trabalho. Todos foram conscientizados que, havendo necessidade de ajustes, esses poderão ser feitos ao longo do processo. No decorrer desse percurso, o professor/pesquisador esteve atento, observando todas as manifestações, avanços e dificuldades dos estudantes, especialmente, quanto ao uso dos dispositivos móveis, de forma articulada às ações realizadas em cada um dos passos propostos.

Os cinco grupos de trabalho atenderam o cronograma e encaminharam o plano de trabalho contemplando cada um desses passos propostos.

A partir desse plano, as ações foram encaminhadas pelos grupos. O primeiro grupo criou um vídeo utilizando o editor *Wondershare*[10], com imagens e sons, e aplicação da técnica *Stop Motion*. As fotografias foram tiradas pelos integrantes do grupo com o celular, e o produto dessa ação será postado no *Youtube,* a maior plataforma de vídeos do mundo.

O segundo grupo adotou o *Whatsapp* como canal de desenvolvimento para um jogo em sala de aula, semelhante ao "Jogo do Milhão", veiculado pelo canal de TV SBT. A classe foi dividida em grupos e cada um deveria responder pelo celular, perguntas formuladas pelo professor. Cada um dos grupos teve apenas um contato de celular a receber a tarefa e, na oportunidade, compartilhar com os demais colegas do próprio grupo. Foram estabelecidas regras definindo tempo de resposta de 3 minutos, uso correto do português como vocabulário oficial, sem a prática do "internetês", além da proibição de respostas com o tradicional "copiar e colar". Eles poderiam repassar a pergunta a outro grupo caso não conseguissem responder. Em um determinado momento do jogo cada grupo escolhia outro para fazer pergunta. A cada resposta o professor mediador cronometrava o tempo de retorno e, no final, venceu o grupo que mais acertou em menor tempo. A atividade fomentou a participação efetiva dos estudantes.

[10] Wondershare: aplicativo para criação e edição de trabalhos audiovisuais, com recursos básicos (cortes, ajustes de áudio, close-up e Picture in Picture e ferramentas profissionais, como distorção de áreas da tela e separação de áudio.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O terceiro grupo desenvolveu um fórum no *Google Classroom* para o compartilhamento de matéria entre estudantes e professores, no qual os estudantes enviaram dúvidas e perguntas a respeito da matéria. O papel do professor foi de acompanhar e responder os questionamentos postados, por meio de vídeos.

O quarto grupo criou um leitor de arquivos digitais com acesso a uma plataforma de ensino aplicada à sala de aula, com o intuito de ensinar, por meio de dispositivos móveis. Tal recurso permite o armazenamento de arquivos digitais como livros, apostilas e vídeos.

O quinto grupo desenvolveu um aplicativo para criação de palavras-cruzadas que, além de entreter os usuários, poderá ser usado pelo professor em avaliações da própria disciplina.

DISCUSSÃO

Os estudos analisados e as experiências vividas na área até o presente momento demonstraram que a efetiva inserção dos dispositivos móveis em sala de aula está mais próxima do que se pensa. Considerando-se que nos últimos anos, além do espantoso crescimento de pesquisas acerca do assunto, o debate se intensificou nas esferas pública e privada, bem como a nível federal e estadual. Essas são evidências da importância de se considerar a implementação dos dispositivos móveis no contexto escolar, especificamente, como ferramenta a ser usada em sala de aula.

Aplicativos, como os jogos eletrônicos, *Google Classroom*, dentre tantos outros, estão sendo testados, nos diversos níveis de ensino, com propósitos semelhantes, destacando, principalmente, a questão motivacional dos estudantes para que participem do estudo dos conteúdos, antes mesmo da aula em si. Outro aspecto importante é que, independentemente, da situação socioeconômica dos estudantes, eles vivem conectados.

Uma educação de qualidade jamais dependerá única e exclusivamente dos dispositivos móveis. O protagonista nesse processo ainda é o professor e a educação só evoluirá à medida que as tecnologias existentes forem integradas à prática docente. Moran (2013) enfatiza que, com eles os espaços das salas de aula são dimensionados e tornam-se espaços de pesquisa, de desenvolvimento de projetos, de intercomunicação on-line, de publicação, harmonizando o melhor do presencial e do virtual, no mesmo espaço e ao mesmo tempo.

Esta investigação que contou com a participação efetiva dos estudantes corrobora com o descrito acima, quando produziu não só o conhecimento sobre os problemas e ações, mas, despertou neles o desejo de contribuírem na prática para o processo de ensino e de aprendizagem.

Dessa forma, mais do que buscar meios de utilização dos dispositivos móveis em sala de aula, o principal ponto alcançado neste estudo foi tornar os estudantes coautores do planejamento de suas aulas. Seus projetos, ainda que não sejam inéditos, serviram

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de referencial para a execução de atividades que, até então, eram de iniciativas propostas apenas pelos professores.

Nesta perspectiva, Almeida (2005) alerta para que os educadores conheçam as potencialidades, características e as limitações das tecnologias e mídias para não desperdiçarem as oportunidades.

Enfim, diante das experiências vivenciadas em sala de aula ficou visível a relação entre as metodologias, os níveis de atenção e participação de estudantes e professor, apontando que a motivação individual, a partir da valorização das competências pode ser um aspecto essencial para o início da mudança que poderá gerar práticas inovadoras. A introdução dos dispositivos móveis no contexto educacional só será efetiva se apresentar uma mudança substancial nas práticas escolares, mostrando-se eficaz para a criação de novos procedimentos pedagógicos.

CONCLUSÃO

A experiência realizada com o desenvolvimento de projetos em sala de aula, articulando dispositivos móveis às ações desencadeadas pelos grupos de estudantes, levou-nos a reconhecer a necessidade de revisitarmos o projeto pedagógico do curso.

Na visão de Behrens (2006, p. 23), o atual currículo das escolas fragmentou as disciplinas em pequenos conteúdos e esse modelo precisa ser revisto para que se construa uma proposta integradora para aprender.

Para Moran (2013), é momento de repensarmos o projeto pedagógico afim de que sejam introduzidas novas metodologias conciliadas às tecnologias. E que estas sejam contempladas no projeto pedagógico e integrem a proposta do curso.

Porém, para que essas tecnologias entrem em sala de aula, é prioritário o desenvolvimento de um projeto pedagógico que contemple a preparação docente e concilie a interação com o discente.

Está em curso uma grande revolução na educação. Os dispositivos móveis, além de portáteis, permitem absorver, produzir e compartilhar conteúdos como textos, fotos e vídeos, possibilitando ainda mais interatividade e acesso à internet. Com esse avanço tecnológico aliado às novas posturas e metodologias adotadas pelo professor é possível viabilizar mudanças significativas nos contextos educacionais.

REFERÊNCIAS

ALARCÃO, Isabel. Professores reflexivos em uma escola reflexiva – 4ª ed. São Paulo. Cortez, 2005. ALMEIDA, M. E. B. "Prática e formação de professores na integração de mídias. Prática pedagógica e formação de professores com projetos: articulação entre conhecimentos, tecnologias e mídias", In: Integração das Tecnologias na Educação/Secretaria de Educação a Distância. Brasília: Ministério da Educação, Seed, 2005.

BEHRENS, M. A. Paradigma da complexidade: metodologia de projetos, contratos didáticos e portfólios. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

GRINSPUN, Mirian P. S. Zippin. Educação Tecnológica: desafios e perspectivas. São Paulo: Cortez, 2001, 2 ed.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MORAN, J. Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica. Papirus, 21ª ed. 2013, p. 30-35.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO E OS SEUS DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

Nattácia Rocha Duarte Ruani (Senac / Fapepe); nattduarte@yahoo.com.br; *
Andressa Mazzaro Vilela (Fapepe); andressa_mv93@hotmail.com
Hugo Felipe Cremonezi de Oliveira (Fapepe); hugo-timao2010@hotmail.com

Resumo
A Qualidade de Vida no Trabalho é um tema que caracteriza diversas dificuldades em sua aplicação nas empresas, pois devem ser levados em consideração as necessidades e desejos dos colaboradores e também a disponibilidade e viabilidade da empresa para o atendimento das expectativas dos funcionários. Conquistar a QVT é mais um desafio que os gestores enfrentam diariamente no ambiente empresarial e o profissional deve estar preparado para lidar com esses desafios. Assim, a propõe como problemática deste artigo: Em que medida a promoção da QVT pode contribuir para um melhor desempenho organizacional? Nesta linha de análise, o objetivo geral desse trabalho é expor como desenvolve-se a Qualidade de Vida do Trabalho expondo o modelo de Richard Walton. A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho foi a pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Qualidade de Vida, Trabalho, Colaborador, Organização, Resultados.

Abstract
The Quality of Working Life is a theme featuring various difficulties in their application companies, since they must be taken into consideration the needs and wishes of employees and also the company's viability and availability to meet the expectations of employees. Conquer QVT is another challenge that managers face every day in the business environment and the professional must be prepared to deal with these challenges. Thus, proposes as problematic this article: To what extent the promotion of QWL can contribute to better organizational performance? In this line of analysis, the overall objective of this work is to expose how develops the Quality of Work Life exposing the Richard Walton model. The methodology used to develop this work was the literature.

Keywords: Quality of Life, Work, Employee, Organization, Results.

INTRODUÇÃO

Com a globalização e o grande avanço tecnológico, o ambiente organizacional se tornou altamente competitivo e acirrado em busca de resultados. Algumas empresas desenvolvem em seu ambiente de trabalho, estratégias para proporcionar Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) atendendo as exigências, necessidades e até mesmos desejos de seus colaboradores, devido à importância de atrair e manter resultados satisfatórios na organização. Porém, algumas organizações não investem em seu capital intelectual, que continuam sem Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), em razão da pressão organizacional para obter competitividade e resultados.

Ressalta-se que a Qualidade de Vida no Trabalho proporciona em seu ambiente organizacional a atração e desenvolvimento de bons colaboradores e também favorece o desenvolvimento do ser humano seja nos aspectos social, mental e emocionalmente, pois auxilia na integração dos colaboradores uns com os outros, com os superiores e com o próprio ambiente de trabalho, além da motivação que melhora a disposição e a participação dos colaboradores, o que refletirá, também, em todos os outros aspectos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que formam a vida das pessoas, como a vida social do colaborador fora da empresa, em seus relacionamentos com familiares e amigos e em seus momentos de lazer.

A Qualidade de Vida no Trabalho é um tema que caracteriza diversas dificuldades em sua aplicação nas empresas, pois devem ser levados em consideração as necessidades e desejos dos colaboradores e também a disponibilidade e viabilidade da empresa para o atendimento das expectativas dos funcionários. Conquistar a QVT é mais um desafio que os gestores enfrentam diariamente no ambiente empresarial e o profissional deve estar preparado para lidar com esses desafios, visto que "a QVT assimila duas posições antagônicas: de um lado, a reivindicação dos empregados quanto ao bem-estar e a satisfação no trabalho; e, de outro, o interesse das organizações quanto aos seus efeitos potenciadores sobre a produtividade e qualidade." (CHIAVENATO, 2004 p. 448). Portanto, o profissional deve buscar alternativas que possam proporcionar o bem-estar de cada indivíduo para que, satisfeitos, proporcionem melhores resultados para a empresa. Compreende que o desenvolvimento da qualidade de vida no trabalho influencia diretamente o desempenho dos colaboradores e das organizações. Dessa maneira, apresenta- se a problemática deste artigo:

- Em que medida a promoção da QVT pode contribuir para um melhor desempenho organizacional?

Nesta linha de análise, o objetivo geral desse artigo é expor como desenvolve-se a Qualidade de Vida do Trabalho expondo o modelo de Richard Walton. Os objetivos específicos assim apresentam-se:

- Conceituar Qualidade de Vida no Trabalho.
- Apresentar o resgate histórico sobre o tema.
- Apresentar como a Qualidade de Vida no Trabalho se reproduz no ambiente organizacional.

CONCEITOS

Para compreender a Qualidade de Vida no Trabalho, primeiramente se faz necessário entender os conceitos da qualidade em geral, do ambiente interno organizacional, e do trabalho, que são fatores que cercam diretamente a QVT. Para tanto, foram selecionados alguns autores que pontuam estes conceitos.

Para Slack, Chambers e Johnston (2002) qualidade significa fazer certo as coisas. Portanto, entende-se que a qualidade é o que se faz corretamente, buscando a perfeição, de forma a atingir, positivamente, a vida das organizações e dos indivíduos.

Para Sobral e Peci (2007) o ambiente interno é composto pelos elementos internos da organização, tais como trabalhadores, colaboradores, administradores, cultura organizacional, tecnologia, estrutura organizacional, instalações físicas, entre outros. Como o próprio nome diz ambiente interno organizacional é tudo o que se encontra dentro da organização, tanto pessoal quanto material, ou seja, são os elementos que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

constituem a organização como um todo, desde os diretores e colaboradores até as máquinas e utensílios, abrangendo também a cultura organizacional e o trabalho realizado pelos indivíduos.

Para Bom Sucesso (2002, p. 25) "O trabalho é a forma como o homem, interage e transforma o meio ambiente, assegurando a sobrevivência, e estabelece relações interpessoais, que teoricamente serviriam para reforçar sua identidade e o senso de contribuição. " Nesta linha de análise, o trabalho é toda ação realizada voltada para desenvolver e aperfeiçoar habilidades, obter conhecimentos, realização profissional, riquezas materiais, desenvolvimento econômico, entre outros a fim de satisfazer algumas necessidades, entre as quais podem ser citadas a autoestima, a satisfação pessoal, a concretização de sonhos e o alcance de metas e objetivos de vida.

Definidos os conceitos dos principais fatores que cercam a QVT nas organizações, pode-se dizer que, para que haja Qualidade de Vida no Trabalho, é necessário que todos os fatores que influenciam nas organizações, tenham um efeito positivo na empresa, pois a QVT é resultado do desenvolvimento desses fatores.

Para Davis (1970, apud CHIAVENATO, 2004, p. 448), o "conceito de QVT refere-se à preocupação com o bem-estar geral e a saúde dos trabalhadores no desempenho de suas tarefas." Sendo assim, o que mais se preza na entidade é o ambiente de trabalho, visto que, um ambiente de trabalho adequado e agradável é um fator importante para proporcionar bem- estar aos colaboradores no desenvolvimento de suas funções, resultando em melhor qualidade de vida para os colaboradores e maior qualidade e produtividade, o que é muito importante para a organização obter competitividade.

Para Hackman e Suttle (apud Quirino e Xavier, 1987) a QVT refere-se à satisfação das necessidades das pessoas. Ela afeta a criatividade, a vontade de inovar ou aceitar as mudanças no ambiente de trabalho e o grau de motivação interna para o trabalho que são fatores importantes para a produtividade do indivíduo.

De acordo com Fernandes (1996, apud França, 2010, p. 169) "a expressão Qualidade de Vida no Trabalho está associada à melhoria das condições físicas, programas de lazer, estilo de vida, instalações, atendimento a reivindicações dos trabalhadores, ampliação do conjunto de benefícios." Portanto, a Qualidade de Vida no Trabalho auxilia no desenvolvimento humano dentro e fora das organizações, pois ela acrescenta melhorias para o indivíduo e faz com que os colaboradores tendem a inovações tanto na sua vida profissional quanto na sua vida social fora das organizações.

RESGATE HISTÓRICO

A evolução da Sociedade vem desde os primórdios da pré-história, mais precisamente em 4000 a.C. quando aconteceu a revolução urbana, no qual se deixou para trás a revolução agrícola e desde então foi evoluindo com as revoluções séculos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

por séculos, assim diz Maximiano (2010).

Da mesma forma, o Termo Qualidade de Vida no trabalho foi discutido antes mesmo de ser devidamente reconhecido pelos gestores das empresas como algo de importância nas organizações, ou seja, desde os tempos dos primórdios da existência dos homens, já existia a utilização de qualidade de vida no trabalho, tendo sempre em vista o objetivo de melhorar o processo do trabalho a fim de facilitar a vida do trabalhador. Sendo assim, de acordo com Rodrigues (1999, p.76):

> Não podemos desprezar, por exemplo, os ensinamentos de Euclides de Alexandria sobre princípios de geometria, a 300 anos a.C., e que foram aplicados para melhorar o método de trabalho dos agricultores à margem do Nilo, ou a "Lei das Alavancas", de Arquimedes, que, em 287 anos a.C., veio diminuir o esforço físico de muitos trabalhadores.

Segundo Bergamini (1997), foi com a Revolução Industrial que mudou o pensamento ao que se refere um impulso de produtividade do colaborador na organização, pois antes da Revolução indústria a melhor maneira de motivar era através das punições. Desta maneira, o que antes era entendido como a melhor maneira de produzir ficou descartado, e foi adotado um novo caráter para incentivar os colaboradores e fazer com eles produzissem mais.

Ainda de acordo com o mesmo autor, na Administração Cientifica de Taylor, no qual era utilizado o método de controle nos subordinados, o pensamento era que isso fazia com que os colaboradores tivessem o melhor desempenho possível nas organizações, porém este caráter começou a ser substituído pela tese de que a remuneração através de salário faz com que incentivasse e motivasse todos os colaboradores das organizações e que dessa forma as empresas teriam um resultado satisfatório. Portanto acreditava- se que com o método de remuneração salarial, a maioria dos colaboradores admitidos nas empresas teria como principal motivo do emprego justamente o salário, e com isso não interessava qual o trabalho a executar.

Com isso, foi a partir de 1.950, que realmente foi reconhecimento o termo Qualidade de Vida no Trabalho, no qual a alta administração das empresas começou a se importar mais com o bem-estar de seus colaboradores a fim de melhorar os resultados da organização, porém ainda havia muitas melhorias a fazer para que realmente o bem-estar dos colaboradores das empresas pudessem atingir seus objetivos que é gerar bons resultados.

Somente na década de 1960 houve uma conscientização da importância de se buscar melhores formas de organizar o trabalho e, assim, diminuir os efeitos negativos do trabalho tanto na vida social quanto na vida profissional dos colaboradores. Foi na década de 1970 que o termo Qualidade de Vida no Trabalho foi cunhado por Louis Davis, quando o mesmo desenvolvia um projeto sobre o desenho de cargos (CHIAVENATO, 2004).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Atualmente tem empresas que são focadas em satisfazer primeiramente seus colaboradores e sendo assim incluíram no seu cronograma de tarefas e funções um período de lazer e distração para eles, pois é notável que com menos conflitos e um bom clima organizacional, o rendimento das tarefas e funções dos colaboradores tenham resultados positivos nas organizações.

Para que tenha um bom aprimoramento dos processos organizacionais, é feito exigências em relação à reavaliação de funções e desenvolvimento dos colaboradores para que estes possam se envolver cada vez mais intensamente nas decisões da empresa. Assim, também através da reengenharia, os colaboradores passam por treinamentos para aprender novas habilidades, pois em tempos de mudanças rápidas e profundas no mercado, os colaboradores são a principal força de execução das mudanças como também devem participar cada vez mais no planejamento da empresa (ROBBINS, 2006).

Pode-se observar que a visão dos gestores das empresas em relação aos seus colaboradores, obteve grande evolução desde o início do século passado até a atualidade. Com isso, atualmente os colaboradores são de alta importância para a empresa e para os gestores, pois um trabalhador motivado e em um bom ambiente de trabalho, possibilita em vários resultados positivos para a organização, por isso os colaboradores das empresas tendem a ser a principal força de mudança nas organizações.

Contudo, a Qualidade de Vida no Trabalho está cada vez mais influente nas organizações. Atualmente, a QVT é vista como base de sucesso das empresas, visto que colaboradores motivados produzem mais, e com isso a influência da Qualidade de Vida dentro e fora das organizações é tratada com mais ênfase pelos gestores das organizações.

O DESENVOLVIMENTO DA QVT

São vários os fatores que influenciam a Qualidade de vida no trabalho, fazendo com que as organizações e indivíduos participantes desse desenvolvimento tenham resultados satisfatórios para os objetivos organizacionais da empresa.

Sendo assim, destacam-se três fatores que caracterizam uma boa QVT, são eles: o clima organizacional, o ambiente de trabalho e o comportamento organizacional, que segundo Robbins (2006, p.6) o comportamento organizacional "investiga o impacto que indivíduos, grupos e estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações." Estes fatores se forem bem desenvolvidos e implantados, a organização oferecerá uma boa Qualidade de Vida para seus gestores e colaboradores, bem como a melhoria da eficácia organizacional.

Segundo França (2010), o trabalho é necessário, pois valoriza o homem, pois sentem a necessidade de se sentirem úteis nas empresas em que trabalham, porém deve-se

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

manter um equilíbrio entre a vida pessoal e profissional das pessoas. Desta forma, cumpre observar que o trabalho em excesso é ruim para o colaborador, assim como é ruim para a empresa. Da mesma forma que a falta de uma boa vida social de lazer e família, também não é algo positivo para ambos os lados.

Com isso, pode-se dizer que deve haver um equilíbrio entre a vida social e a vida profissional de cada pessoa, caso contrário, poderá haver impactos ruins nos relacionamentos com outros indivíduos, assim como pode influenciar negativamente nos resultados da empresa, visto que desta forma não terá uma qualidade de vida dentro e fora da organização. Um aspecto a ser observado também é a coincidência dos valores da organização com os seus colaboradores, assim como diz Robbins:

> [...] os executivos devem se preocupar, durante a seleção de candidatos, em encontrar os indivíduos que tenham não apenas as habilidades, experiências e motivação requeridas pelo emprego, mas que também tenham um sistema de valores compatível com o da organização. [...] (ROBBINS, 2006, p. 71

Sendo assim, os valores de cada colaborador a ser contratado pela empresa devem ser analisados como um aspecto de extrema importância assim como suas habilidades, experiências e motivação para o trabalho; pois se os valores dos candidatos não forem compatíveis com os valores da organização, influentemente este colaborador terá dificuldades para obter Qualidade de Vida no trabalho, e automaticamente não terá uma cultura organizacional adequada e não terá um clima organizacional agradável.

Para obter um bom clima organizacional, se faz necessário uma integração eficaz entre pessoas e empresa, onde os colaboradores precisam conhecer a empresa, conhecer seus objetivos, sua cultura, seus métodos de trabalho, assim como os pontos fortes da empresa, por essa razão devem-se implantar os treinamentos aos colaboradores. De igual forma, mostrar os pontos positivos da empresa faz com que os colaboradores se sintam úteis na organização, e percebam que é uma peça de capital importância na empresa.

A liderança é um aspecto influente no clima e na cultura organizacional na empresa, se não houver uma liderança adequada na organização, os colaboradores não terão entusiasmo para atingir os objetivos da empresa, da mesma forma que terão que ter ordem superior para que executem suas funções, visto que a uma liderança correta, transmite motivação de forma positiva para os colaboradores, e desta forma, voluntariamente as tarefas serão executadas com eficiência cuja função de cada colaborador será atingir os objetivos organizacionais.

RECOMPENSAS AOS COLABORADORES

Os colaboradores, atualmente, são vistos como instrumentos importantíssimos para a obtenção de lucros e sucesso para as empresas, visto que são eles que, se motivados com qualidade de vida no trabalho, influenciam nos resultados da organização. Segundo Chiavenato (2004), as pessoas estão dispostas a se dedicar ao trabalho, às metas e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

objetivos da organização desde que isso lhe traga algum retorno significativo pelo seu esforço e dedicação.

Neste contexto, percebe-se que o investimento no capital humano tem por objetivo retornos para o alcance das metas organizacionais, e também, os colaboradores desempenham seu papel nas organizações visando qualidade de vida, ou seja, assim como os gestores trabalham em função dos resultados, os colaboradores trabalham para obter uma vida melhor. Sendo assim, a recompensa que cada colaborador recebe pelo seu trabalho é de suma importância para sua qualidade de vida, uma vez que, por intermédio desta, as pessoas percebem o seu real valor.

Para que os colaboradores se sintam bem no ambiente de trabalho, é necessária a aplicação de recompensas, da mesma forma que se cria um clima organizacional, visando maior produtividade de retorno dos colaboradores, assim como a obtenção de resultados agradáveis para a empresa, ou seja, tem que haver contribuição dos dois lados, tanto do empregado como do empregador, assim se faz necessário necessário manter o equilíbrio dentro das organizações, onde empregado e empregador estejam satisfeitos, para isso, exige-se boas remunerações, mas de maneira que não torne os custos da empresa demasiados altos.

Sendo assim, para que as empresas e os gestores das organizações esperam dos colaboradores uma boa produção com resultados positivos à empresa, os colaboradores também esperam que os gestores contribuam com a motivação e QVT, visando criar uma vida mais fácil para eles, porém os gestores têm que estar atentos para saber aplicar a melhor forma de remunerar, visto que são diversas formas de recompensar os trabalhadores, podendo ser financeiras e não financeiras.

As recompensas financeiras são muito importantes para o colaborador, pois estão relacionadas ao dinheiro e benefícios que estes recebem por seus serviços prestados por um período de tempo. Estas recompensas podem ser diretas ou indiretas, onde a primeira consiste no pagamento que cada empregado recebe em forma de salários, bônus, prêmios e comissões, e a segunda, representa o salário indireto decorrente de acordos de trabalho e do plano de benefícios e serviços sociais oferecidos pela organização, onde se inclui férias, gratificações, gorjetas, horas extras, 13º salário, adicionais (insalubridade, periculosidade, noturno, por tempo de serviço, entre outros), participação nos resultados, alimentação e transporte subsidiados, seguro de vida, entre outros.

Percebe-se que a recompensa financeira é de grande importância para o colaborador, porém, para que o mesmo sempre esteja motivado, se faz necessário a utilização de outras formas de incentivos aos colaboradores, no qual consiste em as recompensas não financeiras.

Em situação de crise econômica, muitas organizações estão sem recursos financeiros para recompensar seus colaboradores e, como consequência, os níveis de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

descontentamento e insatisfação aumentam, refletindo, muitas vezes, na queda dos resultados. Outro fator que restringe o uso de recursos financeiros para recompensar os colaboradores é a pressão para controlar os custos, porém, aumentando a produtividade dos colaboradores e melhorando a qualidade dos produtos. Sendo assim, as recompensas não financeiras auxiliam na satisfação dos colaboradores sem que haja custos financeiros. As recompensas não financeiras são representadas pelas oportunidades de desenvolvimento, reconhecimento e autoestima, segurança no emprego, QVT, orgulho da empresa e do trabalho, promoções, liberdade e autonomia no trabalho.

Assim diz Chiavenato (2011, p.61):

> Verificou-se que a eficiência depende não somente do método de trabalho e do incentivo salarial, mas também de um conjunto de condições de trabalho que garantam o bem-estar físico do trabalhador e diminuam a fadiga.

Desta forma, para a obtenção de Qualidade de Vida no Trabalho, é necessário um incentivo não financeiro, como por exemplo, a infraestrutura da empresa, os equipamentos utilizados, a iluminação, a tecnologia agregada ao trabalho, entre outros. Estes fatores influenciam no clima e o no ambiente organizacional das empresas, e com isso pode gerar ou não a QVT. Pode-se observar que para que os gestores das empresas tenham Qualidade de Vida no Trabalho, é preciso se atentar a vários fatores, visto que as organizações são compostas de capital humano, ou seja, são formadas por um sistema social e, para que este sistema funcione corretamente é necessário motivar os colaboradores através de recompensas financeiras, infraestrutura, materiais disponíveis, entre outros.

MODELO DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO SEGUNDO RICHARD WALTON

Quando a Qualidade de Vida no trabalho é baixa, ocorrem problemas como alienação, absenteísmo, rotatividade, falta de vontade, entre outros, por parte de colaborador, o que gera um declínio na produtividade do mesmo, podendo comprometer toda a organização. Por outro lado, quando há uma Qualidade de Vida no Trabalho elevada, os colaboradores, satisfeitos, exercem suas funções com entusiasmo, conduzindo a um clima agradável, onde há confiança e respeito entre toda a equipe.

Diversos são os fatores que determinam a QVT, e para que a mesma seja elevada, deve haver uma união entre esses fatores, onde as necessidades de ambas as partes, tanto individuais dos colaboradores como organizacionais, sejam atendidas. Sendo assim, alguns autores elaboraram modelos que avaliam a QVT, de forma a esclarecer os fatores que influenciam os colaboradores, auxiliando os gestores a promover a QVT em suas organizações. Para este estudo, foi selecionado o modelo de Richard Walton, onde o mesmo pontua métodos para auxiliar os gestores na promoção da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

qualidade de vida para os colaboradores de suas organizações.

Segundo Rodrigues (2003), com o objetivo de proporcionar uma fácil análise das características da QVT, Walton (1973) pontuou um conjunto de critérios, que devem ser operacionalizadas de acordo com o programa de QVT de cada organização, visando melhorias para os colaboradores nos aspectos de compensações, condições de trabalho, desenvolvimento das capacidades pessoais, oportunidades de crescimento profissional, integração social e cidadania na organização, equilíbrio entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer dos colaboradores, e a relevância social do trabalho. Ou seja, Walton desenvolveu uma proposta para auxiliar as organizações a proporcionar a QVT aos seus colaboradores, onde há oito categorias.

A compensação adequada e justa, a primeira das categorias, pode ser entendida como a compensação que o colaborador recebe em troca de seu trabalho. Do ponto de vista de Walton, este é um conceito relativo, não um simples consenso sobre os padrões objetivos e subjetivos para julgar a adequação da compensação. (WALTON, 1973, p. 12 apud RODRIGUES, 2003).

Seguindo esta linha de análise, não há critérios específicos de adequação da compensação, ou seja, essa adequação pode estar relacionada a vários fatores, como experiência, responsabilidade, habilidade, produtividade, insalubridade, capacidade de pagar da empresa, entre outros. Unindo esses fatores, chega-se a uma remuneração justa, dentro das condições da organização, mas que agrade o colaborador e que satisfaça as suas necessidades.

A segunda categoria trata das condições de segurança e saúde no trabalho, onde estão envolvidas várias dimensões, como jornada de trabalho, ambiente físico, insalubridade, entre outros, o que afeta diretamente a saúde e o bem-estar do colaborador. Para o melhoramento dessas condições, Walton pontua algumas sugestões:

> horários razoáveis reforçados por um período normal de trabalho padronizado; condições físicas de trabalho que reduzam ao mínimo o risco de doenças e danos; limite de idade imposto quando o trabalho é potencialmente destrutivo para o bem-estar das pessoas abaixo ou acima de uma certa idade. (WALTON, 1973, p. 13 apud RODRIGUES, 2003, p. 83).

Outro fator que afeta a QVT, aqui representando a terceira categoria de Walton, é a oportunidade imediata para a utilização e desenvolvimento da capacidade humana. Segundo Rodrigues (2003), Walton estabeleceu cinco requisitos para o atendimento deste item: a autonomia no trabalho, que é a liberdade que o colaborador tem de se programar e executar suas tarefas de acordo com suas necessidades; as múltiplas habilidades, onde o colaborador tem a possibilidade de utilizar amplamente suas habilidades e conhecimentos; as informações e perspectivas, ou seja, os colaboradores têm informações sobre suas ações e trabalhos realizados, permitindo que os mesmos possam avaliar as consequências dessas ações; as tarefas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

completas, pois a realização da tarefa como um todo, do início ao fim, ou, pelo menos, da maior parte dela é feita por um só colaborador; e o planejamento, que o próprio colaborador pode planejar a tarefa que irá desenvolver.

A oportunidade de crescimento contínuo e segurança no emprego referem-se à oportunidade de carreira, onde as organizações oferecem ascensão profissional, capacitação e crescimento pessoal, perspectiva de aumento salarial, segurança de emprego, entre outros.

Segundo Rodrigues (2003), a educação formal é essencial para que os colaboradores possam ocupar cargos mais elevados nas organizações, portanto, é necessário que as pessoas se qualifiquem em busca de melhores oportunidades profissionais. E ainda, neste item, propõe-se sugestões para a possibilidade de obter essas oportunidades como a aplicação respectiva, que faz com que o colaborador utilize seus conhecimentos e habilidades recém adquiridos em trabalhos futuros; o desenvolvimento, onde as atividades atuais podem contribuir para manter e expandir a capacidade futura; as oportunidades de progresso, que são oportunidades em termos organizacionais ou de carreiras reconhecidas por membros da família ou associados; e a segurança do emprego ou renda relacionada ao trabalho realizado pelo colaborador. Sendo assim, quando uma organização oferece oportunidades de crescimento profissional, o colaborador se sente motivado a aplicar seus conhecimentos e suas experiências na organização e desta forma, há um aumento da qualidade na execução de suas tarefas.

A quinta categoria trata da integração social na organização de trabalho, e essa se refere à harmonia em que vivem os colaboradores dentro da organização. Para auxiliar essa integração, são estabelecidos alguns critérios fundamentais para que haja, realmente, essa harmonia organizacional, assim como diz Chiavenato: A "eliminação de barreiras hierárquicas marcantes, apoio mútuo, fraqueza interpessoal e ausência de preconceito. " (CHIAVENATO, 2004, p. 451). Ou seja, deve-se haver respeito entre toda a equipe, eliminando qualquer sentimento que cause a discórdia entre a mesma, como preconceito sobre cor, raça, religião, sexo, estilo de vida, aparência física ou classe social. Proporcionando, assim, um senso de comunidade, onde todos possam se ajudar para que cheguem juntos ao mesmo objetivo, gerando assim, um bom nível de integração social na organização, com uns aceitando os outros como são e, desta forma, há uma significativa melhora no clima organizacional, que é um fator de grande importância para a obtenção da QVT.

Para que se tenha respeito uns com os outros, se faz necessário conhecer os direitos e deveres de cada um, e na sexta categoria está o constitucionalismo na organização de trabalho, onde são pontuadas as normas e regras que estabelecem esses direitos e deveres dos colaboradores. Do ponto de vista do autor, essas normas são essenciais para que haja a Qualidade de Vida no Trabalho. Segue os aspectos mais significativos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para ele: Direito à privacidade – respeito à individualidade dos colaboradores, sem que sejam expostas suas particularidades; Direito de posicionamento – liberdade de expressão dos colaboradores, onde eles podem manifestar suas ideias, opiniões e sugestões abertamente; Direito a tratamento justo – Igualdade em todos os assuntos como premiações, promoções, recompensas, segurança do emprego, entre outros.

Outro aspecto de grande importância para a obtenção da QVT é trabalho e o espaço total da vida, assunto que é tratado na sétima categoria, este se relaciona com o equilíbrio entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer de cada indivíduo. Para Walton a "experiência de trabalho de um indivíduo pode ter efeito negativo ou positivo sobre outras esferas de sua vida, tais como suas relações com sua família. " (WALTON, 1973, p. 16 apud RODRIGUES, 2003, p. 84). Portanto, o trabalho pode influenciar negativa ou positivamente a vida social do colaborador, ou seja, sua vida fora da organização, e quando o colaborador dedica seu tempo e energia extras ao trabalho, há uma tendência a existir deficiência em sua situação familiar, por isso, há a necessidade do equilíbrio entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer.

Por fim, na oitava e última categoria, destaca-se a relevância social da vida no trabalho. Segundo Walton, algumas organizações agem de forma irresponsável, refletindo nos colaboradores e fazendo com que "uns números crescentes de empregados depreciem o valor de seus trabalhos e carreiras, afetando, assim, a autoestima do trabalhador. " (WALTON, 1973, p. 16 apud RODRIGUES, 2003, p. 85).

Sendo assim, quando a organização não é socialmente responsável e afeta de forma negativa a autoestima do colaborador, todos os outros aspectos organizacionais serão atingidos também, o que refletirá na queda da qualidade e produtividade e consequentemente nos resultados organizacionais. Para prevenir que isso aconteça "a organização deve ter uma atuação e uma imagem perante a sociedade, responsabilidade social, responsabilidade pelos produtos e serviços oferecidos, práticas de emprego, regras bem definidas" (CHIAVENATO, 2004, p. 451), e assim, fazer com que o trabalho traga orgulho para o colaborador e este se sinta feliz em participar da organização, fazendo o possível para que o desempenho seja cada vez melhor.

METODOLOGIA

Cervo e Bervian (2000, p.50) postulam que "pesquisa científica é uma atividade voltada para a solução de problemas, através do emprego de processos científicos''. Assim, os instrumentos científicos e os procedimentos são de suma importância, pois é através destes que se buscam as soluções para os problemas levantados.

Para Cervo e Bervian (2000) apontam que há três tipos importantes de pesquisa: a bibliográfica, a descritiva e a experimental. Sendo que este trabalho será focado no princípio de pesquisa bibliográfica. Utiliza bibliografia já publicada, para assim, colocar em contato direto com o pesquisador o tema abordado.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

Contudo, pontua-se que atualmente a Qualidade de Vida no Trabalho sofreu grande evolução histórica, tanto em visão dos gestores das empresas, quanto nas necessidades de se obter uma vantagem competitiva das organizações, no qual é necessário um agradável ambiente de trabalho para atingir as metas e objetivos desejados. Desta forma, a área de Gestão de Pessoas nas organizações obteve grandes mudanças em seus métodos de aplicar motivação aos colaboradores com intuito de maior produtividade e consequentemente maior lucratividade à empresa.

Os gestores da alta administração das empresas enfrentam problemas com a implantação da QVT em suas organizações, e uma das principais barreiras a esse objetivo é a diversidade de fatores motivacionais para cada colaborador, isto é, o que motiva um colaborador, não necessariamente motivará outro.

Sendo assim, é necessário que os objetivos das organizações e dos colaboradores caminhem lado a lado, para que a satisfação de atingir as metas desejadas seja igualmente positiva de ambos os lados. Desta forma cria-se um ciclo positivo na organização, no qual o colaborador almeja crescer e alcançar seu objetivo em comum com a empresa que com isso aumentará seus resultados.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, C.W. **Motivação nas Organizações**. Atlas: São Paulo, 1997.

BOM SUCESSO, E. de P. **Relações Interpessoais e Qualidade de Vida no Trabalho**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral Da Administração**.8.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011

LIMOGI-FRANÇA, A.C. **Qualidade de Vida no Trabalho:** conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**. SÃO PAULO: Atlas, 2010.

PECI, A.; SOBRAL, F. **Administração: Teoria e Prática No Contexto Brasileiro**. São Paulo: Person,2007.

RODRIGUES, M.V.C. **Qualidade de Vida no Trabalho**: evolução e análise no nível gerencial.

Petrópolis: Vozes, 1999.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. ROSCHER, O.; KNAPIK, T.C. **Remuneração nas organizações**. Disponível em: http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/remuneracao-nas-organizacoes/51365/. Acesso em 10/09/2015.

SLACK, N.; CHAMBERS, S; Johnston, R. **Administração da Produção**. São Paulo: Atlas, 2002

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

QUIRINO, T. R. & XAVIER, O. S. **Qualidade de vida no trabalho de organizações de pesquisa**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: v. 22, n. 1, p. 71-82, jan/mar. 1987

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GESTÃO DE PESSOAS: UM ESTUDO SOBRE A VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NAS EMPRESAS CONTEMPORÂNEAS

Aléia Neielle Mafra de Souza (Fapepe) aleia.souza@unimedprudente.com.br
Nattácia Rocha Duarte Ruani (Senac / Fapepe); nattduarte@yahoo.com.br;

Resumo
Uma das mudanças ocorridas no contexto organizacional é a modificação de visão do valor do capital humano nas organizações, que passa a ser vista como parte integrante e fundamental da estrutura e do crescimento dos negócios. A Gestão de Pessoas nas empresas passa a ter um novo conceito diante das estratégias adotadas pelas organizações e assim passou por três eras, chamadas de Era Industrial Clássica, Era Industrial Neoclássica e a Era da Informação. Este artigo tem como objetivo geral expor o processo de valorização das pessoas diante das mudanças ocorridas no ambiente organizacional. A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho é a pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Gestão de Pessoas; Valorização; Evolução; Mudanças.

Abstract
One of the changes in the organizational context is the view of the value of human capital change in organizations, which is now seen as an integral and fundamental part of the structure and business growth. The People Management in the companies is replaced by a new concept on the strategies adopted by organizations and so has gone through three eras , Industrial Age Classical calls, Neoclassical Industrial Age and the Information Age . This article has as main objective to expose the process of valuing people in the face of changes in the organizational environment. The methodology used to develop this work is the literature.

Keywords: People Management; Recovery; Evolution; Changes.

INTRODUÇÃO

O contexto organizacional contemporâneo torna-se cada dia mais competitivo, devido à globalização, o forte impacto das mudanças e transformações organizacionais. Com isso, as organizações precisam adotar formas e mecanismos para manter seus colaboradores motivados e produtivos, pois o grande diferencial e principal vantagem competitiva da empresa provem das pessoas que trabalham nela. São as pessoas que concebem e fortalecem a imaginação, criatividade e a inovação no ambiente empresarial, fazendo com que as organizações se sobressaiam diante do ambiente instável, acirrado e competitivo.

Diante do cenário de mudanças que ocorrem com intensidade e volume maiores atualmente, se faz imprescindível visualizar o contexto externo das organizações e adequar o comportamento de cada organização, planejando-se para o futuro. No entanto, para que este comportamento e planejamento se concretize com resultados positivos, é fundamental gerir as pessoas de forma eficiente e eficaz, fazendo que cada indivíduo desempenhe seu papel, desenvolvendo suas habilidades e estabelecendo parcerias com a organização.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Uma das mudanças ocorridas no contexto organizacional é a modificação de visão do valor do capital humano nas organizações, que passa a ser vista como parte integrante e fundamental da estrutura e do crescimento dos negócios. Percebeu-se que a valorização do capital humano impacta no desempenho dos resultados da empresa, onde se faz surgir novas formas de gerir pessoas.

Segundo Marconi e Lakatos (1996, p.26), "a formulação do problema prende-se ao tema proposto: ela esclarece a dificuldade especifica com a qual se defronta e que se pretende resolver por intermédio de pesquisa". Dessa maneira, apresenta-se o questionamento deste artigo:

Qual o grau de importância do capital humano nas organizações contemporâneas?

Diante deste questionamento ressalta-se que a Gestão de Pessoas nas empresas passa a ter um novo conceito diante das estratégias adotadas pelas organizações, buscando uma atitude positiva, indo a campo no sentido de entender as necessidades do negócio e das pessoas, alinhando e ajustando os seus processos, propaganda e politicas nessa direção.

Para Marconi e Lakatos (1992, p.102), o objetivo geral "relacionar-se com o conteúdo intrínseco, quer dos fenômenos e eventos, quer das ideias estruturadas". Portanto, vincula-se diretamente a própria proposta desse artigo. Sendo assim este artigo tem como objetivo geral expor o processo de valorização das pessoas diante das mudanças ocorridas no ambiente organizacional.

Para o desenvolvimento do objetivo proposto, apresenta-se os objetivos específicos deste trabalho:

- Conceituar gestão de pessoas.
- Explicar o papel do capital humano.
- Expor a evolução da área de Gestão de Pessoas.

Este trabalho justifica-se por evidenciar a importância da valorização das pessoas no ambiente organizacional, pois o ser humano tem necessidade intrínseca de se sentir-se parte da equipe, da organização, de sentir–se valorizado e reconhecido

GESTÃO DE PESSOAS

De acordo com Chiavenato (2010, p.5), definição de pessoas nas organizações:

> Vários são os termos utilizado para definir as pessoas que trabalham nas organizações. E esses termos definem como as organizações encaram as pessoas. Elas são chamadas de funcionários, empregados, pessoal, trabalhadores, operários quando as organizações tratam como tal. Ou podem ser chamadas de recursos humanos, colaboradores, associados, se as organizações as tratam dessa maneira. Ou ainda talento humano, capital humano, capital intelectual se as pessoas têm um valor maior para as organizações.

Desta forma, entende-se que as pessoas são responsáveis pela excelência das

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

organizações bem sucedidas em plena era da informação, sendo assim a gestão de pessoas contribui para a construção do capital humano ajudando a organização a alcançar seus objetivos e realizar sua missão, por meio de treinamentos e motivação aumentando assim a satisfação das pessoas no trabalho, garantindo e levando a qualidade de vida no trabalho, impulsionando mudanças proporcionando competitividade a organização, contribuindo a melhor equipe a melhor empresa.

Segundo Robbins (2010 p. 82)

> Os gestores devem interessar pelas atitudes de seus funcionários, pois elas sinalizam potenciais problemas e influenciam comportamentos. Funcionários satisfeitos e comprometidos, por exemplo, tem menores taxas de rotatividades, absenteísmo e comportamentos desviantes.

Conceito de gestão de pessoas por (CHIAVENATO, 2010, p.9).

> Gestão de Pessoas é o conjunto integrado de atividades de especialistas e de gestores – como agregar, aplicar, recompensar, desenvolver, manter monitorar as pessoas- no sentido de proporcionar competências e competitividade à organização. Gestão de Pessoas é a área que constrói talentos por meio de um conjunto integrado de processos e cuida do capital humano das organizações, o elemento fundamental de seu capital intelectual e a base de seu processo.

Na concepção de Dutra (2009, p. 17), gestão de pessoas é o "[...] conjunto de políticas e práticas que permitem a conciliação de expectativas entre a organização e as pessoas para que ambas possam realizá-las ao longo do tempo".

Chiavenato, (p.31, 2014) esclarece que:

> (...) as empresas perceberam que as pessoas constituem o elemento do seu sistema nervoso que introduz inteligência nos negócios e a racionalidade nas decisões. Tratar as pessoas como recursos organizacionais é um desperdício de talentos e de massa encefálica produtiva.

Chiavenato (2014, p. 309) salienta que: "O capital humano das organizações – composto de pessoas, que vão desde o mais simples operário ao seu principal executivo – passou a ser uma questão vital para o sucesso do negócio". A velocidade com que os cenários mudam e as exigências para o aumento da eficiência e eficácia das operações empresariais, torna-se necessários ter em seu quadro de funcionários pessoas talentosas, ágeis, dispostas a assumir riscos, empreendedoras, por tanto somente com pessoas atualizadas e constantemente treinadas é possível criar um clima de inovação que possa levar as empresas a venceram os constantes desafios que são colocados pelas mudanças no mercado.

Quando o capital humano passa por processos de treinamento, a organização tem seu retorno garantido, pois são elas que conduzem o negócio de uma empresa e com isso conseguem redescobrindo talentos que por ventura estariam escondidos nas tarefas do

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

dia a dia.

EVOLUÇÃO DA GESTÃO DE PESSOAS

As relações no ambiente de trabalho passaram por diversas mudanças nos últimos anos, devido ao avanço e desenvolvimento da tecnologia e à globalização. A gestão de pessoas constitui-se uma poderosa ferramenta no ambiente organizacional e de grande importância estratégica, em busca da qualidade e alcance dos objetivos organizacionais. Para acompanhar as mudanças e ter um diferencial competitivo, a área de Recursos Humanos passou por um grande processo de transformação, deixando de ser tratado apenas como departamento de pessoal para se tornar o personagem principal de transformação e progresso dentro da organização. Desta forma, apresentam-se as três eras da Gestão de Pessoas e suas principais características.

A primeira fase é chamada de Era Clássica, de 1900 a 1950, neste período, iniciava-se a industrialização, em um ambiente organizacional estável, com poucas mudanças e muita previsibilidade, regularidade e certeza. Com ênfase nas tarefas, nesta época as pessoas eram consideradas recursos de produção juntamente com outros recursos organizacionais como maquinas equipamentos e materiais. A administração de pessoas recebia o nome de Departamento de Relações Industriais (DRI). Chiavenato (2014 p. 32) descreve "a cultura organizacional predominante era voltada para o passado e para a conservação das tradições e valores tradicionais".

A segunda fase é reconhecida como Era Neoclássica, que teve em seu período de 1950 a 1990, desenvolvimento Industrial, aumento da mudança, fim da previsibilidade, necessidade de inovação. Com ênfase nos recursos humanos. Neste período houve a modificação na maneira de administrar as pessoas o Departamento de Relações Industriais (DRI) é substituída pela Área de Recursos Humanos (ARH). As pessoas passam a ser vista como recursos vivos e não mais como recurso de produção. Nesta fase o Recurso Humano (RH) torna-se importante instrumento organizacional e fator determinante nos resultados da empresa (CHIAVENATO, 2010).

Na terceira fase, denominada Era da Informação, iniciada a partir de 1990 tem como características marcantes a tecnologia da informação, globalização, a ênfase nos serviços, aceleração da mudança, imprevisibilidade, instabilidade e incerteza. Nesta era a ênfase era voltada para a produtividade, qualidade, competitividade, cliente, globalização. Neste período a antiga ARH promove o lugar a Gestão de Pessoas (GP). Nesta nova concepção, as pessoas deixam de ser simples recursos (humanos) organizacionais para serem abordadas como seres dotados de inteligência, personalidade, conhecimentos, habilidades, competências, aspirações e percepções singulares (CHIAVENATO,2014).

Ribeiro (2005, p.04) ressalta que:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Com a globalização dos negócios, o desenvolvimento tecnológico, o forte impacto da mudança e o intenso movimento por qualidade e produtividade, surgiu um eloquente constatação na maioria das organizações: o grande diferencial, a principal vantagem competitiva das empresas decorre das pessoas que mantêm e conservam o status – que geram e fortalecem a inovação e o que deveria vir a ser. São pessoas que produzem, vendem, servem o cliente, tomam decisões, lideram, motivam, comunicam, supervisionam, gerenciam e dirigem os negócios das empresas.

Destaca-se que as relações de trabalho passaram por três eras que repercutem nas organizações outorgando nova importância ao trabalhador. As chamadas Era Industrial Clássica, Era Industrial Neoclássica e a Era da Informação detalharam e tratam o trabalhador de formas diferentes.

A evolução da gestão de pessoas iniciou com a Revolução Industrial e vem sofrendo alterações que acompanham tanto a evolução tecnológica como a evolução das teorias administrativas.

> A administração de pessoas, conforme a conotação usual do termo, teve início com a primeira Guerra Mundial. Nasceu com o recrutamento, treinamento e pagamento de massas e massas de novos trabalhadores envolvidos na produção de uma economia de guerra (DRUCKER, 1997 p.276).

A gestão de pessoas tem evoluído ao longo do tempo, sendo que nos últimos anos esta evolução tem sido marcada por uma série de progresso nas mais diversas áreas, numa escala de precedentes na história da humanidade, contribuindo de forma decisiva para o desenvolvimento das organizações e das pessoas que nelas trabalham.

Na industrialização clássica surgem os Departamentos de Pessoal (DP). Os DP eram órgãos destinados a fazer cumprir as exigências legais a respeito dos empregados: admissão por meio de contrato individual, anotações em carteira de trabalho, contagem das horas trabalhadas para efeito de pagamento, aplicação de advertência e medidas disciplinares pelo não cumprimento do contrato contagem de férias. Nesta fase os trabalhadores são vistos como mercadorias não são dotados de capacidade de pensas, são vistos apenas como mão de obra (CHIAVENATO, 2014)

Já o Recursos Humanos surgiu na era da Industrialização Neoclássica substituindo os DP além das funções anteriores desenvolveram funções operacionais e táticas como órgãos prestadores de serviços especializados. Cuidam de recrutamento, seleção, treinamento, avaliação, remuneração, higiene e segurança do trabalho e de relações trabalhistas e sindicais, com variadas doses de centralização e monopólio dessas atividades. Os trabalhadores passam a ser vistos como recursos vivos e inteligentes e não mais como fatores inertes de produção (CHIAVENATO, 2014).

Na era da informação surgem as equipes de GP substituindo os DRH. As práticas de RH são delegadas aos executivos de linha em toda a organização os quais passam a ser gestores de pessoas enquanto as tarefas operacionais e burocráticas são

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

transferidas para terceiros (outsourcing). O trabalho manual é substituído pelo mental então é lançado um novo olhar o mais novo valioso recurso, as pessoas que com o seu conhecimento e habilidades, passam a ser a principal da nova organização contemporânea saindo migrando de condições de mão de obra para recuso humano (CHIAVENATO, 2014).

Para Ribeiro (2005, p. 16), o velho papel de Recursos humanos era:

- Controlar rigidamente a carreira dos funcionários;
- Manter as escalas salariais em segredo, de tal forma que nem os gerentes saibam como tal escala funciona;
- Manter a avaliação de potencial como uma tarefa exclusiva da função de Recursos Humanos;
- Entender que a manutenção de um clima organizacional adequado é tarefa exclusiva de Recursos Humanos;
- Manter tudo o que diga respeito a Recursos Humanos em um clima cheio de mistérios e segredos;
- Conservar a imagem de Recursos Humanos com um departamento fechado e à parte da organização;
- Valorizar excessivamente a área, em detrimento dos objetivos estratégicos da empresa;
- Pressupor que as atividades operacionais e de linha de frente não tem a menor chance de funcionar sem a presença de Recursos Humanos;
- Oferecer treinamento para todos, de maneira indiscriminada;
- Fazer com que os custos de pessoal não digam respeito à área de Recursos Humanos, e sim a cada setor, respectivamente.

Ainda Ribeiro (2005, p. 17), aponta o novo papel de Recursos Humanos:

- Propor, definir e garantir um conjunto de normas e procedimentos alinhados com os princípios empresariais e de acordo com a Legislação Trabalhista;
- Criar e operar sistemas que permitam que as oportunidades de emprego e desenvolvimento de carreira estejam disponíveis a todos;
- Dar suporte às demais unidades da empresa prestadora de serviços ou funcionar como facilitador nos processos de administração de pessoas;
- Dar suporte as demais unidades da empresa no recrutamento e desenvolvimento de pessoas;
- Criar, propor e administrar instrumentos que possibilitem uma remuneração competitiva a todos os funcionários;
- Buscar sempre a diversidade, com o objetivo principal de aumentar o capital intelectual, de modo a garantir a capacidade de atualização e inovação da empresa;
- Ver as pessoas e a organização como seres espirituais e ajudá-las a dar o próximo passo em seu processo de desenvolvimento;
- Ter no treinamento a principal ferramenta para retenção do capital humano, e desenvolver novas competências para atual era empresarial;
- Dignificar o trabalho e o ser humano

Neste sentido, Chiavenato (2010) aponta que as pessoas passaram a ser parceiras da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

organização, e deixaram o cargo de empregados e assumiram a posição de colaboradores, técnicos da empresa que, contribuindo através de suas habilidades e competências, galgam o sucesso da empresa.

Assim, Chiavenato (2010, p.10) postula que:

> As pessoas constituem parte integrante do capital intelectual da organização. As organizações bem-sucedidas se deram conta disso e tratam as pessoas como parceiros do seu negócio e fornecedores de competências e não mais como simples empregados contratados.

METODOLOGIA

Cervo e Bervian (2000, p.50) postulam que ‘’ pesquisa científica é uma atividade voltada para a solução de problemas, por meio do emprego de processos científicos’’. Assim, os instrumentos científicos e os procedimentos são de suma importância, pois é por meio destes que se buscam as soluções para os problemas levantados.

Cervo e Bervian (2000) apontam que há três tipos importantes de pesquisa: a bibliográfica, a descritiva e a experimental. Sendo que este trabalho será focado no princípio de pesquisa bibliográfica. Utiliza bibliografia já publicada, para assim, colocar em contato direto com o pesquisador o tema abordado.

CONCLUSÃO

Observa-se que a gestão de pessoas nas empresas contemporâneas precisa administrar as pessoas de maneira que elas mantenham um bom desempenho dentro das organizações.

Investir em tecnologia e capital humano causa motivação intrínseca, podendo refletir no aumento da produtividade que influencia no lucro da organização.

E com a melhoria na qualidade de vida dos indivíduos nas organizações, consequentemente, há uma redução nos índices de absenteísmo, (estar fora, afastado ou ausente) que refletem diretamente no *turnover* (rotatividade).

Retenção de talentos ainda é um desafio para as empresas e que o conhecimento está nas pessoas, são elas o capital humano que geram a riqueza.

Como se pode perceber, é necessário que as organizações estejam preparadas para motivar os colaboradores através da gestão de pessoas, valorizando e despertando-os para a o autodesenvolvimento, treinando e formando profissionais críticos. As pessoas dentro de uma empresa agora são consideradas capitais humanos parceiras de negócios.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 3 ed. 6ª reimpressão, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DUTRA, Joel Souza. **Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna**. São Paulo: Atlas, 2009.

DRUCKER, Peter Ferlinand, Fator Humano e desempenho 3 ed., São Paulo: Pioneiros, 1997. ROBBINS, P. Stephen; JUDGE, A. Timothy; SOBRAL Filipe. **Comportamento organizacional**. 14 ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

RIBEIRO, A. L. **Gestão de Pessoas.** 7. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ORGANIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO TV BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE.

Marco Aurélio Cabral de Marchi (UEM);mmarchi@outlook.com.br * Nattácia Rocha Duarte Ruani (Senac / Fapepe); nattduarte@yahoo.com.br; Penelupy Evilyn Pazetto e Silva; pene_evilyn@hotmail.com

Resumo

O trabalho está focado na influência que as mídias sociais exercem no estilo de vida da sociedade contemporânea e, consequentemente, aponta essa influência no cenário econômico das organizações. Este estudo aborda a visibilidade que as organizações alcançam ao serem inseridas nas mídias sociais e analisa quais os resultados para a organização. O presente trabalho tem como objetivo, identificar os fatores relevantes que beneficiam a exposição da organização nas redes sociais, apontando, assim, o comportamento dos clientes perante elas; verificando os resultados alcançados e identificando as barreiras encontradas. Esta pesquisa terá como estudo de caso a TV Bandeirantes de Presidente Prudente. Para fundamentar esta pesquisa, foram desenvolvidos estudos sobre a questão histórica sobre as necessidades que as empresas tiveram por buscar inovações que fizessem com que as mantivessem sempre à frente no mercado competitivo. Metodologicamente os caminhos são o bibliográfico, descritivo, documental e qualitativo. E as técnicas utilizadas para colher dados foi por meio de estudo de caso e entrevistas estruturadas. Como resultados encontrados nesta pesquisa, agrega-se um valor à marca e à imagem da mesma perante seu consumidor final nas redes sociais.

Palavras-chave: Inovação. Concorrência. Mídias Sociais. Facebook.

Abstract

The work is focused on the influence that the media play in social life style of contemporary society and, consequently, shows this influence in the economic scenario of the organizations. This study deals with the visibility that organizations reach to be inputted in social media and analyzes what the results for the organization. The present work has as objective, identify the relevant factors that benefit the organization's exposure on social networks, pointing out the behavior of customers before them; noting the results achieved and identifying the barriers encountered. This research will take as a case study the TV Bandeirantes of Presidente Prudente. To substantiate this research studies were developed on the historical issue about the needs that the companies had to seek new innovations that would cause that would always keep ahead in a competitive market. Methodologically the paths are the bibliographic, descriptive and qualitative documentary. And the techniques used to collect data were through case study and structured interviews. The results found in this study show that through a strategic planning by organizations, adds a value to the brand and image of the same before their final consumer in social networks.

Keywords: Innovation. Competition. Social Media. Facebook.

INTRODUÇÃO

Com o mercado cada vez mais acirrado e competitivo, a satisfação de clientes tende a ser um trunfo importante, disputado e um diferencial cada vez mais valorizado no mundo dos negócios.

As organizações que vivenciam a era da globalização estão revendo seus conceitos de ter como foco principal o processo de manufatura, para criar uma relação mais estreita com um público-alvo, de modo estratégico, a fim de fidelizar esses clientes. Com o avanço tecnológico, se tornou mais simples obter informações relevantes sobre

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

clientes em potencial.

Este trabalho apresenta as seguintes problemáticas:

- Qual a influência das redes sociais para os clientes da TV Bandeirantes de Presidente Prudente?
- Como a TV Bandeirantes de Presidente Prudente trabalha sua imagem nas redes sociais?
- Qual a visibilidade da sua marca nas redes sociais?
- Quais as dificuldades encontradas pela TV Bandeirantes de Presidente prudente para a utilização das mídias sociais?

A todo o momento surgem novos aplicativos que melhoram as experiências dos usuários nas redes sociais. São invenções de suma importância para o empreendedor que almeja, não apenas visibilidade ao seu negócio, mas também, manter-se atualizado.

Pressupõe-se que as redes sociais trazem visibilidade para a organização, isto pode ser um fator fundamental para a exposição, desenvolvimento e crescimento da marca, pois a organização deve estar estruturada para que os resultados sejam relevantes.

Além de ser uma forma de aumentar a comercialização de seus produtos/serviços prestados ao consumidor, é uma maneira de conquistar novos clientes e melhorar o relacionamento da empresa com seu público.

Este estudo tem como objetivo geral expor os fatores relevantes que beneficiam a exposição da TV Bandeirantes de Presidente Prudente nas redes sociais, bem como, analisar como a exposição está sendo realizada.

Os objetivos específicos deste trabalho é:

- Apontar o comportamento dos clientes da TV Bandeirantes de Presidente Prudente perante as redes sociais.
- Verificar os resultados alcançados nas redes sociais pela organização TV Bandeirantes de Presidente Prudente.
- Identificar as barreiras enfrentadas, pela TV Bandeirantes de Presidente Prudente na utilização desse tipo de mídia.

Com o surgimento de blogs, microblogs e redes sociais abriram-se as portas para que os empreendedores pudessem comunicar-se diretamente com seus clientes. Possibilitando assim o desenvolvimento de novos produtos/serviços que servissem como fonte de informação e tendência de mercado.

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Rede Bandeirantes de Televisão (também conhecida como Band) é uma rede emissora de televisão brasileira pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação. Tem como missão disponibilizar informações, educação e diversão de alta qualidade à

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

população, através de forte atuação no mercado de comunicação: rádio difusão, telecomunicação e telemática, e como visão ser a primeira opção do público-alvo assegurando liderança no segmento escolhido, oferecendo produtos de qualidade que propiciem a lucratividade esperada pelos acionistas, permitindo inovação e posição de vanguarda em termos de tecnologia.

A Televisão Bandeirantes de Presidente Prudente; foi fundada em 13 de novembro de 1982 em caráter experimental e somente um mês depois em caráter definitivo. A inauguração da atual instalação da emissora em Presidente Prudente ocorreu no dia 28 de julho de 1991 por seu idealizador João Jorge Saad. É dirigida por Flávio Bolcioni e está localizada na Rua Alberto Artoni, nº75, Presidente Prudente – SP. Oferece espaço publicitário na mídia televisiva a empresários de todas as categorias, além disso, leva informação ao público de 286 cidades da região Oeste do estado de São Paulo.

MÍDIAS E REDES SOCIAIS

O marketing concede ferramentas de suma importância para as organizações, que as auxiliam na divulgação de seus produtos/serviços. A mídia e as redes sociais, por meio destes meios de comunicação, criam laços entre empresa e consumidor, possibilitando, assim, uma troca de informações mútuas com a finalidade de buscar sua fidelização.

Segundo Straubhaar e LaRose (2004, p. 1), ”os meios de comunicação e as tecnologias de informação são componentes cada vez mais presentes em nossa vida.” Portanto, cada vez mais as pessoas buscam por novas maneiras de se comunicar e por novas tecnologias. Atualmente, a evolução das tecnologias vem sendo um dos produtos mais sofisticados e atualizados do mercado.

Para Strauss e Frost (2012, p. 233), “mídia social é um termo utilizado para descrever o tipo de mídia baseada na conversa e interação entre as pessoas online.” Desta forma, a mídia social é uma importante aliada para as organizações, pois, através dela, há a possibilidade de interação em tempo real com seus consumidores, mantendo-se assim atualizados nas tendências do mercado. Logo a mídia é um meio de comunicação pelo qual a organização irá divulgar seu produto/serviço com a finalidade de atingir toda uma sociedade, visando a maximização de sua receita.

No mundo contemporâneo das grandes massas humanas, é evidente a importância das mídias na disseminação de uma ideia, marca ou produto ao público-alvo que a empresa deseja atingir. A mídia é importante para divulgar, pois é peça chave dentro do marketing, uma vez que é o canal pelo qual se alcança o sucesso de uma campanha bem elaborada.

Para Strauss e Frost (2012), os tipos mais frequentes de mídia social em 2010 foram: Blogs**:** São websites onde as entradas são listadas em ordem cronológica inversa e os leitores podem comentar sobre qualquer entrada. Exemplos: WordPress, Blogger

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

entre outros; Microblogs**:** São um tipo de blog, mas com fragmentos de frases muito curtas. Exemplos Twitter, Jaiku, Tumblr; Redes sociais**:** São estruturas sociais formadas por elos, individuais ou organizacionais com um ou mais tipos de interdependência. As redes sociais apresentam variedades pessoais e de negócios, embora os contextos estejam se confundindo, pois as empresas vão onde estão os clientes. Exemplos: Facebook, LinkedIn, MySpace, Ning entre outras.

Sendo assim, nota-se que são vários os tipos de mídias existentes, trazendo para a organização um portfólio para sua escolha. Mas antes que se possa atingir algum tipo de mídia é necessário que a organização faça uma breve verificação de qual o tipo de público que utiliza esses tipos de mídias sociais para que assim obtenha-se uma melhor abrangência de seu público- alvo trazendo um *feedback* positivo do mercado externo para a sua organização.

As redes sociais, antes denominadas como sites de relacionamento, buscam a integração entre as pessoas. Onde uma pessoa pode se relacionar com outra, independentemente de sua localização, desde que ambas estejam interligadas no mesmo site de relacionamento. Algo tão complexo, como esses sites de relacionamentos não devem ser descartados pelas organizações, e mesmo que no cenário atual não haja relevância para o ramo de atividade que a empresa atue, se faz necessário estar atualizado sobre todas as plataformas, características e quais os mais diversos tipos de usuários que nesses ambientes estão inseridos, para que em uma eventualidade ou em futuro próximo a empresa não seja surpreendida ou esquecida por seu público.

As mudanças ocorrem de forma veloz no universo das redes sociais, o que nos permite absolver aquilo que se manterá como tendência por um período maior de tempo, daquilo que apenas será algo momentâneo e passageiro.

Para Telles (2011), as principais redes sociais são: Facebook: está crescendo muito no Brasil nas classes A e B, mas, desde sua tradução para o português em 2008 tem atraído um montante representativo das classes C, D e

E. Inclusive em 2010 o Facebook já aparece na lista dos 10 sites mais acessados pelos brasileiros, oferece uma série de recursos que podem ser usados para comercializar produtos e serviços, bem como um negócio na página da web. Por exemplo, anúncios Facebook oferecem a capacidade de atingir um nicho de mercado com base na idade, sexo, interesses, localização e muito mais; Linkedin: É um site que busca a criação de redes sociais voltadas aos negócios. Ele está focado em profissionais e seu desejo de construir uma rede de contatos profissionais que de fato possa ser utilizada nos negócios. Excelente mídia social para ser utilizada no desenvolvimento de networking profissional ou de sua empresa, contribuindo para localização de novos colaboradores, parceiros e clientes; MySpace: O MySpace foi o primeiro site de rede social que permitiu aos usuários personalizar seus perfis. Ele mantém a popularidade

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

com adolescentes, músicos e outros artistas. Assim como o Facebook proporciona a possibilidade de criação de anúncios e links patrocinados, o MySpace também disponibiliza a ferramenta MySpace My Ads, que oferece a capacidade de executar uma campanha efetiva de marketing dentro de sua rede social. Com o MySpace My ads, qualquer um pode projetar sua própria publicação, escolher quais usuários irão vê-la exibida em todo MySpace dependendo das características de gênero e localização, e, em seguida, pagar com base no número de cliques que o anúncio receber.

VANTAGENS E DESVANTAGENS DAS MÍDIAS DE MARKETING PARA A ORGANIZAÇÃO

Percebe-se, que na presença de tantas ferramentas úteis para se atrair clientes em potencial e realizar campanhas de massas, a necessidade de a organização ter uma equipe treinada e preparada para extrair ao máximo os benefícios proporcionados pelas ferramentas encontradas nesses sites de relacionamento e também sobressaírem de situações adversas que possam ser encontradas nesse ambiente.

Segundo Zenone (2013, p. 199):

> Fazer parte das redes sociais, ou seja, utilizar as redes como ferramenta de comunicação com o mercado, é viver sempre alerta com a possibilidade de vivenciar momentos de crise. A maior parte ocorre justamente pelos comentários que são feitos sobre um produto, marca ou atendimento realizado. Como tudo é público, ou seja, pelo fato de ter potencialmente uma grande exposição, comentários positivos ou negativos podem tomar proporções maiores do que outros formatos e meios de comunicação.

Ao mesmo tempo em que as redes sociais podem ser uma aliada para a divulgação de seu produto/serviço, as organizações devem tomar muito cuidado com os efeitos que ela pode trazer. Uma postagem mal interpretada ao invés de elevar seu produto/serviço pode acarretar em prejuízo para empresa, não apenas verá o prejuízo financeiro, mas também os resultados para a marca e o nome da sua empresa.

FACEBOOK COMO ESTRATÉGIA

Com o surgimento das redes sociais a organização encontrou um meio inovador para divulgar seu produto/serviço, e aproximar-se com o seu público- alvo. Este tipo de aproximação auxilia as organizações a identificarem as necessidades de seu consumidor objetivando assim a satisfação e a fidelização dos mesmos.

Telles (2011, p. 88) diz que:

> No Facebook é importante lançar novas informações, fotos e vídeos regularmente para manter seus clientes atualizados. Responder às mensagens e perguntas deixadas em seu quadro de discussão e "Wall" em 24 horas. Postar todos os seus eventos, vídeos e fotos relevantes para o Facebook. Atividade consistente e compartilhamento ativo são essenciais para o sucesso no Facebook. Desenvolver uma estratégia para atrair os fãs, que podem envolver tanto abordagens remuneradas quanto não remuneradas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Percebe-se que o Facebook é uma ferramenta completa para quem busca o diferencial na relação estabelecida entre empresa e cliente. Proporciona um ambiente de interação direta com o público visado pela organização, e assim através das ferramentas encontradas no site de relacionamento desenvolver estratégias para captar seguidores para sua marca por meio de campanhas publicitárias que utilizem a estratégia do marketing de guerrilha.

Segundo Telles (2011, p. 185), "Marketing de guerrilha significa estratégias pouco convencionais, nada tradicionais, que não estão no manual e são extremamente flexíveis". Deste modo, compreende-se que este tipo de estratégia de marketing é o ideal para se trabalhar em meios digitais, pois como são ambientes instáveis e com altos índices de mudanças contínuas, o marketing de guerrilha será a melhor opção para se lidar com as adversidades encontradas nessa plataforma por se tratar de uma estratégia que tem em seus conceitos trabalhar o marketing de maneira flexível e adaptável às tendências que surgirem na rede social.

Telles (2011, p. 18), aponta que "você não pode controlar conversações, mas você pode influenciá-las." Nota-se que este é o ponto crucial para que uma empresa seja bem sucedida ou não no universo das redes sociais, logo o Facebook é uma opção positiva para se estabelecer um relacionamento estável entre empresa e consumidor de maneira continua, onde não se existe barreiras físicas entre ambos e onde tudo é possível. Neste universo incrível que a tecnologia proporcionou, o essencial para quem busca resultados é ser criativo e não ter medo de inovar no que diz respeito aos métodos de interação que possam ser usados para se cativar o consumidor.

METODOLOGIA

A metodologia empregada nesta pesquisa é de grande relevância para identificar quais os passos utilizados para alcançar os objetivos do mesmo de maneira eficiente. Para Nagel (apud CERVO; BERVIAN, 2002, p. 25), "o método científico é a lógica geral, tácita ou explicitamente empregada para apreciar os méritos de uma pesquisa". Ou seja, método é o conjunto de procedimentos que ocorrem em silêncio ou não no ato da investigação sobre algo que se queira comprovar sua veracidade cientifica.

Os autores Ludke e André (apud FRANÇA; SANTOS; GOLDENBERG, 2004), definem a pesquisa qualitativa como:

a) a pesquisa qualitativa tem um ambiente natural como sua fonte direta de dados e não, necessariamente, laboratórios ou ambientes de pesquisa controlados;
b) os dados coletados são predominantemente descritivos;
c) o ''significado'' que as pessoas dão aos fenômenos e à sua vida são focos de atenção especial ao serem analisados pelos pesquisadores;

Desta forma, esta pesquisa será qualitativa para uma melhor análise dos resultados levantados sobre o estudo de caso. Exigindo percepção e interpretação do pesquisador

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para analisar os dados levantados, para que assim, possa propor soluções adequadas a esse caso.

Cervo e Bervian (2002), apontam que existem três tipos de pesquisa relevante: a bibliográfica, a descritiva e a experimental. Onde este trabalho estará focado na pesquisa descritiva e bibliográfica. Uma vez que esta tem como características observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Ou seja, o intuito desta pesquisa é estabelecer uma relação de percepção por parte do pesquisador com os depoentes, sem que haja qualquer tipo de mensuração pelo mesmo, visando a interpretação dos relatos sobre o objeto de pesquisa.

Deste modo, Antonio Chizotti (apud BARROS; LEHFELD, 2007, p. 112) caracteriza o estudo de caso como:

> Uma modalidade de estudo nas ciências sociais, que se volta à coleta e ao registro de informações sobre um ou vários casos particularizados, elaborando relatórios críticos organizados e avaliados, dando margem a decisões e interações sobre o objeto escolhido para a investigação – uma comunidade, organização, empresa etc.

O estudo de caso desta pesquisa foi realizado na TV Bandeirantes de Presidente Prudente, cujo documento com a autorização da organização encontra-se em anexo.

Segundo Cervo e Berviam (2002, p. 67), na pesquisa documental "são investigados documentos a fim de se poder descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características. Estuda a realidade presente, e não o passado, como ocorre com a pesquisa histórica".

Logo, compreende-se que este estudo visa analisar os aspectos comportamentais das pessoas, por meio de pesquisa documental aplicada a um grupo seleto de colaboradores para demonstrar qual a real importância das mídias sociais e como estas podem influenciar no âmbito organizacional da TV Bandeirantes de maneira positiva ou não.

Portanto, este trabalho também tem como foco avaliar qual a real importância das mídias sociais para a TV Bandeirantes através da aplicação de questionários onde se coloca em evidência referências teóricas, e com isso analisar se realmente são relevantes no ambiente organizacional desta empresa e como a mesma pode tirar proveito desta pesquisa em benefício próprio.

E outra ferramenta utilizada neste estudo será a entrevista semiestruturada, aplicada na TV Bandeirantes de Presidente Prudente.

Cervo e Bervian (2002, p. 46), definem "a entrevista não é uma simples conversa. É conversa orientada para um objetivo definido: recolher, por meio do interrogatório do informante, dados para a pesquisa". Por meio da entrevista colhem-se dados relevantes para a pesquisa, a fim de analisarmos para um melhor resultado.

Esta coleta de dados será através de amostragem da população. Marconi e Lakatos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

(2009, p. 165), apontam que "amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo". Desta forma entende-se, população é o universo como um todo, porém este trabalho colherá informações apenas de uma amostra deste, ou seja, um percentual deste universo, selecionando-os de maneira que consigamos maiores número de informações possíveis.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Este trabalho contou com a participação de dois colaboradores da TV Bandeirantes de Presidente Prudente, ambos trabalham no setor de marketing.

Não foram apresentados dados inferiores aos dos entrevistados, com o intuito de preservar a identidade de nossos colaboradores os denominaremos de **A** e **B**.

O trabalho trata-se de um estudo de caso, onde utilizou-se de uma abordagem qualitativa para se constatar qual a real influência das redes sociais dentro da organização TV Bandeirantes de Presidente Prudente. Neste contexto serão transcritos abaixo alguns trechos das entrevistas realizadas com os colaboradores **A** e **B**.

Para dar sentido a nossa pesquisa levantam-se os seguintes temas: qual a influência e imagem da TV Band nas redes sociais, barreiras ao se utilizar estes tipos de mídias sociais e os benefícios e resultados da mídia para a TV Band.

QUAL A INFLUÊNCIA E IMAGEM DA TV BAND NAS REDES SOCIAIS

Percebe-se no decorrer da entrevista com o colaborador **A**, que o mesmo está por sua vez focado no que diz respeito ao planejamento estratégico na utilização das redes sociais como canal direto para difundir entre os usuários, campanhas promocionais que proporcionem um *feedback* positivo a organização. Como citado pelo nosso entrevistado **A**: *"Divulgamos diariamente a programação local e regional, além de realizar promoções e estar sempre buscando interação com o público em nosso cotidiano".*

Apontou ainda que: *"buscamos sempre manter o mesmo padrão de qualidade utilizada na TV [...] as promoções, que bem produzidas são ferramentas importantes para a interação com o público"*. Percebe-se então que a emissora atribui a sua página nas redes sociais a mesma seriedade e comprometimento ao levar informação e entretenimento ao seu cliente final.

O colaborador **B** afirma que: *"utilizamos promoções e ações em conjunto com parceiros e programação de rede"*. Nota-se que há uma integração entre as campanhas difundidas pela TV e pelas redes sociais buscando como objetivo em comum a obtenção de visibilidade e credibilidade junto ao seu público.

Pressupõe-se que a emissora busca cativar o seu público com maior ênfase através de campanhas promocionais, objetivando uma maior interação de seu público-alvo com a organização.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

BARREIRAS AO UTILIZAR ESTE TIPO DE MÍDIA SOCIAL

As barreiras encontradas para a utilização deste tipo de ferramenta de divulgação na TV Bandeirante de Presidente Prudente é a resistência internas e falta de um profissional adequado.

Segundo o Colaborador **A**: *"as maiores dificuldades foram às transições ocorridas pelo tradicionalismo que deu lugar a um olhar inovador".* Por se tratar de uma empresa que se baseia numa cultura organizacional tradicionalista, percebe-se que no início houve resistência às inovações que dizem respeito ao método utilizado para interagir com o público.

Segundo o colaborador **B** uma das formas utilizadas para diminuir as barreiras encontradas no âmbito interno foi: *"através de um trabalho bem empregado com intensidade e competência o relatório com os dados do desempenho das redes sociais agradou os chefes e acabou quebrando as barreiras internas".* Deste modo, nota-se que através de planejamento estratégico feito na implantação das redes sociais como forma de cativar o público-alvo, obteve um *feedback* positivo tanto do ambiente externo e como do interno, obtendo a aceitação de seus superiores e sua aprovação, fazendo assim a quebra das barreiras internas que existia.

OS BENEFÍCIOS E RESULTADOS DA MÍDIA PARA A TV BAND

O desenvolvimento da entrevista realizada com o colaborador **A**, que um dos maiores benefícios encontrado pela organização ao inserir-se nas mídias sociais foi à aproximação entre público e organização.

Desta forma o entrevistado **A** revela que *"A necessidade de estar mais próximo do público da TV, que é algo muito importante em qualquer empresa. Não é porque somos uma emissora de TV que não vamos precisar divulgar em outras mídias. E a rede social foi à forma que encontramos para uma maior interação".* Percebe-se que a emissora visualizou nas mídias sociais um canal de comunicação tão importante como o já utilizado pela mesma. Sendo que este novo meio de interação com o público complementa o principal que neste caso é a TV aberta.

Completando o que já havia dito o entrevistado **A,** o colaborador **B** cita que *"Com o avanço tecnológico ficou cada vez mais difícil concentrar os telespectadores em um único lugar, porém com a internet esse público acabou se reunindo e formando grandes grupos, que compartilham um único tema, desta forma para o sucesso hoje, qualquer empresa tem que estar o mais próximo possível de seu público-alvo"*. Observa-se que a partir da internet o meio televisivo deixou de ser o único meio formador de opiniões, e as pessoas começaram a buscar em mídias alternativas, como redes sociais, novas informações e opiniões que o meio tradicional não oferecia, formando grupos que compartilham das mesmas opiniões.

Notou-se em ambas as entrevistas que o meio mais utilizado e com maior obtenção

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de resultados pela emissora foi Facebook.

Como citado pela entrevistada **A**, *"Utilizamos três tipos de redes sociais: facebook, twitter e youtube. Hoje o nosso foco é o facebook, pois acreditamos que conseguimos ficar mais perto do público pelo próprio perfil da rede".* Percebe-se que a interação maior se dá na rede social facebook por se tratar da plataforma mais objetiva e direta de se comunicar e obter informações com outros usuários. Além de ser atualmente a mais utilizada neste meio de mídia.

Pressupõe-se que os resultados alcançados pela organização em um contexto geral foram positivos, pois proporcionou um retorno breve de suas campanhas e com opiniões e críticas diretas construtivas, o que favoreceu uma melhora contínua da qualidade de seus serviços.

CONCLUSÃO

Na sociedade contemporânea, tornou-se vital para as organizações buscarem uma aproximação com seu público-alvo. Deste modo este estudo teve como finalidade verificar se as teses apresentadas pelos autores mencionados se aplicam dentro do contexto organizacional.

Este estudo procurou enfatizar a importância das redes sociais dentro da organização, tendo como estudo de caso a TV Bandeirantes de Presidente Prudente, pois em um mundo instável, a todo o momento as organizações precisam se reinventar e se adaptar às adversidades do seu ambiente externo.

A pesquisa realizada nesta organização mostrou que através das redes sociais a empresa obtém uma maior interação e participação do seu público- alvo o que lhe acrescenta credibilidade e ganho de valor perante seu cliente final. Pois, notou-se que em um curto espaço de tempo a empresa conseguiu reunir uma grande quantidade de seguidores que compartilham e opinam de maneira favorável sobre as informações e promoções expostas pela emissora neste meio de relacionamento.

Esta pesquisa também apontou que a plataforma que possibilita uma maior visibilidade da marca é o Facebook, pois atualmente é o site de relacionamento que mais aglutina pessoas, o que facilita o acesso e o compartilhamento das informações geradas pela empresa neste meio.

Contar com este tipo de divulgação pode ser um diferencial para a organização que de uma maneira sucinta busca sempre manter-se à frente de sua concorrência, onde ao mesmo tempo trabalha sua visibilidade dentro da rede, buscando assim ser referência em seu segmento. Por ser uma ferramenta do marketing com um baixo custo e de fácil aproximação com seu consumidor a emissora buscou através deste meio buscar uma maneira prática de divulgar suas propagandas e promoções.

Este dinamismo característico das redes sociais pode acarretar tanto benefício quanto prejuízo para a empresa, pois uma postagem mal interpretada pode ocasionar um efeito contrário ao esperado pela marca, acarretando assim tanto prejuízos financeiros quanto

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

em sua visibilidade, pois como neste meio tudo é público e com um alto grau de exposição à informação que era para possibilitar um *feedback* positivo pode trazer mais perdas do que benefícios caso a organização não esteja estruturada para reverter qualquer resposta negativa de seu ambiente externo.

A pesquisa realizada na TV Bandeirantes identificou que para ingressar neste tipo de mídia foi preciso que a empresa primeiramente quebrasse paradigmas relacionados ao tradicionalismo encontrado dentro da organização que possibilite que a marca possa ter uma abordagem mais desenvolta com seu público-alvo. Outra barreira a ser enfrentada pela organização foi a necessidade de contratar um colaborador que tivesse conhecimento desta plataforma de divulgação, para que assim a mesma consiga atingir o mercado de maneira eficiente.

Sugere-se assim que a TV Bandeirante de Presidente Prudente mantenha e aperfeiçoe este tipo de divulgação buscando trazer as opiniões e sugestões de seus consumidores, para seu meio organizacional, como críticas construtivas visando sempre à melhoria de sua imagem dentro deste meio de comunicação, que são as redes sociais.

Enfim este trabalho foi de grande relevância para a formação enquanto administradores, pois através deste meio de divulgação que cada vez mais aglutina pessoas, identificou-se uma plataforma de comunicação que proporciona uma maior proximidade com o cliente final. Portanto esta pesquisa indica que as empresas começaram a deixar de focar em uma produção manufaturada, revendo assim seus conceitos e buscando a fidelização de seus consumidores. As organizações não estão visando somente o ato de vender, mas também buscam formas de cativar seu cliente a fim de criar um vínculo com o mesmo

REFERÊNCIAS

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
CERVO, Amando; BERVIAN, Pedro: **Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
FRANÇA, Carlos; SANTOS, Geldenir C. GOLDENBERG, Sergio. **Para quem precisa fazer a monografia em psicopedagogia:** apresenta definições de pesquisa qualitativa, 2004. Disponível em: <http//www.serprofessoruniversitario.pro.br> Acesso em 23 setembro. 2013. MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
STRAUBHAAR Joseph; LAROSE Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Tradução: José Antonio Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E- marketing**. Tradução: Regina Claudia Loverri. 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais**: cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. Ed. São Paulo: M. Books, 2011.
ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing**: conceito, ideias e tendências. São Paulo: Atlas, 2013.

Grupo Educacional UNIESP 100% Brasileiro
União das Instituições Educacionais do Estado de São Paulo

Presidente Prudente, 25 de Abril de 2.013.

A

TV BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE LTDA

A/C Sr. Diretor

Venho por meio desta, comunicar que o aluno Marco Aurélio Cabral de Marchi, RG 10.284.031-3 SSP/SP, RA 0701012549, residente à Rua Liberato Mesquita, 179, Cidade Universitária, Presidente Prudente - SP e Penélope Evelyn Pazetto e Silva, RG 47.959.482-X, RA 0701011572 residente à Rua Miguel Viana Torres, 130 Regente Feijó-SP, devidamente matriculados no Curso de Administração da FAPEPE, Faculdade de Presidente Prudente, esta realizando pesquisa de campo para o desenvolvimento de Trabalho de Curso TC, tratando-se de um trabalho acadêmico, conforme as diretrizes curriculares do Curso de Administração, solicitamos, para tanto, vossa autorização para que a mesma seja desenvolvida nessa Organização.

Cito que este tipo de pesquisa é de caráter meramente pedagógico, sem fins lucrativos e de denúncia e o nome das pessoas e das instituições, pesquisadas, serão preservados.

a. (X) Autorizo a realização da pesquisa para o Trabalho de Curso TC, sob as seguintes condições:

a1. (X) Autorizo a publicação do nome dessa organização no Trabalho de Curso - TC

a2. ( ) Não autorizo a publicação do nome desse organização no Trabalho de Curso - TC.

Sem mais para o momento, agradecendo sua colaboração.

Atenciosamente,

Márcio Donizetti Corrêa
Coordenador do Curso de Administração

TV BANDEIRANTES DE PRES. PRUDENTE LTDA.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CURRÍCULO ADAPTADO E AVALIAÇÃO CONTÍNUA NA PERSPECTIVA DE INCLUSÃO ESCOLAR

Eliana da Silva Savioli(Diretoria de Ensino Campinas Leste) elianasisa@ig.com.br
Raquel Rosan Christino Gitahy(UNOESTE/UEMS) raquel@unoeste.br*

Resumo

O presente artigo parte do desafio de discutir o currículo oficial e as necessidades/ possibilidades do aluno com deficiência. Tem como objetivo geral compreender como acontece a adaptação curricular e sua relação com a avaliação para que a inclusão aconteça de forma a promover o aprendizado do aluno da educação especial. Os objetivos específicos são: conhecer o real significado da adaptação curricular e da avaliação para o desenvolvimento do aluno de inclusão; entender como o professor poderá adaptar o currículo para o desenvolvimento de seus alunos de inclusão e como esta ação acontece; perceber como o professor avalia seu aluno de inclusão e como a avaliação acontece; perceber como o professor poderá agir para o desenvolvimento do aluno de inclusão e como registrar seus progressos; reconhecer como subsidiar, orientar e auxiliar os professores que atendem alunos de inclusão no exercício da Supervisão de Ensino e buscar oportunidades de aprimorar a prática profissional do Supervisor de Ensino, especialmente na inclusão escolar. Neste processo de busca da qualidade também está o Supervisor de Ensino, que contribui com sua formação acadêmica e com ações de acompanhamento de suas escolas. Para realizar a pesquisa, além da busca de referencial teórico, foi feita uma pesquisa de campo com o uso da técnica de questionário, aplicado a Supervisores de Ensino. A partir da realidade relatada é possível afirmar que há o respeito a diversidade e a busca pelo melhor atendimento ao aluno, fundamentada na formação continuada e trabalho coletivo, destacando o uso da aula de trabalho pedagógico coletivo como um espaço privilegiado para interação e reflexão sobre a educação escolar inclusiva.

Palavras-chave: avaliação, currículo, inclusão escolar, supervisor de ensino**.**

Abstract

This article is part of the challenge to discuss the official curriculum and the needs / opportunities of disabled students. It has the general objective to understand how it happens curriculum adaptation and its relationship with the assessment that the inclusion happen in order to promote student learning of special education. The specific objectives are: to know the real meaning of curricular adaptation and evaluation for the development of inclusion student; understand how the teacher can adapt the curriculum to develop their students to include and how this action takes place; notice how the teacher evaluates his student inclusion and how the evaluation takes place; notice how the teacher can act for the development of student inclusion and how to register its progress; recognize as support, guide and assist teachers who meet inclusion of students in the exercise of supervision of education and look for opportunities to improve the professional practice of Teaching Supervisor, especially in school inclusion. This quality search process is also the Education Advisor, which helps with their education and follow-up actions in their schools. To conduct the survey, and the pursuit of theoretical, we made a field survey using the questionnaire technique, applied to Supervisors of Education. From the reported reality it is clear that there is respect for diversity and the pursuit of better service to students, based on continued training and collective work, emphasizing the use of collective pedagogical work of school as a privileged space for interaction and reflection on the inclusive education.

Keywords: assessment, curriculum, school inclusion, education supervisor.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Como adaptar o currículo oficial às necessidades e possibilidades do aluno, proporcionando oportunidades de crescimento e avaliar esta participação dentro de um padrão que muitas vezes exige a transcrição para notas ou conceitos? Esta é a pergunta-chave que se pretende responder, para assim auxiliar e orientar professores e escolas. Também o Supervisor de Ensino, precisa conhecer este tema, para assim poder orientar e acompanhar suas escolas.

É preciso saber o real significado de adaptação curricular para que todos tenham acesso ao currículo escolar e possam ampliar seu conhecimento e desenvolver-se a caminho do exercício da cidadania, do exercício de seus direitos e deveres na sociedade em que vivem, para que todos possam sentir-se pertencentes, realizados e felizes. Há conceitos que permeiam a prática e que precisam ser conhecidos para que o aluno deficiente seja atendido com qualidade.

Neste universo do significado da adaptação curricular, a avaliação tem importância, na medida em que apontará o que cada aluno já adquiriu de conhecimentos, a cada etapa de seu desenvolvimento escolar. A avaliação precisa também ser pensada sob a perspectiva inclusiva para que não seja apenas um instrumento coletivo, respeitando as individualidades de cada aluno.

Esta pesquisa poderá contribuir para o trabalho de Supervisor de Ensino, na medida em que oportunizar maior conhecimento e este poderá contribuir na orientação e reflexão junto dos professores no campo científico. A realidade precisa ser analisada sob o olhar de quem atende os alunos recebidos.

A partir da realidade observada, a pesquisa acadêmica oportunizará reflexão utilizando como elementos a realidade prática dos professores das escolas e os resultados da pesquisa realizada. Enfim, contribuirá na orientação e acompanhamento de escolas, professores e alunos. Como desdobramento, o aluno de inclusão poderá alcançar maior qualidade de ensino, dentro de suas reais possibilidades de crescimento.

OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é compreender como acontece a adaptação curricular e sua relação com a avaliação para que a inclusão aconteça de forma a promover o aprendizado do aluno da educação especial. Conhecendo a realidade, é possível propor ações que garantam a aprendizagem de todos.

São objetivos específicos:

- Conhecer o real significado da adaptação curricular e da avaliação para o desenvolvimento do aluno de inclusão.
- Entender como o professor poderá adaptar o currículo para o desenvolvimento de seus alunos de inclusão e como esta ação acontece.
- Perceber como o professor avalia seu aluno de inclusão e como a avaliação acontece.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Perceber como o professor poderá agir para o desenvolvimento do aluno de inclusão e como registrar seus progressos.
- Reconhecer como subsidiar, orientar e auxiliar os professores que atendem alunos de inclusão no exercício da Supervisão de Ensino.
- Buscar oportunidades de aprimorar a prática profissional do Supervisor de Ensino, especialmente na inclusão escolar.

REVISÃO DE LITERATURA

As referências são amplas e ao mesmo tempo recentes, ainda há muito que estudar, pesquisar e construir. É possível citar alguns recortes que estão contribuindo para a reflexão, a partir das constatações da prática e dos relatos dos colegas Supervisores de Ensino, sobre as escolas da Diretoria de Ensino.

Consultando a literatura acadêmica, observamos conceitos e reflexões que poderão contribuir para o conhecimento, como por exemplo, estes que seguem aqui listados.

Costa (2011), em seu trabalho, sob o título Adaptação Curricular na Escola Inclusiva, apresenta a ideia de caracterização da inclusão de alunos com necessidades especiais na classe regular, sob a perspectiva de que esta inclusão implica o desenvolvimento de ações adaptativas, visando à flexibilização do currículo, para que ele possa ser desenvolvido de maneira efetiva em sala de aula, e atender as necessidades individuais de todos os alunos. Esta também é a definição que está no vocabulário de nossos professores que pretendem a inclusão, como se vê na fala dos Supervisores de Ensino entrevistados nesta pesquisa. Nossas escolas estão em diferentes graus de amadurecimento, desenvolvendo uma cultura de inclusão. Recebem o aluno, mas ainda tem dificuldades de oferecer qualidade de atendimento. Sabem que é preciso agir, mas tem dificuldade em saber como. A necessidade de adequação faz parte do contexto de planejamento e estudo nas formações continuadas. Busca-se a adaptação curricular e as avaliações apontam esta necessidade.

No documento Parâmetros Curriculares Nacionais – Adaptações Curriculares - Estratégias para a Educação de Alunos com Necessidades Educacionais Especiais (1999), temos que essas adaptações curriculares realizam-se em três níveis: - adaptações no nível do projeto pedagógico que devem focalizar, principalmente, a organização escolar e os serviços de apoio; adaptações relativas à programação das atividades elaboradas para sala de aula e adaptações individualizadas do currículo, que focalizam a atuação do professor na avaliação e no atendimento a cada aluno.

Nossos professores buscam caminhos e neste caminhar despontam as necessidades de adaptação no currículo, na programação de atividades e no atendimento individualizado. Esse último se apresenta como realidade a ser superada, pois as pesquisas apontam dificuldades do professor para atender individualmente e o uso de metodologias e instrumentos únicos para todos. Que há diferenças e individualidades próprias a cada

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

aluno já está reconhecido por todos, mas o atendimento segundo esta constatação, ainda não acontece.

Temos então, a inclusão entendida sob a dimensão curricular, onde o aluno com necessidades especiais deve fazer parte da classe regular, aprendendo as mesmas coisas que os outros, cabendo ao professor fazer as necessárias adaptações (Declaração de Salamanca – UNESCO - 1997). O professor apresenta em seu discurso, este conceito de proporcionar aprendizagem utilizando diferentes recursos, ou utilizando recursos de apoio conforme a necessidade de cada aluno, mas ainda não é o que acontece na prática

Hoje temos diferenças na definição de adaptação curricular e na realidade prática de atendimento ao aluno por cada professor. As definições combinam-se a experiências e vivências pessoais e estão em discussão nas escolas. Hoje o aluno da educação especial frequenta classes regulares e tem atendimento especializado.

Retomando a realidade objeto de pesquisa, quais são as definições que permeiam o universo das escolas da diretoria de ensino? A resposta a este questionamento pode apontar qual conteúdo é preciso buscar para capacitar nossos professores tendo como objetivo a aprendizagem de todos. Ao observar que conceitos e prática divergem, já temos apontado o caminho para iniciar a formação continuada.

Lopes contribui para esta reflexão com seus textos "Adequação Curricular" (2010) e "Flexibilização Curricular" (2009), ao tratar da inclusão educacional do aluno com deficiência intelectual na escola regular e das adequações curriculares como um caminho para a efetivação do direito garantido em leis e manifestado nas políticas públicas educacionais, desde o início da década de 1990. No texto, a pesquisa foi desenvolvida em uma escola das séries iniciais do ensino fundamental, num município situado ao norte do Paraná, com o objetivo de analisar como vinham sendo processados a inclusão do aluno com deficiência intelectual no ensino regular e o atendimento educacional especializado nos serviços da rede de apoio da escola. Na perspectiva da autora, na realidade de uma escola do Estado do Paraná, é possível perceber o sentido da inclusão e as relações com a adequação curricular e o sucesso na escola também dos alunos da educação especial.

Os participantes desta pesquisa contribuem para que se perceba como estão nossas escolas em relação à inclusão. A realidade do norte do Paraná é diferente da nossa? Por quê? Ao observar realidades distantes geograficamente podemos perceber semelhanças e verificar novas possibilidades para melhor atender ao aluno.

No texto de Malacrida e Moreira (2009), analisou-se as proposições contidas na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, nas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Especial na Educação Básica e na Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva com relação à proposta de flexibilização curricular. Percebe-se uma simplificação do processo inclusivo, contida nos documentos que não

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

proporciona subsídio suficiente para a organização de um trabalho pedagógico inclusivo, mas em contrapartida registra garantia de apoio e recursos necessários para a acessibilidade física e educacional de alunos com necessidades educacionais especiais no ensino comum. Temos, portanto, garantia legal que precisa ser consolidada pelas políticas educacionais na prática. Percebe-se que a escola sente necessidade de saber mais sobre suas possibilidades de atendimento assim como faltam recursos em algumas escolas. Há ainda, aquelas que precisam de orientação para melhor utilizar os recursos disponíveis. A formação continuada, alicerçada na própria escola e pela escola, é um caminho, mas pode necessitar de maior suporte. Cursos de formação externa, também são bem vindos principalmente porque podem contribuir para o aprofundamento de conceitos que asseguram os princípios de todo o processo. A responsabilidade do sucesso ou insucesso pela inclusão está mais alicerçada em atos pedagógicos, muitas vezes, isolados do professor regente, do que de uma política educacional inclusiva.

Será esta nossa realidade? Como romper este isolamento? Os partícipes da pesquisa apontam algumas escolas onde o processo ocorre com maior fluidez a partir do diálogo entre todos – professores, especialistas da educação especial e famílias. O texto de Malacrida e Moreira (2009) conduz a uma reflexão do alcance da legislação na prática e acaba por levar a observação do papel do professor da classe regular, que pode figurar como o único apoio do aluno de inclusão. A realidade pesquisada aponta para situações muito próximas e que precisam ser resolvidas.

Christofari (2010), aponta a importância da avaliação e da própria inclusão como possibilidades de reconhecer as diferenças individuais e culturais. Fala da diversidade como condição humana, relacionada ao ambiente sociocultural de que participam e da importância da relação entre ambos. Dos professores temos o conceito de avaliação como ferramenta para o processo de ensino e aprendizagem, mas, no entanto ainda se observa uso de um instrumento para muitos e para muitas situações. A individualidade, as características pessoais de cada aluno são percebidas, mas não no momento de avaliação? Esta constatação é apontada como dificuldade nas escolas, pelos Supervisores participantes.

O desafio que se impõe a escola é a convivência com toda esta diversidade de situações e esta possibilita a percepção do outro, das relações pessoais e das ações necessárias para uma educação para todos.

TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Esta pesquisa está vinculada ao Programa Redefor Educação Especial e Inclusiva intitulada "Rede de educação inclusiva: Formação de Professores nos âmbitos de Pesquisa, Ensino e Extensão", aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CAAE), da Faculdade de Ciências e Tecnologia (FCT), UNESP, campus de Presidente Prudente,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

SP, sob o nº 26341614.3.0000.5402, cujo parecer nº 173.558 é datado de 07 de dezembro de 2012.

UNIVERSO DA PESQUISA

Esta pesquisa foi realizada a partir de questionários realizados com alguns Supervisores de Ensino pertencentes a uma Diretoria de Ensino do interior do Estado de São Paulo. Esta Diretoria de Ensino atende a 81 escolas estaduais, 13 municipais e 125 particulares, distribuídas em dois municípios, sendo um deles com mais de um milhão de habitantes e o outro com cinquenta mil. A partir desta ação, a realidade de atuação destes profissionais, assim como das escolas por eles acompanhadas, pode demonstrar como acontece a inclusão, o desenvolvimento do currículo e a avaliação.

PARTICIPANTES

Participaram da coleta de dados, sete Supervisores de Ensino, todos titulares de cargo, nível superior completo, sem pós graduação, na faixa etária de 45 a 68 anos, sendo seis do sexo feminino e um do sexo masculino. Nenhum dos participantes fez cursos na área da educação especial e um dos participantes representa a Diretoria de Ensino nas convocações de orientações técnicas da área, promovidas pela Secretaria de Estado da Educação. Dentre os sete participantes, dois são solteiros e os demais casados. Todos têm alunos com alguma deficiência nas escolas de seus setores de trabalho, que abrangem escolas estaduais e particulares que atendem toda a educação básica, do infantil ao ensino médio.

INSTRUMENTOS

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário, composto de dez questões. Nenhum dos convidados a participar deseja ser identificado, embora tenham participado de livre e espontânea vontade. A negativa em identificar-se tem como justificativa preservar seu trabalho e de suas escolas, permitindo assim maior liberdade de expressar opiniões, sem que as escolas de seus setores de trabalho se vejam identificadas nos relatos, o que poderia prejudicar futuras ações ou provocar constrangimento.

PROCEDIMENTOS PARA A COLETA E SELEÇÃO DE DADOS

O questionário foi entregue previamente aos interessados que escolheram responder por escrito ou marcar uma conversa a partir das questões recebidas. Foi possibilitada esta liberdade de escolha, para permitir maior adequação aos compromissos de cada participante, pois não dispõem de tempo livre.

PROCEDIMENTOS PARA A ANÁLISE DE DADOS

Recebidos os questionários respondidos, coletados e registrados os comentários dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

participantes que preferiram verbalizar suas respostas, elas foram separadas e tabuladas para caracterizar e analisar o conteúdo apresentado. Pretendeu – se verificar como ocorre a inclusão dos alunos com deficiência, se é necessária, existe e como acontece a adaptação curricular. Também a avaliação, como ela acontece nas escolas a partir do relato dos participantes e como acontece para cada aluno, com ou sem deficiência, para verificar se há igualdade de condições.

RESULTADOS E ANÁLISE

As pesquisas utilizadas neste trabalho mostram que a inclusão é realidade, porém há muitos obstáculos para que a qualidade seja alcançada. Alguns destes obstáculos já estão sendo enfrentados pelas escolas.

Mesmo a Supervisão de Ensino, que ocupa importante papel de acompanhamento das escolas não possui formação na área da educação especial e os cursos oferecidos, como formação continuada, ainda não universalizam o atendimento, porque não apresentam vagas suficientes para todos. Não houve investigação quanto ao interesse dos entrevistados, porque é de conhecimento de todos que os cursos da área são poucos e com poucas vagas. Em geral são cursos que priorizam o atendimento ao professor, o que é importante e justificável, mas quem acompanha o atendimento também precisa acompanhar os cursos.

Os participantes da pesquisa relatam com unanimidade que a inclusão acontece, no sentido de que há matrículas de todos sem restrição, seja qual for sua deficiência. Ela acontece por iniciativa das famílias e a partir daí as escolas se mobilizam para o atendimento. A dificuldade maior está na qualidade do atendimento, cuja busca é constante e não restrita ao aluno da educação especial.

A avaliação também enfrenta dificuldades principalmente por parte do professor que não conhece ou demora a conhecer seus alunos, seu desenvolvimento e suas possibilidades de aprendizagem. Outra dificuldade é o registro, sendo que esta por vezes persiste até nas escolas mais experientes e que já avaliam sem grande dificuldade. Na dificuldade do registro entra o conflito em avaliar transcrevendo em notas ou conceitos, que alcança todos os alunos e não apenas de inclusão. Em geral as escolas que apresentam dificuldades na avaliação têm esta dificuldade para qualquer aluno, seja de inclusão ou apenas com dificuldade momentânea num conteúdo específico. Ainda existe, por parte de alguns professores, a necessidade de avaliar com notas menores quem não faz determinada atividade, sem repensar o instrumento utilizado para avaliar. Avaliar por vezes, se transforma em um instrumento autônomo e até padronizado. Há professores que nem se abalam em deixar 70% dos alunos com conceito insatisfatório, sem conhecer se eles têm dificuldade ou se o problema está no recurso ou instrumento utilizado. Este não é um tema bem resolvido na graduação, na formação inicial do professor.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Como apoio, o primeiro passo é orientar, capacitar o professor a partir de suas necessidades, esta capacitação deve ser iniciada na escola pelo próprio grupo, nele incluído o professor especialista da educação especial. Quem fará o diagnóstico da necessidade é a escola. O caminho é conhecer o grupo de professores e reconhecer-se nele. O professor pode não conhecer recursos para seus alunos e ter dificuldade em localizá-los. É neste momento que a presença do professor coordenador, da equipe gestora e do especialista poderá auxiliar a escola como um todo. Nos relatos dos entrevistados observa-se que há dificuldades em atender de forma diferenciada qualquer aluno que não esteja acompanhando coletivamente o que é ensinado. Para chegar à solução deste problema é preciso formação, seja ela a partir das ações contínuas das Aulas de Trabalho Pedagógico Coletivo (ATPCs) e ou Orientações Técnicas promovidas pelas diretorias de ensino e ou cursos promovidos pela Secretaria de Estado da Educação de São Paulo. As escolas com salas de recurso ou ao menos a itinerância conseguem entender melhor como atender ao aluno, se optam pelo diálogo coletivo, incluindo também a família. Uma das escolas citadas como exemplo tem conseguido atender melhor porque envolve ao máximo possível os pais. Não é uma tarefa fácil, mas eles já perceberam que a família consegue apontar pistas de como o aluno aprende, pelo que acontece em casa.

Os participantes da pesquisa relatam que como procedimentos e outros recursos pedagógicos, geralmente, os professores costumam recorrer ao professor especialista da educação especial. Em algumas escolas este trabalho complementa o trabalho coletivo que a escola já busca implementar ao longo do tempo e há resultado positivo. O problema a enfrentar é o tempo, pois os encontros acontecem nas ATPCs, e a carga horária é pequena. Quando o grupo de professores é estável, como, por exemplo, em escolas com maior número de professores efetivos, este tempo começa a ser mais organizado e o sucesso é maior. Nas escolas onde não há professor especialista da educação especial, o professor coordenador é fundamental para ajudar na busca de caminhos para melhor atender professores e alunos na inclusão. Os procedimentos utilizados são aqueles já tradicionais, cuja teoria vem da vida acadêmica e que estão tradicionalmente sedimentados nas escolas, sendo o diferencial a adequação a realidade.

Os participantes da pesquisa consideram adaptação curricular a adaptação do currículo às necessidades do aluno. Em geral entendem adaptação curricular como ensinar as mesmas coisas para todos, mas ensinar de forma diferente, utilizando outras estratégias e materiais. Também fizeram referencia a utilização de recursos complementares para que o aluno com deficiência alcance as mesmas condições dos demais e o exemplo clássico apontado foi a utilização de libras e participação do interprete acompanhando alunos surdos durante as aulas. Conforme relatam, a maioria dos professores tem dificuldades na prática, embora textualmente concordem que todos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

têm direito a aprender ao menos o mínimo representado pelo currículo básico, nem sempre sabem ou agem para ensinar a todos com eficiência. Momento onde esta constatação é visível são as reuniões de conselho de classe, ano ou série, onde sempre está em pauta qual nota pode sintetizar o progresso de cada aluno. Também é nos conselhos que se percebe o uso ou não dos diferentes instrumentos para avaliar a todos. Os participantes da pesquisa percebem no conselho oportunidade de crescimento coletivo, a partir da participação de todos e para detectar temas para formação continuada.

A partir da constatação de que a adaptação curricular é necessária e de que existe concordância sobre este tema, os participantes relatam o que observam como dificuldades e desafios na sua implementação. O atendimento individual é dificuldade constante do professor, mesmo nas situações comuns do dia a dia, provocadas pelas diferenças individuais de cada aluno, no desenvolvimento de suas habilidades e competências. Ainda sobre o atendimento aos alunos com deficiência, foi relatada dificuldade com algumas famílias que omitem a situação real de seus filhos. Há aquelas que não sabem como agir, nunca buscaram atendimento especializado ou que tem receio de falar por motivos diversos e não declarados. Estas famílias são mais resistentes ao contato da escola. A falta de formação inicial e contínua também dificulta todo o processo de inclusão. Não há dificuldade em abrir novas salas de recurso ou, nos casos onde não há salas ociosas, é possível abrir turmas de itinerância. O problema, é que faltam professores habilitados para a educação especial. Nos últimos anos, não há graduação desta área aqui na região e a formação tem sido pela pós graduação/especialização, em geral *latu sensu*, em pequeno número até para que se tenha ideia da qualidade desta formação inicial para o atendimento ao aluno.

Quanto aos facilitadores, a proximidade com as famílias aparece como fator que dinamiza a comunicação e consequentemente o processo, pois a troca de conhecimento aproxima e amplia a visão das necessidades de cada aluno. Outro facilitador é a presença do professor especialista na educação especial, pois ele pode orientar os demais e apontar recursos adequados a cada caso. Escolas que já caminham dentro da proposta de trabalho coletivo também encontram maior facilidade no atendimento de seus alunos. Outro aspecto importante citado é a disposição para a formação continuada, principalmente aquela que nasce das necessidades da própria escola e aproveitando sua realidade prática.

Cada participante descreveu aspectos de sua vivência na inclusão de alunos com deficiência e há relatos importantes para o desenvolvimento dos alunos. Em geral são ações simples e práticas que encontram sucesso e eficácia na inclusão entendida como possibilidade de aprender e se desenvolver junto de seus pares em situação de igualdade. Segundo os participantes a diretoria de ensino ainda não promove a troca destas experiências, mas acreditam que este pode ser um caminho principalmente para

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

as escolas que não contam com professor especialista na educação especial. Existem ações espontâneas de algumas escolas, que convidam, por exemplo, o professor especialista da escola vizinha para vir na ATPC e orientar no atendimento de um aluno recebido da outra escola. Também existe a busca de orientação do atendimento especializado de alunos que passam por algum profissional, convidando-o a participar das reuniões escolares para orientar a escola como um todo. Há ainda professores que criam materiais a partir de sucata, pensando em suprir a necessidade de algum material que complemente e amplie as possibilidades de suas aulas. Há muitas ações de inclusão, mas a avaliação não acompanha em termos de alcance e envolvimento consciente. Parece mais fácil agir para ensinar do que avaliar considerando as características de cada um. Há maior dificuldade em utilizar diferentes instrumentos e registros da evolução individualmente. Nos relatos percebem-se escolas que já caminham com maior desenvoltura para analisar o progresso de seus alunos e rever suas estratégias, mas ainda há muito por fazer, nestes aspectos. Percebe-se maior facilidade nestas questões para os professores dos anos iniciais do ensino fundamental.

A pesquisa mostra que os Supervisores de Ensino observam interesse dos professores em aprimorar seu atendimento aos alunos com deficiência. Os alunos são recebidos e atendidos e este atendimento começa com o conhecimento do aluno, a busca de informações documentais a partir dos laudos médicos e dos professores especialistas da educação especial e da experiência das famílias. Avaliações com a finalidade de saber o que cada aluno sabe, também contribuem para este conhecimento inicial. A partir deste conhecimento, os professores passam a buscar apoio da equipe gestora, principalmente do professor coordenador e dos demais professores, para discutir e selecionar estratégias de atendimento. Materiais, estratégias e recursos necessários irão se juntar ao atendimento individualizado de cada aluno, e neste rol estará também o aluno com deficiência. Este processo acontece com maior ou menor dificuldade, dependendo da realidade prática de cada escola, cada professor e principalmente cada aluno em particular.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa contribui para uma discussão que precisa de continuidade e será enriquecida com diálogo e trabalho coletivo. Adaptação, Avaliação e Inclusão são temas presentes em todas as escolas e demandam estudo da própria realidade vivenciada, incluindo professores, gestores e famílias. Observamos melhorias, mas é preciso buscar atendimento para todos, sem exceção.

Alguns assuntos levantados merecem ser retomados a partir da participação de cada entrevistado e do referencial bibliográfico utilizado. São eles a ATPC, como espaço de interação e formação, a Avaliação e a Adaptação Curricular.

Como procedimentos pedagógicos, as ATPCs com a presença do especialista na área de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

educação especial, no caso das escolas que tem sala de recurso ou itinerância, são importante iniciativa. As escolas que não contam com especialista também incluem nas pautas de ATPC, este tema e nestas o professor coordenador deve buscar maiores subsídios para suprir esta falta. Na ausência de materiais em número ou adequação, também se observa a iniciativa de produzir material, com este apoio. Há escolas onde os professores coletivamente pensam nas estratégias para atender seu aluno e possibilitar sua participação na vida escolar como os demais alunos. Estas escolas obtêm maior sucesso no atendimento aos alunos em geral, sejam de inclusão ou não.

Outro tema que precisa ser constantemente discutido, a partir da matrícula dos deficientes, é a Adaptação Curricular. Adaptação Curricular significa adequar o currículo às habilidades e competências que o aluno já desenvolveu. A adaptação começa pelo conhecer o aluno e o que ele sabe. Não é reduzir o que se ensina, mas é priorizar a qualidade dentro das possibilidades do aluno. É adequar o que precisa ser ensinado às dificuldades e necessidades dos alunos e dentre eles, principalmente o aluno de inclusão. Adequar não é reduzir, é adaptar. Atender ao aluno com necessidade especial para que ele acompanhe os demais, sem separar, portanto sem reduzir. É ensinar de forma diferente para que o aluno, dentro de suas possibilidades consiga aprender. Novas metodologias e novos recursos podem ser importantes complementos.

Nas escolas, o que em geral acontece é a dificuldade de alguns professores em utilizar estratégias diversificadas. Uma justificativa apontada pela maioria dos professores é o número de alunos. A maioria das escolas citadas tem a média de 25 alunos por turma, que em comparação a outras regiões corresponde a classes pequenas, mesmo assim o número é considerado alto, pelos professores, quando há casos de deficiente matriculado. Também foi relatado, que há dificuldade em atender aos alunos individualmente nas situações rotineiras, por parte de muitos professores. Considerando que existe esta dificuldade, é necessário investir em capacitação. Outro desafio é a falta de professores especialistas. As escolas montam salas de recurso ou itinerância e nem todas são atribuídas porque não aparecem especialistas.

O desafio volta a ser mencionado pela maioria como a necessidade de capacitação do professor, de como conhecer o aluno e de como ensinar. Entender cada aluno e como prosseguir é a dificuldade do professor. A comunicação entre especialista e professor da classe também é uma dificuldade. Falta tempo, há aulas atribuídas em várias escolas etc.

Outro facilitador é a própria união dos professores da turma e especialista na educação especial para discutir como o aluno aprende e como será possível ensiná- lo para que amplie este conhecimento. E esta discussão acontece também nas escolas sem especialista que procuram trocar experiências entre si. O uso da ATPC para formação, com a receptividade do professor que deseja ensinar a todos, é o ponto de partida.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Outro espaço de tempo constante não há e a ATPC tem como principal objetivo a temática pedagógica da escola. Facilita o querer oferecer qualidade, a busca por orientação e recursos que acontece por iniciativa das escolas. O primeiro passo para o sucesso sempre inicia pela adesão dos envolvidos, e aí se percebem avanços e possibilidades reais.

A partir dos relatos e da consulta bibliográfica podemos afirmar que a forma de adaptar o currículo oficial às necessidades e possibilidades do aluno, proporcionando oportunidades de crescimento está em construção e seus caminhos são diferentes em cada escola em particular.

Também os atores deste processo estão percorrendo caminhos próprios e individuais, que apesar desta constatação sugerir individualismo e não coletividade, não é esta a realidade. Temos escolas construindo conceito coletivo de inclusão e outras lutando para aproximar todos para iniciar um percurso próprio, também coletivo.

Há dificuldades, mas há desejo de superá-las. Há quem já sabe por onde seguir, enquanto outros precisam de um apoio maior.

Cada Supervisor de Ensino já percebeu estas diferenças e poderá apoiar suas escolas que precisam construir e reconstruir seu processo de inclusão e avaliação. A avaliação é importante aspecto para que a inclusão seja real e de todos. Não basta superar obstáculos para integrar o deficiente, é preciso oportunizar a aprendizagem para todos, conhecer e reconhecer as habilidades de cada um para possibilitar o desenvolvimento de outras necessárias. Aqui entra a adaptação curricular, em seu sentido amplo de utilização, englobando diferentes alternativas para possibilitar a aprendizagem de todos. A escola deve se conscientizar que precisa encontrar diferentes maneiras para ensinar a todos, considerando o currículo mínimo para cada ano.

De forma geral todos os envolvidos na atividade escolar de aprendizagem, estão familiarizados com conceitos e a realidade da inclusão, assim como dos recursos disponíveis e possíveis. Soluções e encaminhamentos também estão presentes nestas escolas. Todas já perceberam a força do trabalho coletivo, do diálogo, do estudo de cada caso em particular, a partir do conhecimento de cada um. Neste diálogo tem sido incluída a família, que com o conhecimento adquirido pode incluir a escola, na vida e no desenvolvimento de cada aluno da educação especial e daqueles que apresentam dificuldades de aprendizagem. A inclusão já acontece e estamos caminhando para a qualidade do atendimento. Neste caminhar, o Supervisor de Ensino desempenha importante papel no acompanhamento das escolas de seu setor de trabalho. E estes estudos e pesquisa certamente trouxeram nova perspectiva para o trabalho do Supervisor de Ensino, e deverão ser intensificados para ampliar seu alcance prático.

REFERÊNCIAS

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CHRISTOFARI, Ana Carolina. **Avaliação e inclusão escolar**: desafios, conflitos e possibilidades. Universidade Federal do RGS, 2010.
COSTA, Sttela Maris de Lima. **Adaptação curricular na escola inclusiva e seus reflexos no processo da aprendizagem e socialização dos alunos com necessidades educacionais especiais.** Universidade de Brasília, 2011.
LOPES, Esther. **Adequação curricular um caminho para inclusão do aluno com deficiência intelectu**al. Londrina – PR: Universidade Estadual de Londrina, 2010.
LOPES, Esther. Flexibilização **Curricular**: um caminho para o atendimento de aluno com deficiência, nas classes comuns da Educação Básica, 2009.
MALACRIDA, Patrícia Freitas e MOREIRA, Laura Ceretta. **Adaptações /adequações curriculares no processo de inclusão:** das políticas educacionais às práticas pedagógicas. IX Congresso Nacional de Educação Especial, 2009.
PARÂMETROS CURRICULARES NACIONAIS – Adaptações Curriculares – Estratégias para a Educação de Alunos com Necessidades Educacionais Especiais – MEC – Brasília, 1999.
UNESCO – MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA DA ESPANHA – DECLARAÇÃO DE SALAMANCA E LINHA DE AÇÃO – CORDE – Ministério da Justiça – Brasília, 1997.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A EDUCAÇÃO INCLUSIVA NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR

Maria Isabel Monegatto (Escola Estadual-SP): bel_nasinha@hotmail.com
Raquel Rosan Christino Gitahy (UNOESTE/UEMS) raquel@unoeste.br*

Resumo

Quando se fala em de pessoas com deficiência, é possível perceber que estão acontecendo mudanças. Não vivemos em uma sociedade completamente inclusiva, mas já temos leis que garantem os direitos dessas pessoas, o que não existia antigamente. Mas a conquista legal garante a sua realização? Não basta oferecer uma vaga, é necessário oferecer educação de qualidade. Refletindo sobre esta problemática, a presente pesquisa tem como objetivo entender como as aulas de Educação Física estão acontecendo na Escola Estadual Irmã Maria de São Luiz, em Várzea Paulista, buscando maneiras de aprimora-las, para contribuir com a qualidade do ensino na escola, promovendo a inclusão e integração dos alunos. Para tanto foi realizada uma breve revisão bibliográfica sobre a Educação Inclusiva e a Educação Física, além de mostrar o resultado de uma pesquisa feita com o professor de Educação Física de uma escola estadual em Várzea Paulista. Para a coleta de dados, foi utilizado um roteiro de observação e de entrevista, tendo como objetivo entender como estão acontecendo as aulas na unidade e também qual é a percepção do professor sobre a Inclusão. A partir dos resultados da presente pesquisa pode-se perceber que a para a Escola Inclusiva exista, cumprindo o que a lei declara, ainda são necessárias mudanças. Na disciplina de Educação Física o professor pesquisado mostrou que está sempre buscando o melhor para os seus alunos, incluindo todos, mas ele ainda se sente despreparado para trabalhar com a inclusão. Para que a Escola se torne cada vez mais inclusiva são necessárias capacitações para os professores da escola, para que eles possam se sentir mais confiantes para oferecer um ensino de qualidade para todos os alunos.

Palavras Chave: Inclusão. Educação Física. Educação de qualidade. Diversidade.

Abstract

When it comes to people with disabilities, it can see that changes are happening. We do not live in a fully inclusive society, but we already have laws guaranteeing the rights of these people, which did not exist before. But the legal achievement ensures its realization? Not just offering a place, we need to provide quality education. Reflecting on this issue, this research aims to understand how physical education classes are taking place in the State School Sister Mary of St. Louis in Varzea Paulista, seeking ways to enhances them, to contribute to the quality of education at school promoting the inclusion and integration of students. For such a brief literature review on Inclusive Education and Physical Education was held, in addition to showing the result of a survey of the physical education teacher at a state school in Várzea Paulista. To collect data, we used a script by observation and interview, aiming to understand how the classes are taking place in the unit and also what is the perception of the teacher on Inclusion. From the results of this research can be seen that for Inclusive School there, fulfilling what the law states, are still necessary changes. In Physical Education Professor researched showed that is always seeking the best for their students, including all but it still feels unprepared to work with inclusion. So that the school becomes ever more inclusive are needed training for school teachers, so that they can feel more confident to provide a quality education for all students.

Keywords: Inclusion. Physical education. Quality education. Diversity.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Quando se fala em pessoas com deficiência, é possível perceber que estão acontecendo mudanças. Não vivemos em uma sociedade completamente inclusiva, mas já temos leis que garantem os direitos dessas pessoas, o que não existia antigamente.

A Escola recebe vários tipos de alunos, que vem de diferentes lugares, cada um com as suas individualidades, por isso é necessário que ela se adeque a eles, que os inclua com qualidade, isso é uma tarefa difícil e que mobiliza a todos. Para que a Escola se torne inclusiva na prática são necessárias mudanças arquitetônicas, pedagógicas e sociais.

De acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), a atenção à diversidade deve se concretizar em medidas que levem em conta não só as capacidades intelectuais e os conhecimentos de que o aluno dispõe, mas, também, seus interesses e motivações. Esse conjunto constitui a capacidade geral do aluno para aprendizagem em um determinado momento.

E a Educação Física como contribui para o ensino inclusivo e de qualidade? Será que os professores estão preparados para trabalhar com a diversidade?

A Educação Física vem resgatar uma educação para todos, principalmente no que se refere aos alunos que apresentam necessidades especiais. "Dando oportunidades ao aluno, com necessidades educativas especiais de conhecer suas possibilidades e vencer seus limites, facilitando a sua participação sempre que possível nas aulas de Educação Física, promovendo a interação entre todos os alunos". (MARQUES et. al., 2008). Mas nem sempre é uma tarefa fácil, para que isso aconteça é necessário que o professor seja capacitado para criar situações onde o aluno possa "vencer seus limites". Além de apoio da Escola como um todo (gestão e funcionários) e de toda a sociedade.

OBJETIVO

Tendo em vista a dificuldade de tornar a escola realmente inclusiva este artigo tem como objetivo entender como as aulas de Educação Física estão acontecendo na Escola Estadual Irmã Maria de São Luiz, em Várzea Paulista, buscando maneiras de aprimora-las, para contribuir com a qualidade do ensino na escola, promovendo a inclusão e integração dos alunos.

REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com a lei número 9.394, artigo 2º (BRASIL, 1996), "a educação, dever da família e do Estado, inspirada nos princípios de liberdade e nos ideais de solidariedade humana, tem por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho". Essa lei tem alguns princípios base para o ensino, estão entre eles: liberdade de aprender,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ensinar, pesquisar e divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber; pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas; respeito à liberdade e apreço à tolerância.

Mas o que quer dizer educação? Em relação à palavra educação Amorim (s/d,p. 1113) se refere a ela dizendo que, "a etimologia da palavra, que foi dicionarizada em português no século XVII, vem do latim *educatio*, sinônimo de ação de criar ou de nutrir, cultura, cultivo, que designa um ato ou um processo e um efeito". Sampaio, et. al. (2002) afirmam que a educação é aquilo que alguém conquistou ao fim de um processo em que interagem a prática e a teoria, a teoria e a prática, a ciência e a técnica (tekne), o saber e o fazer. É um processo de vida, de construção, de experimentação.

Na concepção tradicional de Educação, o aluno vem até a escola com a cabeça essencialmente vazia e cabe à escola nela colocar um conjunto de conhecimentos fatuais e habilidades intelectuais, testando periodicamente a aquisição destes conhecimentos através de provas e exames. (LITTO, s /d) Atualmente essa concepção vem mudando, sendo necessária uma transformação da Educação, pois os alunos estão trazendo a cultura que possuem para escola, de modo que o conhecimento e a aprendizagem seja uma ação em conjunto, agregando o conhecimento do aluno ao conteúdo a ser trabalhado pelo professor, tornando assim a educação mais significativa.

A escola, com a diversidade dos alunos, torna-se um ambiente de diferenças, onde cada pessoa tem sua individualidade. E dentro da diversidade temos pessoas de diferentes tipos de gêneros, idades, raças, aparências, inteligências, e além disso existem pessoas com deficiências de tipos variados como física, visual, auditiva e intelectual. Todas as pessoas fazem parte da sociedade, e contribuem de alguma forma para essa diversidade, que é importante para o aprendizado social de todos, trabalhando valores como respeito e tolerância. "Em nossas sociedades cada vez mais diversificadas, torna-se indispensável garantir uma interação harmoniosa entre pessoas e grupos com identidades culturais a um só tempo plurais, variadas e dinâmicas, assim como sua vontade de conviver". (UNESCO, 2002, p. 2)

Em uma sociedade cheia de diversidades, mas também ainda cheia de preconceitos, pessoas com deficiência acabam sofrendo, pois muitas pessoas não sabem como agir diante da deficiência, que segundo DECRETO nº 3298/99, artigo 3º "é toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano". (CONVENÇÃO DA ONU E OS CRITÉRIOS DA CIF, s/d)

De acordo com o Censo 2010, 45.606.048 de brasileiros, 23,9% da população total, têm algum tipo de deficiência – visual, auditiva, motora e mental ou intelectual. A deficiência visual apresentou a maior ocorrência, afetando 18,6% da população brasileira. Em segundo lugar está a deficiência motora, ocorrendo em 7% da população, seguida da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

deficiência auditiva, em 5,10% e da deficiência mental ou intelectual, em 1,40%.

A deficiência física "é o comprometimento da função física que poderá acontecer quando existe a falta de um membro (amputação), sua má-formação ou deformação (alterações que acometem o sistema muscular e esquelético)". (SCHIRMER, 2007)

Na deficiência visual "os graus de visão abrangem um amplo espectro de possibilidades: desde a cegueira total, até a visão perfeita, também total. A expressão 'deficiência visual' se refere ao espectro que vai da cegueira até a visão subnormal". (GIL, 2000)

A deficiência auditiva "é caracterizada pela perda total ou parcial da capacidade de ouvir, manifesta-se como surdez leve e moderada e surdez severa ou profunda. Assim como na visual, as pessoas portadoras de deficiência auditiva podem ser afetadas na sua aprendizagem e no seu desenvolvimento integral". (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2008).

A deficiência intelectual de acordo com a American Association of mental redartation (1992) citada por Nunes, et. al. (2003)

> É definida como funcionamento intelectual geral significativamente inferior à média, que interfere nas atividades adaptativas e cognitivas. De acordo com essa entidade, o estado de redução notável do funcionamento intelectual significativamente inferior a média, associa-se em dois ou mais aspectos do funcionamento adaptativo, tais como: comunicação, cuidado pessoal, competência doméstica, habilidades sociais, utilização de recursos comunitários, autonomia saúde e segurança, aptidões escolares, lazer e trabalho.

Ainda sobre a deficiência intelectual, é importante um estudo e uma avaliação aprofundada, pois é difícil entender o que é deficiência intelectual ou não:

> É conhecida a dificuldade de traçar uma fronteira clara entre a deficiência e a normalidade. Em casos de pessoas com deficiência intelectual é muito difícil diferenciar uma pessoa com deficiência intelectual com um alto funcionamento de uma outra sem deficiência intelectual com um baixo funcionamento cognitivo. O que parece obvio é que as capacidades humanas (sejam cognitivas, afetivas, motoras ou outras) se distribuem num continuum no qual são apostas fronteiras e critérios que são socialmente determinados. (RODRIGUES, 2006, p. 5)

Na escola, são vários os casos onde o aluno tem dificuldades de aprendizagem, e fica difícil para o professor saber o que fazer, pois não se sabe se o aluno possui deficiência intelectual, ou somente dificuldade de assimilar o conteúdo.

De maneira geral, é importante que em todas as deficiências, aconteça o acompanhamento de equipes multidisplinares, visando sempre desenvolver as potencialidades da pessoa, para que ela possa fazer parte da sociedade, e ter qualidade de vida, buscando formas de conquistar autonomia para a realização das

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

atividades básicas do dia a dia (comer, tomar banho, escovar os dentes), além de se comunicar e se relacionar com outras pessoas.

Além de ter acompanhamento com profissionais especializados, a pessoa com deficiência deve ter o direito de frequentar a escola, que é um ambiente que pode contribuir muito em sua formação também. Proporcionar ao aluno acesso a uma escola de qualidade, onde ele possa aprender e ter um convívio social, é Educação Inclusiva. Conforme Silva e Peranzoni (2012) "a educação inclusiva implica transformar a educação comum no seu conjunto para que a mesma contribua de maneira significativa ao desenvolvimento de escolas de qualidades para todos".

Com o passar do tempo, é possível ver que, devido à luta pelos direitos das pessoas com deficiências e a elaboração de leis, cada vez mais essas pessoas estão tendo os seus direitos garantidos.

> Durante muito tempo, a pessoa com necessidades especiais era considerada subumana, o que legitimava sua eliminação ou abandono. A sociedade tinha o poder de eliminar e confinar os deficientes, sendo assim eles não eram tratados como pessoas humanas. Hoje, um novo paradigma – o da Educação Inclusiva. Observa-se uma constante evolução da exclusão para a inclusão, transformando-se num movimento, em defesa dos direitos igualitários para todos. (SILVA e PERANZONI, 2012)

De acordo com a Declaração de Salamanca o princípio fundamental da escola inclusiva é o de que todas as crianças devem aprender juntas, sempre que possível, independentemente de quaisquer dificuldades ou diferenças que elas possam ter. Desse modo o aprendizado se torna muito mais significativo. Além de haver o aprendizado dos conteúdos de cada disciplina, acontece o da convivência que faz com que sejam aprendidos valores.

"A inclusão é percebida como um processo de ampliação da circulação social que produza uma aproximação dos seus diversos protagonistas, convocando-os à construção cotidiana de uma sociedade que ofereça oportunidades variadas a todos os seus cidadãos". (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2005, p. 34)

Para a implementação de uma escola inclusiva, AGUIAR (2004) reuniu fatores importantes citados por alguns autores, entre esses fatores estão, o oferecimento de curso de reciclagem para a capacitação dos professores, o apoio da família do aluno com deficiência e eliminação de barreiras arquitetônicas. Em resumo, é fundamental que todos participem dessa mudança.

Maciel et. al. (2009) definem de forma simples como deve ser o processo de transformação de uma escola comum para uma escola inclusiva, dizendo que "a inclusão das pessoas com necessidades especiais é uma realidade, que deve ser vista como uma revolução, inovação e não como um problema difícil, ou até mesmo impossível de ser enfrentado". Portanto, as instituições de ensino e os profissionais que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

nelas estão envolvidos devem estar preparados para recebê-los. Para receber essas pessoas em primeiro lugar é necessário disposição, em segundo "deixar de lado" o preconceito e a "pena", e olhar para a pessoa com necessidades especiais, como um ser humano como qualquer outro, que possui suas dificuldades, limitações, mas tem os seus talentos, habilidades e capacidade de aprender. Ainda segundo Maciel et. al. (2009) "a escola e os profissionais que nela trabalham precisam atender a todas as necessidades dos alunos tendo assim que criar estratégias de ensino para que não haja a exclusão". Além disso, o educador deve estar preparado para aceitar as diferenças.

> O acesso ao aprendizado da pessoa com deficiência somente será concreto quando os sistemas de ensino tiverem se organizado de tal forma que possam superar problemas, onde todos possam trabalhar na diversidade com qualidade. Por isto a reforma na organização e funcionamento dos serviços destinados aos alunos especiais na escola se faz necessário, pois a classe regular transforma-se no lugar central das aprendizagens e do ensino. (SILVA et. al., 2009)

Atualmente, existe a necessidade de prover apoios físicos, pessoais, materiais, técnicos e sociais a fim de viabilizar o processo de inclusão. Porém, a equiparação dessas condições não garante o sucesso do processo de inclusão, necessitando haver uma reestruturação do sistema educacional em todos os seus níveis: político-administrativo, escolar e na própria sala de aula. (ZABOLI, 2008)

Uma das peças chaves para a inclusão é o professor, que é a pessoa que está sempre próxima aos alunos, visando a aprendizagem dos mesmos. Mas ser professor não é uma tarefa fácil, envolve além de saber sobre diversos assuntos, o conhecimento do ser humano. O profissional que trabalha com educação deve estar sempre se capacitando para melhorar a qualidade do ensino, tendo como foco as habilidades, dificuldades, culturas e costumes dos seus alunos. Mas muitas vezes o professor tem uma formação inicial de qualidade quando o assunto é inclusão, uma grande parte dos professores sai da graduação despreparados para trabalhar de forma inclusiva, e acabam não tendo uma formação continuada, ou se têm, muitas vezes não é suficiente.

De acordo com o Documento subsidiário à política de inclusão (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2005, p. 28), "além da formação profissional, muitos educadores apontam como obstáculos ao processo de inclusão o grande número de crianças em sala e a falta de recursos para sustentação da prática pedagógica".

Um dos grandes problemas da educação ainda está na quantidade de alunos em sala, pois para que o professor possa fazer um plano de ensino adequado e organizar a aula com qualidade é fundamental que a quantidade de alunos não seja muito elevada, pois se não for assim, o professor não conseguirá atender a todos os alunos da maneira que eles necessitam.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

De uma maneira geral a Escola está passando por mudanças, a Educação Física não pode ficar "de fora", ela também está mudando, está buscando ser inclusiva.

> A educação física escolar, até décadas atrás apresentava um modelo em que o físico (corpo), a aptidão física e desempenho eram o mais importante, desprezando muitas vezes os aspectos sociais, cognitivos e afetivos. O relevante dentro das aulas de educação física escolar era o Esporte-Rendimento, ou seja, o aluno deveria apresentar um bom desempenho e habilidades não só nas aulas, mas também nos jogos e em determinadas modalidades esportivas, levando o aluno a ser quase um atleta. Desta forma a educação física escolar apresentava um modelo excludente, por apresentar aulas com métodos de ensino por repetição, o que tornava essas mais monótonas, sem uma preocupação com a participação de todos os alunos. Com os avanços teóricos na Educação, e também na Educação Física, novas abordagens vêm surgindo, e a LDB e os Parâmetros Curriculares Nacionais, vêm contribuindo para levar a disciplina a um lugar de destaque na "formação de cidadãos críticos, participativos e com responsabilidades sociais". (OLIVEIRA, 2002)

Na Educação Física Escolar de acordo com os Parâmetros curriculares Nacionais (1998), existem dois princípios que norteiam a Educação Física, são eles, a inclusão e a diversidade. O primeiro busca reverter o quadro histórico da área de seleção entre indivíduos aptos e inaptos para as práticas corporais, resultante da valorização exacerbada do desempenho e da eficiência. E o segundo visa legitimar as diversas possibilidades de aprendizagem que se estabelecem com a consideração das dimensões afetivas, cognitivas, motoras e socioculturais dos alunos. Ou seja, a Educação Física busca incluir a pessoa independente de suas características, e proporcionar a ela experiências somem para que possa acontecer o aprendizado de qualidade.

Na visão de Ortiz et. al. (2012), nas instituições de ensino, receber um aluno com necessidades especiais torna-se um desafio, presente tanto na dinâmica da sala de aula e para o professor, quanto nas estruturas de apoio e nos recursos necessários para essa demanda.

A Escola só será inclusiva se as pessoas que fazem parte dela tiverem vontade e disposição para transformá-la, pois para ter inclusão, é fundamental ter informação, se capacitar para saber como trabalhar, melhorando de uma maneira geral o ambiente escolar. Segundo Silva et. al. (2009) "a Educação Física, enquanto componente curricular obrigatório, deve desenvolver os aspectos afetivos, sociais e motores, buscando a melhoria de sua qualidade de vida a partir de uma visão integral de ser humano".

O professor precisa além de se capacitar, conhecer os seus alunos, para conseguir entender como ensinar, pois os alunos são diferentes, e é importante entender como todos podem aprender juntos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> De maneira geral, o profissional de Educação Física consegue responder e estabelecer relações de conhecimento sobre *o que ensinar*; entretanto, ainda encontra algumas dificuldades em responder e estabelecer relações sobre "*quem aprende"* e sobre "*como aprende"*. Quando falamos em *quem aprende* e *como aprende*, estamos considerando, também, que estes aspectos envolvem um processo de aquisição, construção e transmissão de conhecimento. É fundamental que o profissional de Educação Física busque estabelecer uma interação entre ele, professor, o aluno e o ambiente, na perspectiva de uma prática pedagógica no sentido de promover a efetiva participação de todos nas aulas (inclusão). (SEABRA, s/d, p. 108)

É papel do professor conduzir a aula de uma maneira positiva, onde as diferenças sejam respeitadas, e em que todos tenham a oportunidade de participar, sem medo ou vergonha, em que as aulas possam ser um momento de aprendizado, convivência e também de diversão. De acordo com Darido (2007, p. 18), "o professor está tendo uma atitude inclusiva quando apoia, estimula, incentiva, promove e acolhe o aluno".

> O professor de Educação Física possui instrumentos significativos para que a inclusão se torne efetiva, pois pode utilizar técnicas que melhorem a qualidade de vida dos alunos e o acesso à diversidade, fazendo com que as crianças saibam lidar com as diferenças, possibilitando as pessoas com deficiência uma vida em sociedade. (SILVA et. al, 2009)

Por ser uma disciplina que inclui práticas corporais, a Educação Física tem diferentes formas de adaptar os seus conteúdos. Como por exemplo, nas práticas esportivas para um aluno deficiente visual, utilizar sons para que ele possa se locomover, ou ainda utilizar cooperação onde os alunos orientam o colega que não enxerga. No caso de um aluno com deficiência física, modificar as regras de um jogo para que ele possa participar.

É importante que a escola tenha estrutura para proporcionar a todos os alunos uma aula de qualidade. Segundo Cruz e Cruz Neto(2009):

> A existência e a diversidade de materiais são imprescindíveis para a realização das atividades nas aulas de Educação Física. Alguns podem ser produzidos na escola com a contribuição dos alunos, outros devem ser da escola, gerando grande motivação e um aprendizado satisfatório.

TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Esta pesquisa está vinculada ao Programa Redefor Educação Especial e Inclusiva intitulada "Rede de educação inclusiva: Formação de Professores nos âmbitos de Pesquisa, Ensino e Extensão", aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CAAAE) da Faculdade de Ciências e Tecnologia (FCT), UNESP, campus de Presidente Prudente, SP, sob o nº 26341614.3.0000.5402, cujo parecer nº 173.558 é datado de 07 de dezembro de 2012.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

UNIVERSO DA PESQUISA

Foi realizada a revisão bibliográfica sobre Educação Física e Inclusão e uma pesquisa na Escola Estadual Irmã Maria de São Luiz, utilizando um roteiro de observação da participação alunos de nas aulas de Educação Física, e também um questionário de entrevista com o professor de Educação Física.

PARTICIPANTES

Diretamente o professor de Educação Física (entrevista) e indiretamente alunos (observação).

INSTRUMENTOS

Roteiro de observação contendo pontos como o conteúdo a ser abordado, as adaptações necessárias para a inclusão do aluno com deficiência, participação dos alunos com deficiência e aspectos importantes observados. Além de utilizar também um roteiro para a realização de entrevista com o professor de Educação Física da escola, contendo questões como o tempo de profissão dele, como ele trabalha com os alunos com deficiência, se sente falta de orientações de como trabalhar, e se na opinião dele a escola está sendo inclusiva ou não.

PROCEDIMENTOS PARA A COLETA DE DADOS

Foram observada duas aulas (aula dupla) de Educação Física na qual os alunos de Educação Especial participam junto com os demais alunos. E logo após a observação foi feita a entrevista com o professor.

PROCEDIMENTOS PARA A ANÁLISE DE DADOS

As aulas em si e o roteiro de observação foram analisados para entender como está a participação dos alunos de Educação Especial nas aulas de Educação Física, como é possível aprimorar as aulas. Já o roteiro de entrevista, foi utilizado para que fosse possível entender o que o professor pensa sobre educação inclusiva, e como ele está trabalhando.

RESULTADOS E ANÁLISE

Foi utilizado o roteiro de observação em duas aulas (aula dupla) de educação física, onde participava um aluno com deficiência visual, além de haver alguns alunos com dificuldade de aprendizagem. O conteúdo trabalhado nessas aulas foi à elaboração de um evento esportivo (teoria) e jogo de vôlei (prática). As adaptações que o professor fez, foram simples. Na parte teórica foi a comunicação verbal, detalhando cada informação, já na parte prática, o professor trabalhou em pequenos grupos, os fundamentos do vôlei, e a cada comando de voz que um colega dava, o aluno

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

deficiente visual se preparava para receber a bola. Trabalhando em pequenos grupos o professor envolveu também com os alunos com dificuldade de aprendizagem, tentando colocar em pratica tudo que ele já ensinou na teoria sobre o vôlei. Foi perceptível o envolvimento de todos durante a aula. A grande maioria dos alunos está contribuindo para que a escola inclusiva aconteça, respeitando e colaborando para que todos tenham a oportunidade de aprender. Houve inclusão, mas é notável a falta de estrutura (ambiente e recursos). Faltam ainda muitas adequações.

Além do roteiro de observação foi feita uma entrevista com o professor de Educação Física que tem mais aulas na escola, e trabalha a vinte anos como professor. Nessa entrevista, o professor relata que adéqua o seu conteúdo de acordo com a necessidade do aluno, e que normalmente a ferramenta que usa é a sua própria experiência, por isso na opinião dele seria fundamental mais capacitações. Quanto ao papel da Educação física na construção de uma escola inclusiva ele afirma que é muito importante, pois ela é uma disciplina que além de ter conhecimentos teóricos, possui conhecimentos práticos, onde é possível trabalhar as capacidades físicas do aluno, que muitas vezes não tem a oportunidade de praticar atividade física em outro lugar, e também a convivência com os demais. Quando questionado se escola está sendo inclusiva, ele expos dois lados, o primeiro lado é que sim a escola está sendo inclusiva, pois todos estão tendo a oportunidade de frequentar a escola, o segundo é que não, devido a falta de estrutura para receber os alunos com deficiência, faltam professores capacitados e um ambiente escolar adequado.

Após analisar os dados coletados, fica visível que a experiência é muito importante para o profissional, que mesmo não tendo sido capacitado para trabalhar com a inclusão, tem a percepção de como trabalhar, mas ao mesmo tempo muitas vezes não se sente preparado para isso, sendo imprescindível que haja a orientação para que o trabalho com os alunos seja realmente de qualidade.

Relacionado a formação inicial dos professores de Educação Física voltada para a inclusão Flores et. al. (2011) citam:

> No estudo de Flores e Krug (2010) os autores destacaram alguns apontamentos sobre a temática inclusão de alunos com deficiência na formação inicial dos professores de Educação Física, onde um desses apontamentos se relacionava com a questão da preparação dos acadêmicos (futuros professores) para este trabalho. Neste estudo, os autores destacaram que a grande maioria dos acadêmicos ainda se sente pouco preparados para atuarem com estes alunos, demonstrando que ainda é pouco trabalhada esta temática dentro dos cursos de formação de professores de educação física.

No caso das aulas de Educação Física do professor, está havendo inclusão, não somente do aluno com deficiência, mas de todos os alunos, tendo em vista que cada aluno tem a sua individualidade, apresentando dificuldades e facilidades. O professor

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

leva em conta a cultura do aluno e sempre tenta transformar o conteúdo em algo significativo. Mas falta o apoio pedagógico, pois a questão do "como trabalhar" ainda não está muito clara, de modo que não só para o professor de Educação Física, mas de um modo geral para todos os professores, falta uma orientação do que fazer, e o esclarecimento de quais tipos de necessidades os alunos tem, pois muitas vezes se sabe que eles têm essas necessidades, mas não se sabe como ela afeta o aprendizado e nem que ferramentas usar. O professor de Educação Física, na entrevista ressalta a importância da prática da Educação Física ser uma vantagem porque favorece a convivência. Essa convivência necessária para serem trabalhados o respeito, a cooperação e a amizade, fatores importantes para a vida de todos em sociedade.

CONCLUSÃO

A partir dos resultados da presente pesquisa, pode-se perceber que para que a Escola Inclusiva exista, cumprindo o que a lei declara, ainda são necessárias mudanças. Na disciplina de Educação Física, o professor pesquisado mostrou que está sempre buscando o melhor para os seus alunos, incluindo todos, mas ele ainda se sente despreparado para trabalhar com a inclusão. A observação de um aluno com deficiência, e principalmente a entrevista com o professor serviram para perceber que estamos no "caminho certo", mas ainda precisamos continuar aprimorando a nossa maneira de ensinar os alunos, sempre voltando o olhar para as individualidades deles, para que possam ter um aprendizado significativo. Para que a Escola se torne cada vez mais inclusiva são necessárias capacitações para os professores da escola, para que eles possam se sentir mais confiantes para oferecer um ensino de qualidade para todos os alunos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, João Serapião. **Educação Inclusiva – Jogos para o ensino de conceitos.** Editora Papirus, 4ª edição, p. 18, 2004.

AINSCOW, Mel. **Tornar a Educação inclusiva: como esta tarefa deve ser conceituada?** UNESCO, Rio de Janeiro, 2009 Disponível em: <unesdoc.unesco.org/ images/0018/001846/184683por.pdf>. Acesso em: 4 out. 2014.

AMORIM, Marina Alves. **Por uma história da educação para além da escola**. Universidade Federal de Minas Gerais, s/d Disponível em: <http://www.fae.ufmg.br/portalmineiro/conteudo/externos/2cpehemg/arq-ind-nome/eixo11/complestos/ historia.pdf . Acesso em: 3 mai. 2015.

CONVENÇÃO DA ONU E OS CRITÉRIOS DA CIF – secretaria dos direitos de pessoas com deficiência, s/d. Disponível em: <http://www.desenvolvimentosocial.sp. gov.br/a2sitebox/arquivos/documentos/274.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2015.

BRASIL. LEI DE DIRETRIZES E BASES DA EDUCAÇÃO NACIONAL, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 1 mai. 2015. BRASIL. PARAMETROS CURRICULARES NACIONAL, 1998, Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/fisica.pdf>. Acesso em: 3 out. 2014.

CARTILHA DO CENSO 2010 – **Pessoas com Deficiência**, 2012. Disponível em: <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/cartilha-censo-2010- pessoas-com-deficienciareduzido.pdf>. Acesso em: 1 mai. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CRUZ, Marlon M. S. e CRUZ NETO, João B. **Educação física para pessoas com deficiência: concepções e críticas**. *Revista Digital*. Buenos Aires, ano 13, Nº 128, Janeiro de 2009. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd128/educacao-fisica-para-pessoas-com-deficiencia- concepcoes-e-criticas.htm>. Acesso em: 1 mai. 2015.
DARIDO, Suraya Cristina e SOUZA JR, Osmar Moreiria. Para **Ensinar Educação Física**. Editora Papirus, p. 18, 2007.
FLORES, Patric Paludett, et. al. **Inclusão escolar e Educação Física: refletindo sobre a participação dos alunos com deficiência física**. *Revista Digital*. Buenos Aires, ano 16, Nº 159, Agosto de 2011. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd159 /inclusao-escolar-e-educacao- fisica.htm>. Acesso em: 11 abr. 2015.
GIL, Marta (org). Caderno TV escola – ministério da educação à distância n 1/2000. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/deficienciavisual.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2015.
LITTO, M. Frederic. **Repensando a educação em função de mudanças sociais e tecnológicas e o advento de novas formas de comunicação**. A Escola do Futuro da Universidade de São Paulo, s/d. Disponível em:http://lect.futuro.usp.br/site/doprofessor/litto1.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2015.
MACIEL, Priscila Amanda, et. al. **Reflexões a respeito da inclusão de pessoas com necessidades educacionais especiais em aulas de Educação Física Escolar: concepções e formação profissional**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 14 nº 131, 2009. Disponível em: http://www.efdeportes.com/efd131/pessoas-com-necessidades-educacionais-especiais-educacao- fisica.htm. Acesso em: 12 abr. 2015.
MARQUES, Keury Gomes. **Atividades inclusivas na Educação Física Escolar**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 13 nº 119, 2008. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd119/atividades- inclusivas-na-educacao-fisica-escolar.htm>. Acesso em: 12 abr. 2015.
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Documento subsidiário à política de inclusão**, 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/docsubsidiario politicadeinclusao.pdf.> Acesso em: 2 mai. 2015.
MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Política Nacional de Saúde da Pessoa Portadora de Deficiência Série E**. Legislação em Saúde 1.ª edição 1.ª reimpressão, Brasília, 2008. Disponível em: < http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_saude pessoa_deficiencia.pdf>. Acesso em 1 mai. 2015.
NUNES, Romilson de Lima, et. al**. Efeitos de um programa de exercícios resistidos em indivíduos adultos portadores de deficiência mental**. *Revista Digital*. Buenos Aires, ano 9, Nº 64, Setembro de 2003. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd64/defic.htm. Acesso em: 30 abr. 2015.
OLIVEIRA, Flávia Fernandes. **Dialogando sobre educação, educação física e inclusão escolar**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 8 nº 51, 2002. Disponível em: < http://www.efdeportes.com/efd51/educa.htm> 4 out. 2014.
ORTIZ, Leodi Conceição Meireles et. al. **Escola ideal no olhar da acessibilidade**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 17 nº168, 2012. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd168/escola-ideal- no-olhar-da-acessibilidade.htm>. Acesso em: 3 out. 2014.
RODRIGUES, David. **"Dez ideias (mal) feitas sobre a Educação Inclusiva"**, 2006. Disponível em:<http://redeinclusao.web.ua.pt/docstation/com_docstation/21/fl_47.pdf> Acesso em: 1 mai. 2015. SAMPAIO, Carlos M. A. et. al. **Do conceito de educação à educação no neoliberalismo**. Revista Diálogo Educacional, Curitiba, v. 3, n.7, 2002. <Disponível em: http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/dialogo?dd1=660&dd99=view&dd98=pb> Acesso em: 30 abr. 2015.
SEABRA, Luiz. Inclusão: **Considerações sobre as pessoas com necessidades especiais na escola**. Acervo digital UNESP - Conteúdos e didática de Educação Física - s/d. Disponível em:<http://www.acervodigital.unesp.br/bitstream/123456789/41552/1/01d19t06.pdf>. Acesso em: 3 out. 2014.
SCHIRMER, Carolina R. et. al. **Atendimento Educacional Especializado – Deficiência Física**, 2007. Disponível em: < http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/ pdf/aee_df.pdf>. Acesso em: 1 mai. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

SILVA, Daiana Guarda e PERANZONI, Vaneza Cauduro. **Educação inclusiva: aspectos legais, estruturais e atitudinais**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 17 nº171, 2012. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd171/educacao-inclusiva-aspectos -legais.htm>. Acesso em: 4 out. 2014.

SILVA, Rudney et. al. **Revisão teórica sobre educação física escolar e inclusão educacional**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 14, nº 131, 2009. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd131/educacao-fisica-escolar-e-inclusao-educacional. htm>. Acesso em: 30 abr. 2015.

UNESCO. Declaração de Salamanca: Sobre Princípios, Políticas e Práticas na Área das Necessidades Educativas Especiais, 1994. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/ seesp/arquivos/ pdf/salamanca.pdf>. Acesso em: 3 out. 2015.

UNESCO. Declaração Universal sobre a diversidade cultural, 2002, Disponível: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2015. ZABOLI, Fabio. **Educação Física escolar e o desafio na presença de um aluno com deficiência auditiva**. Revista Digital, Buenos Aires, ano 16, nº 158, 2011. Disponível em: < http://www.efdeportes.com/efd158/educacao-fisica-de-um-aluno-com-deficiencia - auditiva.htm>. Acesso em: 30 abr. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM NO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE METODOLOGIAS

Caroline Venturin Guarinão; carolineguarinao@gmail.com

Palavras chave: Metodologias de ensino. Pós Graduação. Prática Docente. Educação.

INTRODUÇÃO

Na década de 60 o ensino superior no Brasil contava com cerca de uma centena de instituições, a maioria de porte pequeno, voltadas para as atividades de transmissão de conhecimento. Durante as décadas de 70 e 80 o número de alunos cresceu na graduação, porém, não houve uma implantação de programas para enfrentar o aumento da demanda, nem para enfrentar o publico diversificado socialmente, o que resultou numa evasão considerável (MARTIS; 2000).

Por sua vez, a pós-graduação cresceu de forma orientada e planejada, houve planos nacionais de pós-graduação que ajudaram na expansão da mesma. A partir dos anos 80 passou a existir programas para aperfeiçoar a graduação e articulá-la com a pós-graduação. No fim dos anos 90, num período de estagnação o ensino superior mostrou uma recuperação de seu crescimento com o aumento das matrículas no ensino médio com uma clientela que já estava inserida no mercado de trabalho e que passaram a recorrer às instituições de ensino superior para melhorar as chances profissionais com a obtenção de um título acadêmico (MARTIS; 2000).

Para Pimenta e Anastasiou (2010) a forma pela qual é efetivada a relação entre professores, aluno e conhecimento se mantêm em muitas instituições, não alterando as características próprias do modelo jesuítico. O professor é transmissor de conhecimento, o aluno aceita de forma passiva as atividades propostas e tem como obrigação primordial a memorização e a avaliação é tida como elemento classificatório e essa metodologia tradicional é mantida como uma pedagogia de manutenção não havendo intenção de conhecimento.

Para Miranda; Casa Nova; Cornacchione Júnior (2012) as metodologias de ensino utilizadas deve "preparar o aluno com conhecimento e responsabilidade para atuação futura no mercado de trabalho".

O professor tem a possibilidade de usar diversas metodologias para ajudar o aluno no aprendizado do conteúdo passado em sala de aula (SANTOS, 2011).

OBJETIVOS

Identificar metodologias utilizadas no processo de ensino e aprendizagem em curso de pós-graduação de docência no ensino superior.

MÉTODOS

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O trabalho desenvolvido seguiu por meio de uma pesquisa bibliográfica que segundo Gil (2008, p.50), "é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído de livros e artigos científicos".

Através dessa visão, a proposta de Gil (2008) foi utilizada nas seguintes etapas: 1ª Fontes -A seguir estão descritas as fontes que nos forneceram conteúdo para desenvolver a pesquisa: a) Foram utilizados cinco livros b) Artigos científicos sobre a temática foram acessados nas bases de dados Scielo, BDENF, LILACS, MEDLINE, publicados nos últimos 15 anos (2000 a 2015). 2ª – Coleta de Dados: A coleta de dados surgiu através da seguinte ordem: a) Leitura Exploratória do material selecionado; b) Leitura Seletiva c) Registro das informações extraídas das fontes em instrumento específico (autores, ano, método, resultados e conclusões). 3ª - Análise e Interpretação dos Resultados. Nesta etapa foi feita uma leitura minuciosa com o objetivo de organizar as informações do material selecionado. 4ª Etapa - Discussão dos Resultados Categoria que surgiu após as etapas anteriores onde o conteúdo foi analisado e discutido a partir do referencial teórico referente ao tema de estudo.

RESULTADOS

Durante o processo de ensino-aprendizagem é importante que o professor leve em consideração que o conhecimento esta em processo de construção e por isso existe a importância de utilizar metodologias adequadas que auxiliem nesse processo e prepare o aluno na busca continua do conhecimento (MIRANDA; CASA NOVA; CORNACCHIONE JÚNIOR, 2012).

A formação tradicional nos acompanhou durante séculos, cujo aprendizado era a transmissão de conhecimento sem reflexão crítica, conhecido como educação bancária, método assim denominado porque na visão do docente a mente do educando era como um banco no qual o educador depositava conhecimentos para serem arquivados sem questionamentos a respeito, não possibilitando aos alunos transmitirem seus pontos críticos e reflexivos para um diálogo aberto entre os envolvidos (MACIEL, 2009).

Ter o conhecimento sobre a metodologia empregada possibilita ao docente maior flexibilidade de atuação. Adotar novos métodos não é suficiente se o educador não tem uma concepção pedagógica estruturada para arquitetar o trabalho e muito menos se tais métodos são igualitários e efêmeros, sendo uma prática que na verdade é bancária (SOBRAL; CAMPOS, 2012).

Outro método utilizado pelos professores além do tradicional é o construtivista. Nesse método o aluno é o sujeito ativo no processo de ensino- - aprendizagem, e o professor age como um agente facilitador no processo que orienta o aluno a buscar e gerar seus próprios conhecimentos (CHAHUÁN- JIMÉNEZ, 2009).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

É importante ressaltar que o uso das metodologias tracionais não se torna algo prejudicial no processo de ensino aprendizagem, pois segundo Fornazieiro et al., (2010) o professor pode motivar o aluno quando apresenta com entusiasmo o conteúdo trabalhado. O modo como essa transmissão vai ocorrer pode aumentar o interesse do aluno (STACCIARINI; ESPERIDIÃO, 1999).

As metodologias ativas têm por objetivo fazer com que o aluno se torne um sujeito reflexivo, conseguindo ver sua realidade e construir conhecimento. Para que esse conhecimento seja construído o aluno deve refletir, analisar, verificar soluções para seus problemas a partir dessa analise realizar escolhas e tomar decisões. A metodologia ativa torna o aluno autônomo fazendo com que saiba enfrentar as situações vivenciadas no mercado de trabalho (Krüger; Ensslin, 2013).

Para Sobral e Campos (2012) a metodologia ativa (MA) é uma proposta educativa que estimula processos de ensino-aprendizagem crítico- reflexivo, no qual o discente participa e se compromete com seu aprendizado; Propondo situações de ensino que incentivem uma aproximação crítica do aluno com sua realidade; a reflexão sobre problemas que geram curiosidade e desafio; a disponibilização de recursos para pesquisar problemas e soluções; a identificação e organização das soluções hipotéticas mais adequadas à situação e a aplicação dessas soluções. Deste modo a metodologia ativa baseia-se em problemas e na atualidade, duas se destacam: a Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) e a Metodologia da Problematização (MP).

Na Aprendizagem Baseada em Problemas há a formação de um grupo onde o docente apresenta aos educandos um problema pré-elaborado por um grupo especialista. Os problemas contêm temas fundamentais para que os alunos cumpram o currículo e estejam capacitados para o exercício profissional. Neste método as disciplinas e conteúdos são tratados de modo integrado, os discentes estudam individualmente ou coletivamente, em seguida o grupo se reúne para que o problema seja discutido (SOBRAL; CAMPOS, 2012).

A metodologia de Problematização é um ideal de ensino vinculado com a educação na qual valoriza o diálogo, desmistifica a realidade e estimula a transformação social por meio de uma prática conscientizadora e crítica. Os problemas abordados neste caso precisam de um cenário existente, para que a construção do saber ocorra a partir da vivencia de experiências relevantes. A MP possui cinco etapas a primeira se caracteriza pela observação da realidade, a segunda é a identificação dos pontos chave, a terceira é a busca de conhecimentos científicos e informações importantes, a quarta é a elaboração de hipóteses de solução e a quinta e última fase é composta pela aplicação a realidade na qual o aluno coloca em pratica as soluções executáveis do estudo. Desta forma a Metodologia de Problematização pode aumentar a atuação na realidade, pois é elaborada através de um cenário existente (SOBRAL; CAMPOS, 2012).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Imbernón (2006, p. 16) afirma que, durante muito tempo, bastava ao professor ter o domínio do conteúdo e ser mero transmissor, hoje isso não é possível, pois ocorre uma inovação educativa importante em que são necessários professores que vão muito além da técnica, sendo essencial a presença de docentes com capacidade de ensino, isto é interação com alunos, conhecimentos culturais e sociais atuais, e que possam proporcionar espaços de participação, reflexão e pesquisa.

CONCLUSÃO

As metodologias auxiliam o professor no desempenho de seu trabalho e ajudam para o aprendizado do aluno. O professor deve identificar qual metodologia contribuirá no processo de ensino e aprendizagem, identificando qual é mais coerente para ser utilizada, conforme a disciplina em que atua.

Considera-se que somente a utilização do modelo tradicional no contexto atual não é suficiente, os alunos possuem a necessidade de se expressar, transmitir os conhecimentos que eles já possuem ter voz ativa na sala de aula.

As metodologias inovadoras devem ser utilizadas juntamente com os modelos tradicionais, é importante deixar claro que haverá momentos na sala de aula que uma ou outra metodologia irá prevalecer, porém, o que devemos lembrar é que trabalhar somente comum um tipo não é eficaz.

Sabe-se que a transmissão de conteúdos trabalhados pelas metodologias tradicionais é de extrema importância, porém o aluno sente necessidade de ter esses assuntos trabalhados de outra forma, pois a aprendizagem pode se tornar espontânea e prazerosa, aguçando a vontade de saber mais.

É necessário que os professores revejam suas práticas, estimulando a forma de pensar do discente trabalhando com diversas metodologias de ensino e aprendizagem que possam contribuir para uma formação de excelência.

REFERÊNCIAS

CHAHUÁN-JIMÉNEZ, K. **Evaluación cualitativa y gestión del conocimiento. Educación y Educadores**. Chia, v. 12, n. 3, p. 179-195, set./dez. 2009. Disponível em:<http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/1538/1985> Acesso em: Ago 2015.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6º ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IMBERNÓN, F. **A educação no século XXI:** os desafios do futuro imediato. 2. ed. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

MACIEL, M. E. D**. Educação em saúde: conceitos e propósitos**. Cogitare enferm**.**, Curitiba, v. 14, n. 4, dic. 2009 . Disponível em: http://www.revenf.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-85362009000400026&lng=es&nrm=iso. Aceso em: 15 jul 2015.

MARTINS, CARLOS BENEDITO. O ensino superior brasileiro nos anos 90. **São Paulo Perspec.**, São Paulo , v. 14, n. 1, p. 41-60, Mar. 2000 . Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n1/9801.pdf >. Acesso em 26 de Jun. 2015. http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392000000100006.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MIRANDA, G. J.; CASA NOVA, S. P. C.; CORNACCHIONE JUNIOR, E. B. Os saberes dos professores-referência no ensino de Contabilidade. **Revista Contabilidade & Finanças**. São Paulo, v. 23, n. 59, p. 142-153, mai./ago. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/rcf/v23n59/v23n59a06.pdf
Acesso em: Mar 2015.

PIMENTA, Selma Garrido; ANASTASIOU, Lea das Graças Camargo. **Docência no ensino superior.** 4. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, W. S. Organização Curricular Baseada em Competência na Educação Médica. **Revista Brasileira de Educação Médica**. Rio de Janeiro, v. 35, n. 1, p. 86-92, jan./mar. 2011. Disponível em: <http://www.proiac.uff.br/sites/default/files/curriculo_por_competencias.pdf> Acesso em Jul 2015.

STACCIARINI, J. M. R.; ESPERIDIÃO, E. Repensando estratégias de ensino no processo de aprendizagem. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**. Ribeirão Preto, v. 7, n. 5, p. 59- 66, dez. 1999. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rlae/article/view/1408/1440>
Acesso em: Ago 2015.

SOBRAL, F. R.; CAMPOS, C. J. G. **Utilização de metodologia ativa no ensino e assistência de enfermagem na produção nacional: revisão integrativa.** Rev. esc. enferm. USP, São Paulo, v. 46, n. 1, Fevereiro. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v46n1/v46n1a28.pdf. Acesso Maio de 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A MOTIVAÇÃO DOS SERVIDORES PÚBLICOS

Pedro Luís Bilheiro; (UNOESTE); bilheiro@unoeste.br Sumaia de Cassia Maris; (SENAC); sumaiamaris@msn.com*

Resumo
Ante a realidade das organizações manterem seus colaboradores motivados para melhor prestarem seus serviços, o presente artigo tem como objetivo mostrar aos gestores a importância de incentivar seus colaboradores a buscarem sua motivação, devendo saber lidar com a complexidade das atitudes das pessoas. Assim, as organizações precisam ser ágeis e flexíveis, pois o mundo caracteriza-se por ambientes incertos e sujeitos a alterações inesperadas. Estabelecendo assim, novas técnicas e recursos, exigindo das pessoas melhor desenvolvimento, principalmente, nas questões ligadas ao relacionamento entre os indivíduos. Nas organizações públicas não é diferente, pois é de fundamental importância os servidores se sentirem motivados para melhor prestarem serviços ao seu público externo. Este artigo foi embasado em um referencial teórico explorado nas pesquisas bibliográficas, visando entender como os servidores se motivam para a realização de suas atividades. Teve como hipótese que entre os motivos que mais proporcionam a motivação nos servidores públicos seria o salário, as gratificações e os benefícios oferecidos pelo Estado.

Palavras-chave: Trabalho, Motivação, Organização Pública.

Abstract

Faced with the reality of organizations to keep their employees motivated to better provide their services, this article aims to show managers that important to encourage its employees to seek their motivation and should know how to deal with the complexity of people's attitudes. Thus, organizations need to be agile and flexible, because the world is characterized by uncertain environments and subject to unexpected changes. Thus establishing new techniques and resources, requiring people better development, mainly on issues related to the relationship between individuals. In public organizations is no different as it is of fundamental importance servers feel motivated to provide better services to your external audience. Faced with these facts the article was based on a theoretical framework explored in literature searches, in order to understand how servers are motivated to carry out their activities. Had hypothesized that among the reasons that provide more motivation in civil servants would be the salary, bonuses and benefits offered by the state.

Keywords: Work, Motivation, Public Organization.

INTRODUÇÃO

Com a grande concorrência no mercado, sabe-se que as organizações privadas devem incentivar seus colaboradores para que cada dia mais se tornem ativos no trabalho. Nas organizações públicas não é diferente, pois cada dia mais as pessoas buscam estabilidade financeira para auxiliá-las na realização de seus desejos pessoais. Assim, as organizações tanto públicas como privadas necessitam de pessoas para sua sobrevivência, como diz Chiavenato (2009, p. 107), "não existem organizações sem pessoas. Toda organização é, basicamente, constituída por pessoas. As organizações dependem de pessoas para dirigi-las e controlá-las e para fazer funcionar." Como mostra o autor as pessoas devem, constantemente, buscar aprimorar seus

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conhecimentos e colocá-los em prática dentro da organização que atuam, buscando sempre um objetivo comum.

Dessa forma pode-se dizer que todo colaborador, necessita estar motivado para desempenhar suas funções, pois quanto mais motivadas às pessoas estiverem melhor será seu desempenho. Para que haja motivação no trabalho é necessário que as organizações dêem estrutura para que as pessoas busquem sua motivação, como um ambiente adequado, que seus colaboradores mantenham um diálogo entre si. E não só incentivar seus funcionários a aprimorar seus conhecimentos. Se as organizações investirem como um todo no fator motivacional, ambos sairão ganhando, a organização ganha retorno em forma de trabalho e dedicação do funcionário, e o funcionário trabalhará melhor, se sentindo importante dentro da organização.

Considerando a realidade, houve necessidade de um estudo bibliográfico sobre a motivação dentro das organizações públicas, analisando o que elas fazem para motivar sua equipe, buscando sempre um melhor atendimento ao seu público externo. Esse artigo realizou-se através da pesquisa bibliográfica, buscou materiais de diversos autores sobre o tema abordado, para melhor compreensão do assunto, e dividido na seguinte forma: A motivação dentro da Organização Pública, Trabalhando as principais teorias, Teoria das Necessidades Humanas de Maslow, Teoria da Motivação de Herzberg e Teoria X e Y, Conceitos de Organização e Organização Pública, A Motivação dentro do setor público, Procedimentos Metodológicos e por fim conclusão.

A MOTIVAÇÃO DENTRO DA ORGANIZAÇÃO PÚBLICA

Com a grande competitividade no mercado de trabalho, sabe-se que para as organizações terem sucesso, precisam de profissionais capacitados para atuar em seus departamentos. Pois as organizações dependem das pessoas, assim como as pessoas dependem das organizações para satisfazerem suas necessidades e encontrarem sua realização pessoal. Assim pode-se dizer que ambas devem caminhar juntas, pois uma depende da outra para sobreviver, as organizações precisam incentivar seus colaboradores a buscar sua motivação para que possam melhor se desempenhar nas funções que lhes são atribuídas.

Nos dias de hoje é difícil definir motivação, pois depende de cada pessoa. Dessa forma, Chiavenato (1999) define motivação como tudo o que impulsiona o indivíduo a agir de determinada forma, dando origem a um comportamento específico, podendo esse impulso ser externo, como também ser gerado internamente nos processos mentais. Desta forma pode se dizer que para os colaboradores a motivação é importante pois, quanto maior seu grau de motivação maior será o seu compromisso e interesse nas atividades a serem realizadas, tornando-se assim, fiéis na realização de seus objetivos, satisfação e realização pessoal.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Já para Kondo (1994, p. 6), "a motivação é uma condição fundamental indispensável para o alcance dos objetivos do trabalho." Para o autor, entende-se que a motivação é importante para que as pessoas possam buscar seus objetivos profissionais como pessoais. Mas para que isso aconteça, as organizações precisam reconhecer o valor das pessoas, onde cada um tem sua característica, valores, entre outros que podem ser aproveitados dentro das organizações, para que assim, o colaborador não se sinta um simples cumpridor de tarefas, e sim verdadeiros administradores das organizações (CHIAVENATO, 2009, p. 108), quando os colaboradores se sentem motivados eles vestem realmente a camisa das organizações e cumprem melhor suas atividades, como nos relata Claret (1998, p.81) dizendo que "motivação é a diferença que faz a diferença. É a diferença entre os que dão certo. É a chave que abre a porta e reúne na mesma pessoa, talento, a persistência, a educação, a inteligência e o incentivo". Para a autora todos esses atributos são características de uma equipe, que deve sempre buscar o sucesso da organização. Quando se fala em motivação nos setores públicos não é diferente.

Sabe-se que muitas pessoas buscam um emprego público por estabilidade financeira, visando um bom salário e os benefícios que irão adquirir no decorrer dos anos de serviço. Hoje percebe se que a motivação não vem só das organizações, do que elas oferecem como bons salários, benefícios, entre outros, mas sim do reconhecimento do profissional que atua em seus departamentos, onde às organizações devem investir em treinamentos, palestras, reconhecimento profissional para que as pessoas possam participar diretamente, pois quando há o reconhecimento pelo serviço prestado, é menor o absenteísmo e os desentendimentos perante a equipe de trabalho.

Dessa forma podemos dizer que a motivação não depende só das organizações, mas de todos que nela atuam. A pessoa só é motivada quando ela realmente quer, pois, quando não busca sua motivação acaba cumprindo somente com suas obrigações e não com desejo de buscar melhorias para si e para a organização que trabalha. Como nos mostra Schimidt (2000, p. 9) "a motivação se caracteriza pelo incentivo ou estímulo do comportamento em face de determinados objetivos individuais e organizacionais".

Ante esses fatos, têm surgido vários caminhos e teorias, com o objetivo de descobrir a melhor maneira de aproveitar e construir uma força de trabalho motivada perante as pessoas que atuam nas organizações, fazendo assim, com que elas não percam sua motivação.

Para Hersey & Blanchard (1986, p. 18) "a motivação de cada pessoa é diferente, pois a vontade de fazer as coisas, a intensidade dos motivos, a necessidade, os desejos ou impulsos que levam ao alcance dos objetivos, difere de pessoa para pessoa". Já Bergamini e Beraldo (1988) confirmam dizendo que a motivação vem de dentro de cada pessoa, podendo estar ligada a um desejo, onde uma pessoa não consegue

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

motivar outra, mas consegue incentivá-la a ir em busca da sua motivação. Ou seja, nós constantemente estamos em busca de organizações para trabalharmos, pois dependemos delas para nos ajudar na satisfação de nossos desejos e necessidades e, juntos devemos sempre buscar a nossa motivação.

Dessa forma, pode-se dizer que motivação é o elemento que faz com que as pessoas persistam em suas vontades junto ao seu serviço, fazendo com que assim se sintam melhor e tragam melhores condições dentro da organização. Hoje para termos pessoas motivadas dentro das organizações privadas e públicas não é fácil, pois muitas vezes as organizações não têm total conhecimento sobre como melhorar e obter melhor qualidade das pessoas dentro do serviço, pois são muitas as diferenças individuais entre as pessoas, onde nem sempre o que é bom para um é bom para o outro.

Assim, podemos dizer que existem algumas teorias sobre motivação que são de fundamental importância para o desenvolvimento das organizações e de seus colaboradores, entre as mais conhecidas temos: a Hierarquia das Necessidades Humanas de Maslow, a Teoria da Motivação de Herzberg e a Teoria X e Y de McGregor. Teoria essas que estaremos especificando a seguir.

TEORIA DAS NECESSIDADES HUMANAS DE MASLOW

Chiavenato (2009) afirma que, Maslow desenvolveu uma teoria da motivação com base no conceito de hierarquia de necessidades que influenciam o comportamento humano. Diz ainda que idealizou essa hierarquia pelo fato de o homem é uma criatura que expande suas necessidades no transcorrer de sua vida. À medida que homem satisfaz suas necessidades básicas, outras mais elevadas assumem o predomínio do seu comportamento. E que a hierarquia das necessidades humanas mostra que o homem jamais está satisfeito com o que tem, sempre busca algo melhor, pois quando ele está satisfeito, sempre surge uma nova necessidade para sua vida. Devido a isso essa teoria é demonstrada através de uma pirâmide onde coloca na base as necessidades primárias que são as necessidades fisiológicas e as necessidades de segurança, e no topo as necessidades secundárias que são as necessidades sociais, as necessidades de estima e as necessidades de auto realização, sendo essa a mais difícil de ser atingida pelo indivíduo.

Para Maslow as necessidades humanas podem ser representadas em uma pirâmide conforme Figura 1:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Figura 1: Pirâmide das Necessidades de Maslow.

Em Chiavenato (2009) é dito que a necessidade de um nível tem que ser, minimamente, satisfeita para que o indivíduo tenha satisfação para ir à busca da satisfação do nível seguinte e, não existe satisfação completa ou permanente de uma necessidade, pois se houvesse, não haveria mais motivação individual. Dessa forma percebeu-se que o indivíduo vive em constante busca de satisfazer seus desejos e necessidades, buscando sempre sair da zona de conforto e ir à busca da sua autoconfiança como veremos a seguir.

Necessidades Fisiológicas: Essas necessidades estão relacionadas à sobrevivência do indivíduo, sendo: alimentação, repouso, abrigo, desejo sexual, e outras necessidades físicas. Para que as pessoas possam buscar o nível de segurança, é necessário suprir as necessidades fisiológicas.

Necessidades de Segurança: A necessidade de segurança leva as pessoas a proteger-se contra a ameaça e/ou escassez, surge aqui o desejo de estabilidade. Este nível permite que o indivíduo tenha a garantia de que está seguro ou de alguma maneira dentro ou fora do seu ambiente de trabalho.

Necessidades Sociais: Estão relacionadas à vida social das pessoas, entre elas encontramos a afeição, sensação de pertencer, aceitação e amizade, onde nós humanos temos a necessidade de pertencermos a um grupo de amigos. Caso essa necessidade não seja satisfeita, as pessoas se tornam agressivas, tratam mal as pessoas que estão a sua volta. E com o tempo acabam se reservando, isolando-se das outras pessoas.

Necessidades de Estima: Nesse tipo de necessidade encontramos fatores internos: auto respeito, autonomia e realização; fatores externos: status, atenção recebida e reconhecimento. Está relacionada com o que a pessoa enxerga em si, como ela se avalia, esse tipo de necessidade deve ser completamente satisfeito, visto que são procuradas constantemente por pessoas que vêm o trabalho como algo importante em sua vida. Aqui as pessoas sentem a necessidade de aprovação social, e de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

reconhecimento, onde quer ser aceito e valorizado por si e pelas outras pessoas.

Necessidades de Auto Realização: Na pirâmide, esse é o último degrau, para ser atingido as demais necessidades devem estar satisfeitas. Aqui encontramos crescimento, realização do próprio potencial, e autosatisfação, ou seja, está relacionada com a realização de tudo que a pessoa quer ter, tanto realização pessoal como profissional, fazendo com que as pessoas constantemente busquem desenvolver melhor o seu potencial.

Assim podemos dizer que o indivíduo ao satisfazer uma necessidade, busca sua próxima necessidade em um nível superior. Não sendo necessário satisfazer totalmente os níveis da pirâmide para que a pessoa consiga se autosatisfazer.

TEORIA DA MOTIVAÇÃO DE HERZBERG

Frederick Herzberg apresentou sua visão sobre os fatores motivacionais dentro do ambiente de trabalho, sendo essa através de metas e recompensas. Para ele a motivação é influenciada por meio de dois fatores: higiênicos e motivacionais, que são encontrados dentro do ambiente de trabalho. Sendo que os fatores higiênicos dizem respeito às condições do ambiente de trabalho, e os fatores motivacionais, dizem respeito ao conteúdo do cargo exercido pelo indivíduo.

Fatores higiênicos e/ou extrínsecos estão localizados no ambiente onde as pessoas desenvolvem suas atribuições, os principais fatores higiênicos são: salário, benefícios sociais, condições físicas, ambiente de trabalho, entre outras. Segundo Vergara (2003), quando esses fatores estão presentes na vida do indivíduo proporciona-lhe satisfação, quando ausentes, não proporcionam a satisfação necessária para si, mas também não causa a insatisfação.

Os fatores motivacionais e/ou intrínsecos estão relacionados ao trabalho realizado pelas pessoas, que podem gerar um grau de satisfação, como por exemplo: desafios, reconhecimentos, entre outros. Os fatores motivacionais estão sob o controle de cada indivíduo, pois está relacionado com o seu desempenho, abrangendo assim, sentimentos de desenvolvimento particular, reconhecimento pessoal e autorealização.

Por sua vez, Chiavenato (2000, p. 257) ressalta que "os fatores higiênicos e motivacionais são independentes e não se vinculam entre si". Dessa forma compreende-se que para um dos fatores serem concretizados, não é necessário que o outro já tenha sido atingido. Com essa nova visão, é de fundamental importância que as organizações através de seus gestores conheçam a realidade de cada um de seus colaboradores, para que assim possam trabalhar melhores condições para proporcionar a eles melhores condições no ambiente de trabalho.

TEORIA X E Y

A teoria da motivação de Douglas McGregor teve como estudo uma teoria mais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

adequada para a administração empresarial. Segundo Robbins (2002) sua visão sobre o indivíduo eram distintas, sendo uma negativa – Teoria X e outra positiva – Teoria Y, considerando que os administradores têm uma visão sobre seus colaboradores onde procuram adaptar o seu comportamento em relação aos seus colaboradores baseados em algumas premissas. A teoria X afirma que os funcionários não gostam de trabalhar, tentam evitar sempre que possível, precisam ser coagidos, controlados e/ou ameaçados com punições para atingir as suas metas. Nessa teoria os funcionários evitam responsabilidades, pois na maioria das vezes buscam somente a segurança e demonstra pouca ambição, eles não aceitam mudanças. Ou seja, se acomodam em uma zona de conforto, onde o que eles realizam é o suficiente para a sua sobrevivência. Não buscam aprimorar seu conhecimento para crescer dentro da organização.

Já na teoria Y, os funcionários são visto como colaboradores, pois, entendem que o trabalho é tão comum quanto se divertir e descansar, o indivíduo demonstra autocontrole quando comprometidos com os objetivos da empresa, buscando responsabilidades e aceitando as mudanças que a empresa oferece.

Ajudando a organização nas tomadas de decisões inovadoras, mostrando que esse tipo de atitude não está somente nos gerentes que ocupam uma posição hierárquica mais alta. O autor mostra também, na teoria que os funcionários são proativos, ou seja, buscam sempre aprimorar seus conhecimentos para crescer junto à organização que trabalha, não mede esforços para a realização das funções que lhes são atribuídas, e buscam sempre idéias novas, para melhorar a prestação de seus serviços. Assim, pode se dizer que os gerentes precisam conhecer a realidade dos seus funcionários e adequar o ambiente de trabalho para que juntos atinjam os seus objetivos em comum.

Carvalho & Serafim (2004) confirmam o que o autor citado acima fala sobre essa Teoria, para eles, na Teoria X, os funcionários preferem ser conduzidos, não desejam ter responsabilidades e querem segurança, ou seja, as pessoas trabalham basicamente por dinheiro e vantagens extras e por medo de serem punidos, onde cumprem somente o que lhe é passado, não desenvolvendo nada além da sua função. Já na Teoria Y, o funcionário é criativo; responsável e o trabalho não representam castigo, o desempenho profissional é baseado nos seus sentimentos de autoestima, autorrealização e de pertencer a um grupo social, sendo capaz de tomar decisões. Na Teoria Y, o funcionário se sente parte da empresa, pois consegue se envolver diretamente para melhores tomadas de decisões, onde busca crescer e desenvolver junto à empresa, e não só no setor que atua.

CONCEITOS DE ORGANIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO PÚBLICA

Quando se fala em organizações temos em mente as empresas que fornecem emprego as pessoas diante suas experiências profissionais, onde essas ajudam as empresas a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

melhorar sua rentabilidade, ou seja, obter um melhor retorno financeiro, e as empresas que auxiliam as pessoas a realizarem seus desejos e necessidades através da remuneração de salários.

Após pesquisas e leituras de diversos materiais e escritores sobre o assunto, viu se que a palavra organização é derivada da língua grega "*organon"* que significa instrumento, órgão ou aquilo com que se trabalha, ou melhor, organização é a forma como se dispõe um sistema para atingir os resultados pretendidos. Ou seja, as organizações podem ser de pessoas, empresas, educacional, entre outras, tendo como base o relacionamento entre as pessoas em favor de atingir um objetivo em comum.

Maximiano (2004, p. 27) coloca que "as organizações são grupos sociais deliberadamente orientados para a realização de objetivos, que, de forma geral, se traduzem no fornecimento de produtos e serviços". E Chiavenato (2002) por sua vez enfoca que, para que as organizações existam é necessário atender a alguns pré-requisitos como: existirem pessoas aptas a se comunicarem; atuarem de forma conjunta; e atingirem um objetivo comum. Segundo os autores citados as organizações são grupos de pessoas que trabalham juntas em favor de um único objetivo, pois sozinhas elas não conseguem obter o desejado.

Assim pode-se dizer que as organizações públicas também precisam ter valores internos e externos para que seus funcionários possam melhor prestar seus serviços às pessoas seu público alvo, e esses valores dentro dessas organizações se dá através da politicas de boa conduta, conforme nos mostra Kanaane (1999, p.

30) afirmando que organização, "é um sistema socialmente estabelecido pelo conjunto de valores expressos pelos indivíduos que dela fazem parte, sendo assimilados e transmitidos sucessivamente pelos mesmos, [...]". O autor confirma a visão de Chiavenato, dizendo que o colaborador deve ter uma boa comunicação entre as pessoas, tanto quanto com sua equipe de trabalho como com as pessoas que atende no dia a dia. Devendo também ser uma pessoa ativa, ou seja, o servidor público deve ser uma pessoa competitiva e eficiente onde consiga desempenhar bem a função que lhe foi atribuída.

Como apresenta Kudrycka (apud Chanlat, 2002, p. 2), "o funcionário deve ser ao mesmo competitivo e eficiente e dispor das mesmas aptidões que os empregados do setor privado [...]". Ou seja, o autor mostra que às organizações públicas hoje, deve agir e trabalhar igual às organizações privadas, devendo sempre incentivar seus servidores a buscar aprimoramentos, melhores conhecimentos para assim prestar seus serviços com melhor qualidade. Pois a partir do momento que o funcionário é valorizado pelo seu superior hierárquico, melhor ele desempenhará suas atividades dentro das organizações para obterem assim melhor resultado e automaticamente ser melhor reconhecido junto ao departamento que atua.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MOTIVAÇÃO DENTRO DO SETOR PÚBLICO

Ao realizar a pesquisa sobre o tema motivação, conclui-se que este é um fator importantíssimo para o desenvolvimento pessoal como organizacional, onde esses devem trabalhar unidos buscando sempre um objetivo comum, o desenvolvimento da organização e o aperfeiçoamento e o desenvolvimento do funcionário. Hoje a motivação é de fundamental importância em qualquer tipo de atividade a ser realizada, tanto nas organizações privadas como nas organizações públicas, visto que onde estiverem envolvidas pessoas, sempre será necessário motivá-las, pois cada uma delas traz consigo o seu jeito de ser, a sua cultura individual.

Percebe-se assim que os órgãos da administração pública (GOMES, QUELHAS, 2003), quanto ao se posicionar sobre recursos humanos, demonstram estar pautadas nos princípios burocráticos da impessoalidade, do tecnicismo e do mecanicismo, levando em conta que os funcionários são indivíduos incompletos, onde não enxergam nos indivíduos o componente emocional e cuja sua capacidade mental não extrapola o estritamente requerido para o exercício da sua atividade.

Já Brasil (apud ACCETTA, SILVA & ZOTES, 2006) mostra que:

> O modelo de gestão pública elaborado pelo governo federal é a representação de um sistema gerencial que orienta para a adoção de práticas de excelência que tem por finalidade a elevação da qualidade dos serviços prestados aos cidadãos, além do aumento da competitividade do país.

Para os autores, a gestão pública deve ser um órgão de prestação serviços que valorize e incentive seus funcionários a buscar a sua motivação, para que eles possam melhor prestar seus serviços às pessoas, com mais alegria e dedicação. Para que isso aconteça é necessário que os administradores com um maior nível hierárquico trabalhe o seu lado de liderança, visando quais as necessidades de seus funcionários, seus anseios.

Esses líderes devem fazer com que seus funcionários tenham um melhor diálogo entre si, pois quanto maior for o grau de amizade dentro dos setores melhor será o desempenho da equipe. Dessa forma pode se dizer que os órgãos públicos passam de boas organizações que remuneram seus funcionários e que lhes fornecem benefícios favoráveis, para organizações que os reconhecem como pessoas, onde esses podem ajudar nas melhores tomadas de decisões e soluções dos problemas, ou seja, é através de pequenos gestos dos lideres como também das pessoas em geral, que conseguimos trabalharmos melhor e com motivação.

Para confirmar esse conceito de motivação dentro do setor público, levando em consideração os recursos humanos dentro das organizações que são as pessoas que nela atuam diariamente, e que essas devem ser valorizadas como tal Gil (2001, p. 15) fala que:

> Os administradores de recursos humanos de hoje já não podem considerar os empregados como meros recursos de que a organização pode dispor a seu bel-prazer. Precisam trata-los

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> como pessoas que impulsionam a organização, como parceiros que nela investem seu capital humano e que têm a legítima expectativa de retorno de seu investimento.

Para o autor as pessoas devem ser valorizadas cotidianamente pelo que elas realizam em seus trabalhos. Diante teorias mencionadas nos subitens anteriores os funcionários devem ser valorizados e incentivados a buscar melhorias dentro do seu desenvolvimento profissional. Ou seja, não é porque ele se efetivou no setor público que ele deve parar de buscar seu aperfeiçoamento, pelo contrário, para que ele possa atingir níveis superiores e hierárquicos, deve sim buscar novos conhecimentos a todo o momento.

Assim, deve se mencionar que uma organização para ter sucesso precisa trabalhar unida a seus funcionários, e com as organizações públicas não é diferente, em alguns estudos de casos que observei percebeu-se que o salário e os benefícios oferecidos são sim satisfatórios para o rendimento dos funcionários dentro da organização. Mas um ponto que foi muito comentado é a falta de reconhecimento profissional por parte dos gestores, como por exemplo, um simplesmente um elogio ao trabalho realizado pelo subordinado.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização do presente artigo foi utilizado à metodologia de pesquisa bibliográfica e pesquisa exploratória. Inicialmente a realização do artigo começou com o referencial teórico onde verificou, analisou e descreveram os motivos que levam os funcionários públicos se sentirem motivados para a realização de suas tarefas, buscando materiais e teorias já existentes sobre o assunto, que para Köche(1997, p. 122) uma pesquisa bibliográfica tenta explicar um problema, mediante os materiais já publicados por outros autores, que por sua vez ajudou a compreender melhor o conteúdo explorado.

CONCLUSÃO

Ante a leitura realizada para o desenvolvimento do presente artigo, que teve como objetivo discorrer sobre a motivação, em especial a motivação dentro das organizações públicas, concluiu-se o que foi dado como hipótese para o mesmo, que muitas pessoas ainda procuram passar em um concurso público para poder se estabilizar na vida, ou seja, buscam apenas recursos para satisfazer suas necessidades básicas, como visto na pirâmide das Necessidades Humanas de Maslow. Buscam apenas recursos que as ajudem em sua sobrevivência, que são um bom salário e os benefícios que a organização lhes oferece. Entrando, assim, em uma zona de conforto, onde não se importam com o que as rodeiam se tornam apenas pessoas cumpridoras de suas obrigações.

Ante essa visão, entra aqui o papel dos gestores que devem incentivar as pessoas a buscar melhoria contínua para alcançar a eficácia da prestação de seus serviços. Sendo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que, os gestores devem mostrar aos seus servidores que eles são importantes para a organização, e que devem buscar se aprimorar para subir na organização, assumir um cargo de chefia, aumentar a desenvoltura junto ao setor e/ou organização que atual, para melhor prestar seus serviços. E não buscar o aperfeiçoamento apenas para aumentar sua renda, por meio de gratificações.

Mas, para que haja a motivação profissional dentro de uma organização, como também na pública, é preciso haver um plano de carreira, para que assim, os colaboradores e/ou servidores possam atingir sua satisfação profissional, ajudando- o a sair da sua zona de conforto, saindo da fase das necessidades básicas, atingindo assim as necessidades secundárias.

REFERÊNCIAS

ACCETTA, L. T. A. S.; SILVA, E. N. C.; ZOTES, L. P. **Gestão Participativa, Comportamento e Motivação na Administração Pública.** Disponível: <http://www.ivt-rj.net/sapis/2006/pdf/LuciaAccetta.pdf> . Acesso em 07 maio 2015.

BERGAMINI, C. W.; BERALDO, D. G. R. **Avaliação do Desempenho Humano na Empresa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1988.

CARVALHO, A. V.; SERAFIM, O. C. G. **Administração de Recursos Humanos**. V. 2. São Paulo:
Pioneira Thomson Learnig, 2004.

CASTRO, C. de M. **A Prática da Pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Mc Graw – Hill do Brasil, 1997. CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Cientifica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHANLAT, J. F. **O Gerencialismo e a Ética do Bem Comum:** a questão da motivação para o
trabalho nos serviços públicos. Artigo apresentado no VII Congresso Internacional del CLAD sobre la reforma del Estado y de la Administración Pública. Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002. Disponível em:
< http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043316.pdf>. Acesso em 22 abr. 2015.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel do recursos humanos nas organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus: 1999.

CHIAVENATO, I. **Administração de Recursos Humanos**. 7. ed. São Paulo: Manole, 2009.

CHIAVENATO, I. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus,
2000.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos.** Edição compacta. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CLARET, M. **A Essência da Motivação**. São Paulo: Martin Claret, 1998.

GIL, A. C. **Gestão de Pessoas:** enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001

GOMES, A. A. P.; QUELHAS, O. L. G. Motivação dos Recursos Humanos no Serviço Público: Um estudo de caso sob dois ângulos teóricos. **READ,** v. 9, n. 5, set./out., 2003. Disponível em: < https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1CAFB_enBR601BR601&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=motiva%C3%A7%C3%A3o+dos+recursos+humanos+no+servi%C3%A7o+p%C3%BAblico+um+ estudo+de+caso+sob+dois+%C3%A2ngulos+te%C3%B3ricos>. Acesso em 06 maio 2015. HERSEY, P.; BLANCHARD, K. H. **Psicologia para Administradores**: a teoria e as técnicas da liderança situacional. São Paulo: EPU, 1986.

KANAAENE, R. **Comportamento Humano nas Organizações**: o homem rumo ao século XXI. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KONDO, Y. **Motivação Humana**: um fator-chave para o gerenciamento. 3 ed. São Paulo: Gente,
1994.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de Metodologia Cientifica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MAXINIANO, A. C. A. **Introdução à Administração.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2004.
ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. 9. ed. São Paulo: Editora Afiliada, 2002.
SCHMIDT, I. T. **Motivação no Trabalho**: teorias contemporâneas. São Paulo: Arte e Ciência, 2000. VERGARA, S. C. **Gestão de Pessoas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da Pesquisa**. Apostila elaborada para o curso de administração na modalidade à distancia. Brasília: UnB, 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O TÚNEL: UMA EXPERIÊNCIA COMO SANITARISTA SOB O OLHAR DE ERGONOMISTA

Tâmara Silveira Cedraz (a); tamaracedraz@hotmail.com

Resumo
Diversos profissionais estudam e intervém sobre o trabalho humano. Esse estudo se debruça sobre diferentes formas de abordar as situações de trabalho, a partir da função que o ator ocupa e da visão de trabalho que tem. Dessa forma, o olhar de sanitarista que atua na área de Saúde do Trabalhador confronta com o de ergonomista. O presente relato de experiência trata de uma situação vivida durante o período (2008-2012) em que a autora atuou como sanitarista em serviço público de Saúde do Trabalhador – Centro de Referência em Saúde do Trabalhador (CEREST). O ambiente de trabalho estudado foi um comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios (supermercado), onde, entre outras situações, destacou-se o transporte de mercadorias diversas realizadas através de um túnel entre o depósito e a loja. As situações e condições de trabalho ali encontradas, bem como as recomendações e desfecho realizados à época, são revisitados utilizando o método da Análise Ergonômica do Trabalho (AET). Os pontos de congruência entre as ações de Saúde do Trabalhador e a Ergonomia são evidenciados e o conhecimento da Ergonomia é destacado como facilitador no processo de identificação das situações de trabalho a serem estudadas. As características da empresa estudada, assim como a necessidade da participação dos trabalhadores principalmente nos processos de identificação de problemas e na validação de medidas de melhoria dos processos são destacadas. A identificação do trabalho realmente realizado foi essencial para a resolução do problema. A possibilidade de uma análise mais aprofundada da situação com desfecho talvez diferente sirva como condutor para futuras intervenções.

Palavras-chave: Trabalho. Saúde do Trabalhador. CEREST. Ergonomia. Análise Ergonômica do Trabalho.

Abstract
Many professionals study and intervene on Human Labor. This study focuses on different ways to approach work situations, based on function occupied and work vision that a person has. Thus, the look of Public Health worker in Occupational Health confronts the Ergonomist's view. This Experience Report presents a situation experienced during the period (2008-2012) in which the author worked as sanitarian in Occupational Public Health - Occupational Health Reference Center (CEREST). A supermarket environment was studied, where, among other situations, the highlight was the transport of Goods between the deposit and the store, realized through a tunnel. Situations and working conditions found there, as well as recommendations and outcomes done are revisited using the method of Ergonomic Work Analysis. The congruence points between Occupational Health and Ergonomics are showed. The knowledge of ergonomics is highlighting as a facilitator in the identification process of work situations to be studied. Are highlight, the company characteristics, as the need

Keywords: Work. Occupational Health. CEREST. Ergonomics. Ergonomic Work Analysis.

INTRODUÇÃO

O trabalho do homem é objeto de estudo e intervenção por diversos profissionais. A ergonomia é a ciência do trabalho e, de acordo com Wisner (1987), é *o conjunto de conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários para a concepção de*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ferramentas, máquinas e dispositivos que possam ser utilizados com o máximo de conforto, segurança e eficácia.

Apesar de a Ergonomia transcender o campo estrito do trabalho profissional, Guèrin (2001) lembra que o trabalho deve se adaptar ao homem (e não o contrário), sendo assim, no âmbito profissional a ergonomia se vale também dos conhecimentos de Saúde do Trabalhador na medida em que identifica locais e atividades de trabalho que possam vir a provocar acidentes ou doenças, para transformá-los.

Na Saúde Pública o trabalho é reconhecido como integrante do processo saúde-doença e ações de Vigilância, Atenção (assistência) e Educação em Saúde são desenvolvidas para promoção, proteção e recuperação da saúde da população. Essas ações se desenvolvem nos ambientes e processos de trabalho (ações de Vigilância à Saúde), em serviços de saúde que atendem aos trabalhadores que já sofreram agravos à saúde relacionados ao trabalho (Assistência), e através de eventos, campanhas, informativos (Educação em Saúde) (CEDRAZ, 2011; BRASIL. Ministério da Saúde, 2005).

Tanto na Saúde Pública como na Ergonomia, se reconhece o papel do trabalhador como operador do trabalho, ou seja, sabe-se que é através das ações do trabalhador que se concretiza o trabalho. No entanto, há uma grande dificuldade de ouvir nas intervenções externas à empresa o que o trabalhador tem a dizer sobre o que faz. O método da Análise Ergonômica da Atividade (AET), proposto pela escola francófona, privilegia a escuta e observação das atividades do trabalhador frente aos constrangimentos para alcançar os objetivos das tarefas prescritas.

O presente relato de experiência trata de uma intervenção realizada no âmbito da Saúde do Trabalhador e revisitada a partir do olhar da Ergonomia (método da Análise Ergonômica do Trabalho).

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Dentre as ações desenvolvidas no contexto da Saúde do Trabalhador em âmbito público, há aquelas de Vigilância que são assistidas ou desenvolvidas diretamente pelos técnicos dos Centros de Referência em Saúde do Trabalhador (CERESTs). As ações de Vigilância se constituem em análises de ambientes de trabalho a partir de achados epidemiológicos ou do acolhimento de solicitações de órgãos representativos dos trabalhadores (principalmente sindicatos e Ministério Público do Trabalho). A epidemiologia determina uma investigação obrigatória das causas de acidente grave ou com óbito – para proteger os demais trabalhadores que atuam na mesma função e local do acidente – e investigações das causas de agravos como dor e incapacidade decorrentes de doenças que podem estar relacionadas ao trabalho.

Em uma visita técnica (ação de vigilância para identificação de riscos em ambiente de trabalho), técnicos de um CEREST visitaram um comércio *varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios* (supermercado) situado próximo a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

uma avenida movimentada e composto por 2 (dois) edifícios térreos, separados por via pública de mão única. Um desses edifícios abrigava a loja onde os produtos eram expostos aos clientes e no outro se encontrava o depósito e a padaria do supermercado.

Após análise, o principal risco à saúde encontrado pelos técnicos se encontrava no modo e local em que as mercadorias eram transportadas do depósito para a loja. Entre os 2 edifícios havia um túnel subterrâneo de aproximadamente 2 metros de largura, 3 metros de comprimento e altura de 2,5 metros, com acesso por escadas de degraus estreitos. Tratava-se de ambiente úmido, por onde, inclusive escorria água provavelmente proveniente de lençol freático.

As recomendações realizadas pelos técnicos do CEREST que realizaram a visita versaram sobre as condições de higiene e conservação do túnel, medidas preventivas do risco de quedas (nas escadas) e pelo transporte manual de mercadorias de pesos variados, sugerindo ações de adequação do túnel aos trabalhadores. Ou seja, foram sugeridas medidas de intervenção no ambiente de trabalho que significariam numa melhoria das condições de saúde dos trabalhadores que realizavam suas atividades naquele local.

Ocorre que em visita do CEREST para verificação da alteração das condições, se constatou que apesar de algumas providências para diminuição do peso das mercadorias suportado pelo trabalhador que ficava no túnel (como esteira inclinada para descida das mercadorias e elevador manual para elevação das mesmas no lado da loja, ao nível de carrinho que as distribuiria), o uso do túnel ainda apresentava riscos à saúde dos trabalhadores. A manutenção da não conformidade gerou um movimento da empresa que mobilizou o representante da secretaria de indústria e comércio do município e a contratação de uma consultoria para resolução do problema.

Utilizando o método da Análise Ergonômica do Trabalho (AET), verificamos que a demanda é epidemiológica (típica das ações de Saúde do Trabalhador) e externa à direção da empresa e mesmo aos seus trabalhadores, apesar de tratar-se de uma solicitação do sindicato para que houvesse inspeção nos principais supermercados do município, pois o número de trabalhadores afastados estava aumentando.

Prosseguindo-se com a análise da demanda, temos uma empresa de abrangência local com várias lojas e cujo principal concorrente é uma multinacional com uma única loja em shopping Center. A influência política e econômica da empresa no município é considerável, tendo em vista que a região enfrenta uma mudança recente em perfil de atividade econômica, com o enfraquecimento do agronegócio decorrente dos problemas ocorridos na monocultura do cacau. O município é o centro comercial da região. Outros dados sobre a empresa e sua organização do processo de trabalho deveriam ser levantados, pois influenciam nas hipóteses e definição das situações de estudo.

Em relação às características dos trabalhadores, eles possuem escolaridade de fundamental a médio e idades entre 20 e 55 anos, recebem salário compatível com a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

categoria e possuem sindicato atuante no município, que costumava privilegiar as questões salariais em suas negociações, mas que após conhecer a atuação do CEREST solicitou visitas aos principais supermercados do município.

A partir dos dados coletados e da conversa com os trabalhadores, seriam delineadas hipóteses sobre constrangimento físico (posturas mantidas e/ou inadequadas, sobrecarga sobre membros superiores e coluna durante o transporte e manuseio de cargas, fadiga física e riscos de acidentes diversos) assim como psíquico devido a questões organizacionais como cobrança por quantidade e agilidade de produção. A tarefa realizada no túnel receberia atenção devido às condições estruturais e de conservação do local.

A situação de estudo poderia ser enunciada como o transporte de mercadorias entre o depósito e a loja, partindo-se para a descrição das tarefas prescritas e atividades realizadas.

De acordo com os prepostos, as mercadorias eram levadas em carrinhos de supermercado até o local onde se encontrava um túnel subterrâneo que ligava os 2 (dois) edifícios e descarregada com auxílio de 2 trabalhadores – um descia até o túnel para receber as mercadorias e o outro descarregava os carrinhos. A seguir as mercadorias eram carregadas por escadas até a saída do túnel no edifício da loja, onde novamente eram postas em carrinhos de supermercados para serem distribuídas nas prateleiras. No entanto, em uma das visitas foi observado transporte com auxílio de carrinho através da rua entre os 2 edifícios, ao que a empresa assegurou que se tratava de uma exceção permitida apenas para pequenas reposições.

A diferença de cargas físicas durante o transporte de mercadorias nas tarefas prescritas (através do túnel) e reais (por via pública), assim como o impacto no tempo de produção conduziriam a um redesenho do transporte de mercadorias a serem repostas nas prateleiras. Tudo indica que os constrangimentos vivenciados pelos trabalhadores pareciam menores na transgressão do prescrito e seria necessária a participação desses na reconstrução do processo e validação das modificações propostas.

> Se a ação ergonômica não permitiu uma inflexão nos processos de decisão, concepção e negociação, é bem provável que as evoluções se façam sem levar suficientemente em conta o trabalho dos operadores. Em outras palavras, a ação deve possibilitar a introdução gradativa do trabalho como uma das variáveis estratégicas do funcionamento da empresa (diversidade dos pontos de vista) (GUERIN Et al., 2001, p. 46).

Na experiência vivida, após reunião entre CEREST, Secretaria de Indústria e Comércio, e representantes da empresa ficou estabelecido que o transporte fosse realizado através da via pública que seria interditada em determinados horários para esse fim. Foi necessária a leitura da atividade real dos trabalhadores para se alcançar uma solução que possivelmente agrada a empresa, pois a tarefa será realizada mais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

rapidamente, e aos trabalhadores que ficam sujeitos a menos constrangimentos e deixam de transgredir as regras da empresa.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

Os sindicatos como representantes dos trabalhadores necessitam conhecer e transformar as situações de trabalho também no que concerne à proteção à saúde e segurança dos trabalhadores através do acionamento de órgãos responsáveis e de negociação com as empresas.

> (…) Os representantes dos trabalhadores de um lado e os departamentos de pessoal de outro estão habituados a uma leitura do funcionamento da empresa derivada essencialmente do domínio da negociação social. Historicamente, essa se organizou em torno das preocupações relativas ao contrato de trabalho (modalidade de emprego, duração da jornada, salários, qualificação, classificação, etc.). O conteúdo do emprego era considerado principalmente sob a forma das condições de trabalho, na medida em que estas se apresentavam como negociáveis (…) (GUERIN et al., 2001, p. 35).

A importância da participação dos trabalhadores na alteração das situações de trabalho em que estão inseridos é objeto de desejo também nas ações de Saúde do Trabalhador, no entanto, como as visitas ocorrem por determinação externa e não a convite das empresas, dificilmente os técnicos do CEREST têm acesso livre aos trabalhadores. Entretanto, mesmo entre ergonomistas (principalmente os que seguem a linha dos fatores humanos), há os que deixam de ouvir os trabalhadores, como explica Wisner (1987):

> Ao longo da história, e ainda hoje, os trabalhadores não são nem mesmo solicitados a contribuir para a própria observação, senão de maneira passiva: responder a questionários, carregar eletrodos, atuar involuntariamente no filme de estudo dos movimentos, eles são objetos e não sujeitos de seu próprio estudo. Todas as recomendações são formuladas em termos de desconfiança em face da sua intervenção pessoal. (WISNER, 1987, p. 36)

Nessa experiência fica clara também a necessidade de se conhecer a empresa e os trabalhadores de forma mais aprofundada. As características da empresa determinam as ações e nível de investimento financeiro e tecnológico que serão assumidas para resolução dos problemas. Já os trabalhadores são os maiores conhecedores do seu processo de trabalho. São os responsáveis pela viabilidade dos mecanismos de regulação que os protegem (ou não) de constrangimentos. É desse jogo de interesses que se constrói a ação ergonômica eficaz.

> A transformação das condições de trabalho é responsabilidade dos parceiros sociais. Na empresa, as mudanças resultam do jogo contraditório de interesses e relações de poder entre seus

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> integrantes. E é precisamente para que a ação ergonômica possa levar a transformações efetivas que é essencial que ela seja expressamente exigida pelos parceiros sociais (GUERIN Et al., 2001, p. 43).

A AET é um método de análise que pode ser aplicado por diversos profissionais e situações encontradas em uma empresa. Nesse relato de experiência, por meio desse método, se fez uma releitura de uma ação de Vigilância à Saúde realizada por órgão público responsável pela promoção e proteção da saúde de trabalhadores de uma determinada área de abrangência. Talvez o conhecimento da AET facilitasse o processo de determinação das situações a serem estudadas e recomendações que levassem a empresa a se aprofundar no estudo das condições encontradas e sua modificação. No momento em que um dos técnicos do CEREST observou a atividade real, a ação ergonômica daquela situação começou a se delinear.

> Uma ação é ergonômica quando comporta uma análise da atividade de trabalho que contribui para desvendar as estratégias usadas pelos operadores para efetuar sua tarefa, ou seja, para atingir os objetivos que lhes foram fixados em determinadas condições (GUERIN Et al., 2001, p. 43).

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Portaria GM/MS nº 1125** de 6 de julho de 2005. Dispõe sobre os propósitos da política de saúde do trabalhador para o SUS. Brasília: Ministério da Saúde, 2005.
CEDRAZ, T. **Integralidade em Saúde do Trabalhador**. Artigo (Especialização em Saúde do Trabalhador). Salvador: UFBA/CESAT, 2011.
GÜÉRIN, F. et al. **Compreender o trabalho para transformá-lo: a prática da ergonomia**. São Paulo: Edgard Blucher, 2001.
WISNER, A. **Por dentro do trabalho**. São Paulo: Oboré, 1987.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

TERRITÓRIOS E FRONTEIRAS: "DAS RELAÇÕES AOS LIMITES: AS FRONTEIRAS VIRTUAIS DE UM MUNDO REAL"

Caio Roberto Pretel Ferreira – Pós Graduando em Adm. Pública - SENAC
capretel@gmail.com

Palavras-Chave: Território. Fronteira. Gestão. Planejamento.

INTRODUÇÃO

O presente trabalha visa trazer algumas reflexões a respeito do conceito de "fronteira", aplicado a diversos aspectos da territorialidade destacando as múltiplas relações neles desenvolvidas.

Quando pensamos em fronteiras, geralmente, estabelecemos vínculos com algo físico, palpável e que possa estabelecer limites, voltados basicamente a constituir uma barreira entre territórios. O mais comum desses limites são os naturais, onde rios, lagos, córregos e montanhas desenvolvem papel fundamental de ser um obstáculo, um marco físico dessa relação. Por outro lado, há barreiras construídas onde o homem desempenha a função de estabelecer esses perímetros, com cercas e muros ou simplesmente barreiras vigiadas.

E podemos nos questionar qual a necessidade dessa demarcação, o porquê disso?
A resposta é basicamente uma e simples, territórios estão ligados ao "poder", político, econômico, social, seja lá qual for ele, mas, o poder. As relações são estabelecidas em territórios, das maneiras mais variadas possíveis.

Assim chegamos a um ponto bastante interessante e relevante quando tratamos de fronteiras, tais relações, muitas vezes, não são passíveis de visualização, em outras palavras, não ocorrem de forma física, mas sim virtual.

Então, ao desenrolar esse trabalho, iremos ilustrar e exemplificar algumas das relações que ocorrem nos territórios e tem relação intrínseca com as fronteiras estabelecidas, questionando algumas situações onde as relações de desenvolvem, de forma parcial ou total, sem o conhecimento dos envolvidos no processo.

OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo principal trazer à tona algumas reflexões sobre o conceito de fronteira e seus desdobramentos na atualidade.

MÉTODOS

Para o desenvolvimento deste trabalho foram utilizadas bibliografias referentes ao assunto, debates em sala de aula e apresentações de seminários referentes ao tema, onde os alunos do curso de especialização em administração pública puderam refletir e desenvolver trabalhos voltados para a sua realidade.

RESULTADOS

O território é estabelecido através de inúmeras situações, desenvolvidas ao longo dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

anos, não se tratando de uma relação estática, mas sim dinâmica e contínua ao passar do tempo. Tal situação pode ser exemplificada utilizando a história do Brasil, que no início era apenas uma colônia portuguesa, em outras palavras, um território que pertencia a outro país, no caso, Portugal.

A conquista de territórios era algo presente, que se fazia necessário para a expansão de relações comerciais, demonstração de poder militar e por fim o que mais interessava de fato, a obtenção de matéria – prima e bens que tivessem valor econômico expressivo.

O Brasil, então ainda servindo apenas como uma colônia, foi organizado em capitanias pelo governo português, 15 (quinze) capitanias, chamadas de "hereditárias", pois foram destinadas a famílias e que seus sucessores poderiam herdar, iniciando assim nossa divisão territorial, onde a exploração de bens naturais era seu principal alicerce.

Desde então, sucessivas divisões ocorreram, por motivos sempre semelhantes, interesses políticos, econômicos, sociais diversos, provocando a mudança da configuração territorial, o "desenho" propriamente dito do país. Mas a união de territórios em determinado momento se fez bastante necessário, levando em consideração a relação de poder no contexto do momento, como destacamos no trecho a seguir:

> Proclamada a independência da colônia, o pensamento dos homens, a que ia caber a formidável incumbência de organizar o governo nacional, já não podia ser outro: a necessidade de manter a unidade política do país toma o primeiro lugar no plano das suas cogitações construtoras. Eles têm diante de si uma vasta colônia a explorar (...) mas, uma pátria a organizar, uma nação a construir, um povo a governar e dirigir (...) um povo esfacelado em quase vinte partes autônomas, com pequeníssimas, se não nulas, relação de interdependência (...) o sentimento de uma pátria única ainda não está formado: as várias capitanias, que vão ser as futuras províncias, não se sentem membros de uma mesma família. (OLIVEIRA. V. 1933 p.274-282)

Assim, até o momento evidenciamos as analogias que estabelecem limites físicos dentro de um território, mesmo que baseados em organizações político – administrativas, porém como já citamos tais situações e contextos vão além disso, o limite por muitas vezes pode não ser o que vemos, mas o que vivemos, aonde conflitos, costumes, culturas, religiões e diversas outras facetas trazem à tona o que não é exposto tão simploriamente. Essas vertentes são mais do que um rio ou montanhas podem expressar, quando pensarmos em um território e seus limites impostos, precisamos nos aprofundar para entender a tênue linha das relações humanas nele contidas.

Então podemos estabelecer que a fronteira vai muito além da questão geográfica, estabelece vínculos sociais profundos, fazendo parte dessa dinâmica territorial colocada, podendo der modificada a qualquer momento caso a forma como esteja não

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

seja mais do interesse social, como evidenciado no trecho a seguir:

> Ela é a fronteira de muitas e diferentes coisas: fronteira da civilização (demarcada pela barbárie que se oculta), fronteira espacial, fronteira de culturas e visões de mundo, sobretudo, fronteira do humano. Nesse sentido, a fronteira tem um caráter litúrgico e sacrificial, porque nela o outro é degradado para, desse modo, viabilizar a existência de quem o domina, subjuga e explora. É nessa dimensão, propriamente sociológica e antropológica, que investigo o tema da fronteira e os desafios que propõe em relação à sociedade em que vivemos e em relação à nossa própria condição humana. (MARTINS. J, p.11)

Para exemplificar tal situação, utilizarei um conceito relativamente novo, onde os recursos naturais têm papel fundamental em sua atuação, a área do agrohidronegócio estabelece relações das mais diversas formas nos territórios onde ocorre, extrapolando toda e qualquer barreira ou fronteira imposta e para essa discussão específica abordaremos a "água virtual".

A água é um bem de consumo de primeira necessidade, vital a manutenção da vida de forma coletivizada, ou seja, é imperativo que o ser humano possa acessar tal bem de maneira irrestrita, utilizando – o para beber, cozinhar e afins. Tal recurso sempre foi tratado como inesgotável, um recurso que seria sempre presente, porém essa crença passa a ser desacreditada na atualidade e água passa a ter "valor", passa a ser tratada como uma mercadoria de grande valia para o mercado econômico, onde legislações e marcos regulatórios incidem para dar viabilidade de cobranças e concessões do direito de uso dos recursos hídricos.

> A água, no *hábito capitalista* atual, passa a ter valor tanto político como financeiro, e nasce aí este novo viés da luta de classe, a luta dos que têm água e dos que precisam ter, para produzir. Este processo é diferente da luta tradicional pelo acesso à água numa área de escassez hídrica.
> A água como mercadoria, expressa imposições normativas dos instrumentos de gestão que modificam as antigas relações existentes no território. Portanto, faz-se necessário, promover a interação e a articulação das realidades local e global combinadas na atualidade, com outras escalas de tempo e espaço em um movimento dinâmico e dialético. *(Torres, A.T.G.)*

O agrohidronegócio se apresenta como um indutor de novas fronteiras, modificando o território onde se insere, muitas vezes, não mudanças físicas das fronteiras, mas transformações no modo como a sociedade ali inserida se relaciona. As hidrelétricas, por exemplo, quando são fincadas em algum local, modificam de forma brutal o ambiente, não apenas natural, mas social, cultural e demais analogias ali impostas, gerando movimentos antagônicos, um que podemos destacar é o MAB,

Movimento dos Atingidos por Barragens, que lutam por seus direitos após terem que mudar de local.

Outra situação bastante interessante diz respeito à irrigação, nós somos um país

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

essencialmente exportador de commodities, sendo o setor agrícola base de nossas exportações. Para a produção agrícola, seja ela qual for, a água se torna insubstituível para que esse produto alcance seu ápice, porém a água que gera tanta riqueza e produção é exportada sem custo para quem as consome. O que quero mostrar é que essa água vai, de fato, no produto exportado, além de nossas fronteiras, levando água que é um bem essencial à vida da população, sendo um bem vital, que não tem valor especifico, é levado além dos limites nacionais de forma institucionalizada.

CONCLUSÃO

Considero então que as fronteiras e limites são necessários para a organização do território, e se faz extremamente importante em nossa estrutura atual. Porém, não podemos perder de vista que tais limites não estão postos de forma simples e natural, por trás desses contornos as relações acabam por ser mais importantes, entender o contexto da materialização desses marcos faz com que possamos aprofundar o conhecimento da sociedade que ali está estabelecida.

A ambientação histórica e o desenrolar das relações podem, então, evidenciar e nos fazer entender o porquê da configuração territorial posta, como também nos auxiliar no planejamento futuro e gestão da área.

REFERÊNCIAS

CATAIA, M. "A alienação do território – O papel da guerra fiscal no uso, organização e regulação do território brasileiro". In: Maria Adélia A. de Souza (org.), Território brasileiro. Usos e abusos. Campinas: Territorial, 2003.

MARTINS, H.T. A fragmentação do território brasileiro: a criação de novos estados no Brasil. X Congresso Brasileiro de Sociologia. 2001.

MARTINS, J.S. Fronteira: a degradação do Outro nos confins do humano. São Paulo: Contexto 2009.

SANTOS, M. "Por uma nova federação". Correio Braziliense. 16/07/2000.

SANTOS, M. "O retorno do território". In Milton Santos; Maria Adélia A. Souza, e Maria Laura Silveira (org.), Território: globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec-Anpur, 1994.

SANTOS, M. e Silveira, M. L. O Brasil. Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

PINHEIRO, D.C. Reestruturação do setor elétrico no Brasil e suas consequências no tratamento de questões sociais e ambientais: o caso da usina hidrelétrica Cana Brava, GO. Rio de Janeiro, 2006.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

UMA DISCUSSÃO SOBRE O APRENDIZADO DO DISCENTE: UMA ANÁLISE DO MÉTODO "MAURI VIEIRA"

Mariane Celeste Santana dos Santos; mariane_celeste5@hotmail.com
Palavras-chave**:** Didática. Arquitetura e Urbanismo. Política Educacional.

INTRODUÇÃO

Já é consolidado o fato de que a dinâmica social influencia diretamente as escolhas que o indivíduo que a compõe faz ao longo de sua história, logo, em um mundo capitalista o alpinismo social é primordial, e o estudo tem sido visto como ponte para o sucesso; por questões culturais e fomento governamental, cursar o ensino regular e superior tem sido a realidade de muitos brasileiros.

No Brasil, o acesso ao ensino é garantido por lei ao cidadão desde a promulgação da Constituição de 1988, e para Colossi et al (2001, p. 51):

> Uma instituição social é, fundamentalmente, um ideal, uma doutrina. Assim, a educação superior é uma instituição social, estável e duradoura, concebida a partir de normas e valores da sociedade. É, acima de tudo, um ideal que se destina, enquanto integrador de um sistema, à qualificação profissional e promoção do desenvolvimento político, econômico, social e cultural.

Sendo a educação um princípio indispensável no cenário político, econômico, social e cultural, e com um panorama educacional deficitário e elitizante, que sofre interferência da globalização e tecnologia, concorrendo deslealmente com o aprendizado crítico, a questão é: Estaria à universidade preparada para lidar com tantas interferências a ponto de mesmo assim formar profissionais pensantes?

Tal questionamento norteia este trabalho, a fim de Identificar a importância do método Maury Vieira para os discentes em sua abordagem didática, a qual foi aplicada uma matéria de exercício projetual, que requer uma maior liberdade de criação, criatividade e inovação, esta pesquisa também tem por objetivos específicos descrever os métodos de aula aplicados pelo Profº Esp. Maury Vieira de Jesus na matéria de Projeto Arquitetônico IV, na sala do 6º Termo de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Oeste Paulista, em Presidente Prudente, São Paulo; identificando assim, a percepção dos discentes em relação á forma de didática aplicada.

OBJETIVOS

Identificar a importância do método Maury Vieira para os discentes em sua abordagem didática, a qual foi aplicada uma matéria de exercício projetual, que requer uma maior liberdade de criação, criatividade e inovação. Esta pesquisa também tem por objetivos específicos descrever os métodos de aula aplicados pelo Profº Esp. Maury Vieira de Jesus na matéria de Projeto Arquitetônico IV, na sala do 6º Termo de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Oeste Paulista, em Presidente

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Prudente, São Paulo; identificando assim, a percepção dos discentes em relação á forma de didática aplicada.

MÉTODOS

Esta pesquisa trata de uma pesquisa-ação, visto que a pesquisadora integra o grupo analisado, um questionário foi aplicado para uma melhor investigação da opinião dos alunos, bem como permitiu ao pesquisador ter um panorama mais amplo sobre a situação e posicionamento dos alunos em relação á didática aplicada, o mesmo, foi realizado com alunos do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Oeste Paulista, mais especificadamente, o 6º Termo, no segundo semestre do ano de dois mil e quinze, em que o professor Maury Vieira ministrou a matéria Projeto Arquitetônico IV, havia cerca de 20 alunos inscritos, embora tenha sido respondido por 13 destes, dos demais, 04 estavam matriculados, mas não frequentavam as aulas e os outros 03 não estavam presentes no dia da aplicação do mesmo.

RESULTADOS

Mediante tal pesquisa, pode-se perceber que os resultados são satisfatórios, salientando que, 38% dos alunos classificaram a didática aplicada como "Excelente"; na maioria, 62% dos alunos classificaram sua resposta como "Bom"; e nenhuma resposta obteve menor grau de aprovação;entretanto, a pesquisadora deve pontuar que percebeu que, apesar das explicações, alguns dos entrevistados ainda confundiram "Didática" com "Clareza de transmissão do conhecimento".

Quanto ao questionamento sobre a adequação do método ao exercício projetual, pode-se detectar total aprovação por parte dos alunos, estando as justificativas principalmente voltadas ao fato de que o aluno pôde "(...) *aprender na prática como é o processo de criação (...)*", bem como alegou-se que *"Com o roteiro em mãos você sabe os processos a cumprir e tem apenas uma data final para se preocupar.";* também foi destacado o ponto de que assim obtém- se "(...) *mais facilidades para aprender sem ter pressão como das outras formas." elevando "(...) a aula á um patamar de criação de projeto com o auxílio de um coach".*

Quando questionados se gostariam que esta didática fosse aplicada em mais matérias de projeto arquitetônico, verificou-se uma expressiva aprovação por parte dos entrevistados, visto que, segundo suas palavras, *"Atinge melhor o objetivo da matéria que é criar.";* *"Pois o professor esclarece as dúvidas específicas de cada aluno e não perde tempo na lousa explicando o que outros já sabem.";* de forma á *"Desenvolver o projeto sem ter que passar na metade, ou fazer tudo correndo para entregar melhora no desenvolvimento dele, tendo assim uma continuidade.";* trazendo para "(...) *o aluno um aprendizado mais próximo da realidade de um processo projetual (...)".*

Salientando que tais resultados são apenas parte dos expostos na pesquisa, para que tal resumo seja sucinto.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONCLUSÃO

Após tantas exposições, entende-se que para muitos teóricos e para os alunos entrevistados, a forma didática progressista (baseada na *Tentativa/Erro*) configura-se como um processo imprescindível na criação do pensamento crítico e liberdade de expressão, ficando o modelo tradicionalmente aplicado, aquém do suprimento das mínimas necessidades discentes.

Levando o fato acima em consideração, entende-se que quando o processo de ensino seguido pelo professor se faz por uma assimilação tradicional, onde o professor é o único detentor de todo o conhecimento e o aluno apenas um pote vazio, o processo de aprendizagem se torna pobre e unilateral, de forma que o discente não coloca suas opiniões ou apontamentos, deixando o resultado viciado e enviesado, apenas com o olhar do professor, mas, quando o docente desce de seu pedestal, aceita críticas e novas formas de "fazer", permitindo a atividade autônoma e independente em sala de aula, ambos – professor e aluno – criam um único caminho, e assim, conseguem ter uma visão ampliada de dois mundos diferentes, de forma a enriquecerem o conhecimento construído, como em uma via de mão-dupla.

Em síntese, a construção do ensino/aprendizagem não é automática, oriunda de uma simples transmissão do professor para o aluno, mas ao contrário, é um processo complexo que envolve cognições, abstrações, olhares múltiplos, como em um mundo paralelo, onde o pensamento cresce e desenvolve-se; tais processos têm início através das abstrações empíricas feitas pelo aluno e/ou professor, e pela reflexão a respeito destes enfrentamentos, e apenas após isto, um novo conceito é construído, onde o aluno depara-se com o novo, e então procura acomodar as informações a ele transmitidas, renovando seus processos mentais, alimentados por análises de experiências e fundindo seus conhecimentos prévios com os adquiridos.

Sendo assim, embora os alunos tenham respondido ao questionário, esta pesquisa tem por objetivo maior conscientizar os docentes de forma que seja feita uma reanálise de suas práticas enquanto formadores de pensamento crítico, pois, aplicar uma didática tradicional é o agir "instantâneo" nas universidades, e esta escolha, quando comparada com a de reavaliar e alterar sua prática docente, pode causar desconforto; mas não seria o papel do professor o de gerar tumulto no tradicionalismo e buscar novos caminhos para um novo futuro? Não seria a frequência na cadeira da universidade o fator que lapidaria a futura história de nossa nação e quiçá do mundo? Até que ponto o docente tem se tornado um apaziguador á ponto de silenciar seu papel de agitador em troca de comodismo? Apenas o professor pode transformar sua prática em "centro de treinamento", e não mais "centro de informação".

Sem dúvida, deve-se, também, considerar que embora o professor lute por uma educação melhor, as políticas educacionais pouco excedem as promessas firmadas em

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

comerciais partidários - traços de uma história governamental pautada na manipulação, embora autoproclame-se democrática, para que isto ocorra efetivamente, deve-se preceder á prática docente, diversos condicionantes, como o advento de políticas governamentais diferenciadas, influências de economia global bem administradas, apoio populacional, dentre tantos outros, ou seja, a educação está entremeada á uma conjuntura de apoios, mas mesmo que um único professor não consiga mudar toda a (doente) dinâmica da educação brasileira, ele pode mudar a dinâmica de sua sala de aula, mudando assim a forma em que o aluno entende por aprendizado e construção de conhecimento, ensinando-o a pensar diferente do "normal". O fato incontestável é que "Steave Jobs" (Inconformado com a Apple), Nelson Mandela (Inconformado com o Apartheid), Martim Lutero (Inconformado com a Igreja Católica), "Sigmound Freud" (Inconformado com a Psicanálise), Dorothy Stang (Inconformada com o abuso político), dentre tantos outros grandes nomes da humanidade, todos inconformados com o que "aprendiam por certo" apresentavam uma mesma característica: Tiveram ao longo da vida professores que os ensinaram a pensar diferente da maioria.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A. A adoção de uma metodologia de ensino para projetos arquitetônicos. Arquiteturarevista. Vol. 9, n. 2, p. 125-134, jul/dez 2013

ALARCÃO, I. (Org.) Escola reflexiva e nova racionalidade. Porto Alegre: Artmed, 2001.

BRASIL. Lei nº 9.394 de 20/12/1996, Lei das Diretrizes e Bases da Educação.

BRASIL. Padrões Mínimos de Qualidade do Ambiente Escolar, Fundo de Fortalecimento da Escola FUNDESCOLA / MEC.2006

BOLZAN, D. Formação de professores: compartilhando e reconstruindo conhecimentos. Porto Alegre: Mediação, 2002.

BARBOSA, F. R.M.; CANALLI, P. M. Qual a importância da relação professor-aluno no processo ensino-aprendizagem. EFDeportes.com, Revista Digital. Set de 2011. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd160/a-importancia-da-relacao-professor-aluno.htm>. Acesso em: 19 de Set de 2015.

CASTRO. Amélia Domingues de. A trajetória histórica da didática. São Paulo: FDE, 1991, Série Idéias, n. ll. P. 15-25.

CASTRO, M. H. M.; LEITE, E.M. Educação no Brasil: atrasos, conquistas e desafios. IPEA, 2006. Disponível em: < http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3062/1/Cap_3_Livro_Brasil-o_estado_de_uma_na%C3%A7%C3%A3o_2006.pdf> Acesso em: 27 de Junho de 2015.

CHIRELLI, M. Q.; MISHIMA, S. M. O processo ensino-aprendizagem crítico-reflexivo. Rev. Brasileira de Enfermagem. Vol. 57 no. 3 Brasília. June, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000300014> Acesso em: 25 de Set 2015.

COLOSSI, N.; CONSENTINO, A.; QUEIROZ, E. G. Mudanças no contexto do ensino superior no Brasil: uma tendência ao ensino colaborativo. Rev. FAE, Curitiba, v.4, n.1, p.51-58, jan./abr. 2001

DELORS, J. Educação: um tesouro a descobrir. 2ed. São Paulo: Cortez. Brasília, DF: MEC/UNESCO, 2003.

FÁVERO, A. A.; MARQUES, M. Aprender e ensinar na universidade: A docência na perspectiva da epistemologia da aprendizagem. Disponível em:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/343/723>. Acesso em: 05 de Maio de 2015.
FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia – saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
FRAMPTON, K. História crítica da arquitetura moderna. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
LEMOS, C. O que é arquitetura. São Paulo, Editora Brasiliense, 1980.
LEWIN, K. Action research and minority problems. Journal of Social Issues, Malden, v. 2, n. 4, p. 34-46, 1946.
LINDEMAN, E. Learning democracy: Eduard Lindeman on adult education and social change. Routledge, 1987.
LIBÂNEO, J. C. Didática. São Paulo, Cortez, 1992.
COSTA, L. Considerações sobre arte contemporânea (1940). In: Lúcio Costa, Registro de uma vivência. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.
MONTAIGNE, M. E. Michel de Montaigne: Ensaios. Vol.1. Coleção Pensadores. São Paulo: Nova Cultura, 2004.

MORIN, Edgar. A cabeça bem-feita: pensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
NAIDITCHF, F. Pesquisa - ação. In:OLIVEIRA, D.A.; DUARTE, A.M.C.; VIEIRA, L.M.F.
DICIONÁRIO: trabalho, profissão e condição docente. Belo Horizonte: UFMG/Faculdade de Educação, 2010.
NÓVOA. A. Desafios do trabalho do professor no mundo contemporâneo. Livreto publicado pelo Sindicato dos Professores de São Paulo, 2007.
RIBEIRO, L. R. C. A aprendizagem baseada em problemas (PBL): Uma implementação na educação de engenharia na voz dos atores. Disponível em: <http://www.bdtd.ufscar.br/htdocs/tedeSimplificado/tde_arquivos/8/TDE-2005-05-16T12:29:32Z- 668/Publico/TeseLRCR.pdf> Acesso em: 29 de junho de 2015.
STRICKLAND, C. Arquitetura Comentada: Uma breve viagem pela história da arquitetura. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
SPOLON, A. P. Vitrúvio e Cook na Vila Penteado. Vitruvios. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquiteturismo/01.003/1326> Acesso em: 21 de Agosto de 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RECURSOS TECNOLÓGICOS: UM ESTUDO SOBRE O ENSINO SUPERIOR

Priscilla Moraes de Oliveira
priscymoraes@hotmail.com

Palavras-chave: 1. Tecnologia. 2. Educação. 3. Ensino Superior

INTRODUÇÃO

Diante do novo cenário do ensino superior, onde se faz presente a modernização das salas de aulas com ambientes de aprendizagem virtual, o conhecimento e a informação, juntos, superam expectativas.

A abrangência da Tecnologia da Informação (TI) alterou por completo o cotidiano das pessoas em todos os sentidos. A TI em uma de suas definições é considerada como um conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação. Utiliza-se a computação para comunicar, transmitir, armazenar, produzir e acessar informações e dados. A tecnologia da informação, de maneira geral, possui muitas aplicações para as mais diversas áreas de conhecimento, tornando-se difícil a sua definição.

Para as entidades de ensino superior e seus docentes, seja virtual ou presencial, o ponto crítico é aplicar os sistemas de informação, em todo seu potencial, no sistema educacional, principalmente nos processos de ensino e de aprendizagem.

Diante do que foi apresentado tornam-se importante alguns questionamentos. Que mudanças o uso da tecnologia promoveu no cenário educacional? Quais as vantagens e desvantagens na adoção de novas tecnologias para o setor da educação? Essas novas tecnologias de fato promovem um crescimento, em termos de gestão; e desenvolvimento, em termos de processo e metodologias de ensino aprendizagem?

A hipótese adotada neste estudo é de que, além de ser uma ferramenta facilitadora, a informática também exerce um fascínio que estimula os estudantes a vencerem desafios que seriam desestimulantes com o ensino tradicional, além de favorecerem a pesquisa que, com o auxílio da internet, consegue ter uma amplitude maior.

Dentro deste contexto, este estudo pretende mostrar como a tecnologia pode ser aplicada à educação, de forma que o professor compreenda que seu papel será de delimitar o que seus alunos devam pesquisar para que a informação seja filtrada para ser refletida e o conhecimento ser construído. Por meio da discussão e reflexão sobre o uso das diversas tecnologias que estão à disposição do processo ensino-aprendizagem que vem subsidiar o professor com técnicas de utilização das mesmas que promovam a aprendizagem significativa, crítica e eficaz.

Com o avanço dessas tecnologias e a rapidez com que as informações são divulgadas diariamente, ficam aparentes as necessidades de que o ensino superior e os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

alunos universitários precisam de uma aprendizagem dinâmica que proporcione uma maior absorção desses conteúdos científicos.

A utilização de tecnologias da informação e comunicação na educação é um caminho sem volta. As instituições que não se adaptarem a isso estarão comprometendo o futuro de seus alunos, não permitindo a eles a possibilidade de disputar as melhores vagas no mercado de trabalho.

OBJETIVOS

Este estudo pretende mostrar a importância da utilização de recursos tecnológicos no processo de ensino e aprendizagem das Instituições de Ensino Superior e como a tecnologia pode ser aplicada à educação, de forma que o professor compreenda que seu papel será de delimitar o que seus alunos devem pesquisar para que a informação seja filtrada e refletida, e o conhecimento seja construído. Através da discussão e reflexão sobre o uso das diversas tecnologias que estão à disposição do processo ensino-aprendizagem que vem subsidiar o professor com técnicas de utilização das mesmas que promovam a aprendizagem significativa, crítica e eficaz.

MÉTODOS

Para que uma pesquisa científica seja configurada como tal e atinja seus objetivos aos quais se propôs a realizar, torna-se imprescindível definir sua metodologia, inclusive elucidar de maneira coerente e organizada, seus métodos, procedimentos e técnicas de pesquisa utilizada no decorrer do trabalho.

Neste sentido, este trabalho foi realizado em duas fases, sendo que a primeira fase da pesquisa foi bibliográfica. O estudo realizado buscou fundamentação teórico-metodológica em literatura compatível ao tema abordado, Esta pesquisa se ateve a referências teóricas constituídas principalmente de livros, artigos científicos, periódicos, dissertações de mestrado e endereços especializados na internet, que asseguraram ao pesquisador, condições de obter e analisar informações, descobrir incoerências e contradições na literatura, como também, proporcionaram maior reflexão e conhecimento acerca do estudo.

Para atender ao objetivo proposto pelo presente estudo, na segunda fase, foi realizada uma pesquisa junto a discentes universitários. A entrevista foi realizada através de um questionário, constituído por uma série ordenada de perguntas, que foram respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador para coleta dos dados. Após responderem, os entrevistados devolveram o questionário.

O questionário foi aplicado na primeira quinzena do mês de Setembro de 2015, a 11 discentes universitários. As entrevistadas são do sexo feminino, com idades que variam entre 22 a 40 anos, de três universidades do município de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Presidente Prudente.

RESULTADOS

Pela leitura dos questionários observou-se que, em sua maioria, as entrevistadas fazem Curso de Pedagogia, quando questionadas se gostam do curso que estão fazendo, a maioria das entrevistadas mencionaram que sim.

Os entrevistados, em sua maioria, classificaram a forma como são ministradas as aulas, como são normais. Quando questionadas sobre quão efetivo é o ensino do curso universitário, as entrevistadas, em sua maioria, o consideram efetivo.

No que diz respeito às salas de aula da universidade, atenderem às necessidades de aprendizagem dos alunos, a maioria das entrevistadas relataram que moderadamente bem.

No que diz respeito à metodologia utilizada pelos seus professores facilitarem a aprendizagem dos conteúdos, 82% das entrevistadas ressaltaram que sim.

Quanto aos principais recursos são utilizados nas aulas, os professores utilizam mais vídeos.

No que se refere ao número de professores que utilizam recursos tecnológicos (ex: slides, internet, redes sociais, vídeos) nas aulas, conforme relatado pelas entrevistas, quase todos os professores utilizam.

No que diz respeito a acreditarem que a utilização das tecnologias pode enriquecer a prática pedagógica e contribuir para seu aprendizado, as entrevistadas foram unânimes e afirmaram que sim.

CONCLUSÃO

Através da pesquisa bibliográfica e coleta de dados através do questionário, pode-se dizer que os resultados do presente trabalho foram positivos. Mostrando como a tecnologia aplicada à educação de forma instruída pelo professor pode favorecer a metodologia e promover aprendizagem significativa, crítica e eficaz.

Visto que os alunos preferem passar horas em seus aparelhos digitais ao invés de prestarem atenção em uma aula, fica cada vez mais difícil ao professor conseguir realizar seu trabalho docente. Nos diversos graus escolares o cenário é o mesmo: alunos desinteressados, reclamando de aulas com métodos ultrapassados e professores sendo massacrados pela tecnologia.

É notável como o uso da tecnologia pode colaborar para essa mudança de cenário, já que as entrevistadas foram unânimes em responder que o uso das TIC pode enriquecer a prática pedagógica e contribuir para seu aprendizado.

Ao abordar as tecnologias incorporadas na educação contemporânea, foram analisadas as inúmeras possibilidades de aplicação das TIC no processo de ensino-

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

aprendizagem. Estas emergindo de forma particular com a liberação por parte do MEC, da utilização de modalidade de ensino semipresencial nos cursos de graduação através da portaria MEC nº. 4.059/2004.

Ressalta-se que as IES devem atentar para a promoção dos princípios básicos para a oferta da modalidade semipresencial, não responsabilizando somente os coordenadores e professores pelo sucesso desta implantação.

A participação dos professores como indutores deste avanço torna-se fundamental para a colaboração no desenvolvimento da modalidade. Porém, verificou-se que ainda existe resistência ao uso desta modalidade tanto da parte dos próprios docentes como por outros alunos e demais participantes deste processo.

Dessa forma, o uso de tecnologias no ensino superior auxilia na formação de melhores profissionais que consequentemente vão obter vantagens na disputa das melhores vagas no mercado de trabalho. As instituições também passarão a serem reconhecidas pela qualidade de ensino e os cursos de graduação terão uma maior procura.

REFERÊNCIAS

AURÉLIO. **Novo Dicionário Eletrônico**. Disponível em: <http://www.dicionariodoaurelio.com>. Acesso em 08 set. 2015.

CASTELLS, M. **A Galáxia Internet**: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva. 2001. FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**.
2. ed., rev. e aum. Rio de Janeiro: Fronteira, 1986.

GOVÊA, S. **O Direito na Era Digital**: crimes praticados por meio da informática. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.

GRINSPUN, M. P.S. Z. (org.). **Educação Tecnológica**: desafios e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

KENSKI, V. M. **Educação e Tecnologias**: o novo ritmo da educação. 3. ed. Campinas-SP: Papirus, 2003a.

_____. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. Campinas-SP: Papirus, 2003b.

KERCKHOVE, D. **A pele da cultura**. Uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa: Relógio d'água, 1997.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 26. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

LÉVY, P. **As tecnologias da Inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

MOURA, R. **Aprendizagem Autodirigida**: uma definição de termos. Publicado em 1998. Disponível em: <http://rmoura.tripod.com/sdl_deftermos.htm>. Acesso em 08 set. 2015.

PEREIRA, M. A. **Ensino-Aprendizagem em um contexto dinâmico** – o caso de planejamento de transporte. 2005, 147f. Tese (Doutorado em Engenharia Civil - Transportes) - Escola de Engenharia de São Carlos da USP. São Carlos 2005.

PINHEIRO, P. P. **Direito Digital**. 4. ed., rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2010.

REGO, T. C. V. **Uma perspectiva histórico-cultural da educação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ROSA, F. **Crimes de Informática**. 2. ed. Campinas: Bookseller, 2005.

SANCHO, J. M. **Para uma Tecnologia Educacional**. Tradução Beatriz Afonso Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.

SERRES, M. **Atlas**. Paris: Julliard, 1994.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

VARGAS, M. (org.). **História da técnica e da tecnologia no Brasil**. São Paulo: UNESP/CEETEPS,1994.
VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FORMAÇÃO PROFISSIONAL: LICENCIATURA OU BACHARELADO

Renato Carvalho Junqueira; Junqueira_reanato@hotmail.com.

Palavras-Chave: Bacharelado. Licenciatura. Instituição de Ensino Superior.

INTRODUÇÃO

O trabalho tem o objetivo de apresentar pontos positivos e negativos dos cursos de graduação em Bacharelado e Licenciatura.

As orientações e os objetivos que o Ministério da Educação e as Instituições de ensino têm para com as graduações, levam a estas distorções para a docência no ensino Superior, principalmente nas graduações em Bacharelado.

OBJETIVO GERAL

Demonstrar as características de um profissional com graduação em Bacharelado e em Licenciatura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estudar o Bacharelado e a Licenciatura.

Identificar as características entre ambas.

METODOLOGIA

A metodologia será desenvolvida em 2 etapas.

1° Etapa: Pesquisa bibliográfica e documental, consultando as referências curriculares nacionais para os cursos de Bacharelados e Licenciaturas determinadas pelo ministério da educação e a grade de uma universidade da cidade feita em cima das normas pelo ministério da educação.

2° Etapa: Apresentação dos resultados das pesquisas, através das descrições tabelas e gráficos, com os comentários adegados aos resultados levantados nas pesquisas, juntamente com os resultados buscados nas pesquisas.

De acordo com Lakatos & Marconi (1991, p. 155), "A pesquisa è um procedimento formal, com métodos de pensamento reflexivo, que requer um tratamento cientifico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais".

Para Rampazzo (2004, p.49), "A pesquisa è um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico que permite descobrir novos fatos ou dados, soluções ou leis, em qualquer área do conhecimento".

De acordo com Fachin (2001, p.124), "A pesquisa de cunho cientifico estabelece parâmetros necessários entre causa e efeitos e suas constatações".

Para Rodrigues (2006, p.88), a investigação cientifica è um processo importante para a aquisição e a produção do conhecimento. Ela possibilita ao pesquisador compreender

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

o mundo em que vive. É por meio da pesquisa que se realiza a investigação cientifica. Para elaboração do trabalho bibliográfico, documental e exploratório "a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de já elaborados, constituídos principalmente de livros artigos científicos e normas do ministério de educação" (Gil, 1999, p. 65). "Portanto todo trabalho cientifico, toda pesquisa, seja de laboratório ou de campo, deve ter o apoio e o respaldo de uma pesquisa bibliográfica preliminar" (Andrade, 2008, p.37).

Objetivou-se conhecer o diferencial da licenciatura e do bacharelado para atuação dos profissionais para a docência em nível superior.

Os Dados resultantes das análises desses dados são utilizados como indicadores, para acompanhamentos qualitativos e quantitativos para a verificação do levantamento das deficiências da licenciatura e do bacharelado para a docência no ensino superior, verificando-se as falhas na formação dos discentes para sua atuação na docência.

Os dados e informações utilizadas na construção do trabalho resultam de pesquisas bibliográficas feitas em trabalhos acadêmicos, publicações de artigos, e pesquisas em livros e em sites, os dados pesquisados serão utilizados na elaboração do trabalho de conclusão de curso de Pós-graduação.

Para Andrade, (2008, p.15), "A pesquisa documental fundamenta-se no levantamento de dados, escritos ou não, de primeira mão, isso è, que não se prestaram ainda, para o embasamento de uma pesquisa, portanto, ainda não foram "trabalhados" Podem ser retrospectivos ou contemporâneos".

Segundo Gil, (2008, p.46), "A pesquisa documental apresenta uma série de vantagens primeiramente, a que se considerar que os documentos constituem fonte rica e estável de dados. Como os documentos subsistem ao longo de tempo, tornam-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica".

Opta-se pela pesquisa exploratória em razão da mesma proporcionar facilidade no levantamento dos dados, a delimitação do tema, a fixação dos objetivos e a liberalidade na formação das hipóteses.

Para Severino, (2007, p.123), "A pesquisa exploratória busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto. Na verdade, ele è uma preparação para a pesquisa explicativa".

Para Cervo, Bervian e Silva, (2007, p.63), "A pesquisa exploratória realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre seus elementos componentes. Esse tipo de pesquisa requer um planejamento bastante flexível para possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos de um problema ou situação. Recomenda-se a pesquisa exploratória quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado".

RESULTADOS

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A Pesquisa realizada foi documental, feita nas grades curriculares de uma universidade da cidade de Presidente Prudente, a qual tem graduações em Bacharelado e em Licenciatura.

Diante das grades dos cursos de Administração e de Ciências Contábeis, que fornecem ao graduado o título de Bacharel ao formando e com a grade do curso de Pedagogia que fornece o título de Licenciatura para o formando.

Representada através das tabelas e gráficos as semelhanças e diferenças entre os cursos, no qual fornece aos seus graduados o título de bacharel ou de licenciatura, conforme o curso escolhido pelos seus alunos.

CONCLUSÃO

Conclui-se, mediante as leituras, pesquisas realizadas, tabelas e gráficos apresentados na pesquisa que as referências curriculares não esgotam as possibilidades formativas, serão atualizadas segundo as novas demandas educacionais e o aprimoramento dos perfis formativos, como um instrumento de consolidação da educação superior, preparando os alunos em bases cientificas tecnológicas e humanísticas que lhe permitam posicionar-se frente às transformações políticas e sociais e a incorporar-se na vida produtiva, do seu meio de convivência.

Além de todo esse acompanhamento das transformações e adequações das referenciais Curriculares conforme as demandas solicitadas pelas transformações da sociedade consequente mudanças do perfil dos alunos, tem falha ou necessidade que deveriam ser adequadas para superar as deficiências diante das mudanças nas necessidades dos objetivos dos discentes, mas não estão sendo percebidas pelo ministério da educação e pelos gestores da educação do Pais, que não leva a adequação dos currículos dos cursos superiores em bacharelados, que tem falhas ou peca, pelo fato de na grade desses cursos que não tem matéria de licenciatura, para preparar os discentes para a vida acadêmica em docência em nível superior.

Diante destas deficiências nas grades curriculares ficam nítidas as deficiências dos graduados, com muitos conhecimentos, mas sem nenhuma habilidade para a docência em ensino superior, criando assim a dificuldade existente nas graduações, de transmitir o conhecimento e de receber este conhecimento pelos alunos, ai tem se a colocação nos corredores das universidades e faculdades que o professor está professor e não é professor.

Então para resolver esta falha somente quando houver uma adequação das grades curriculares dos cursos de bacharelados com matérias que habilitem os alunos para a vida acadêmica, aqueles que têm esta afinidade para a docência como aqueles que depois de um tempo de formados e com algumas experiências em outras áreas, ingresso na vida acadêmica, se tornar professor em nível superior.

A solução dessas deficiências dos professores para a docência ocorrerá quando houver adequação dos currículos das universidades suas grades curriculares de bacharelados e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

licenciaturas aproveitando as qualidades para a docência e diminuindo suas deficiências para a docência no ensino superior.

REFERÊNCIAS

Ayres, Hermilia Feitosa Junqueira. Licenciatura Curta e Licenciatura Plena, perderam a validade com a lei 9.394/96?. **Revista Gestão universitária**. 10/abril 2012 Belo Horizonte MG. Disponível em http://www.sinepe-sc.org.br/ler/licenciatura-curta-e-licenciatura-plena-perderam-a-validade-com a lei 9.394/96.. Acesso em 04/jun./2014.

Bill, Bruna. Bacharelado e licenciatura: parecidos mas nem tanto. IN **Gazeta do Povo**. 05 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/educacao/vida-na-universidade/vestibular/bacharelado-e-licenciatura-parecidos-mas-nem-tanto-29kj5xwtstwai2qlcxm4l3l8u.> . Acesso em 04/jun./2014.

Conselho Nacional de Educação – Câmara de Educação Superior – Resolução n 4 de 13 de Julho de 2005.

Filipak, Sirley Terezinha, diretora de graduação e Pró-reitora Académica da Pontifica Universidade Católica do Paraná (PUCPR), visualizada dia 05/Out./2015.

FOLHA DE SP. **Qual a diferença entre licenciatura e bacharelado?** Folha Educação,09 de novembro de 2003. <http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u697159.shtml>. Acesso em 04 de jun de 2014.

Gil, Antônio Carlos, como elaborador **Projetos de Pesquisa**. 4 ed.9m reimpressão. São Paulo: Atlas, 20017.

Matriz Curricular Unificada do Curso de Administração da FAPEPE. **Matriz** Curricular Unificada do Curso de Pedagogia da FAPEPE. **Ministério** da educação, Secretaria de Educação Superior, 2010. 99p

Referenciais Curriculares Nacionais dos cursos de Bacharelado e Licenciatura, Ministério da Educação Secretaria de Educação Superior, Brasília, Abril de 2010.

Referenciais Curriculares Nacionais dos Cursos de Bacharelados e Licenciatura. "Ministério da Educação – Secretaria de Educação Superior" Brasília – Abril de 2010.

SIGNIFICADOS. Significado Bacharelado Disponível em <www.significados.com.br/bacharelado>. Acesso em 04 jun. 2014.

Silva, Carmem, pró-reitora acadêmica da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Acessado dia 05/Out./2015.

Silva, Osni Oliveira Noberto da. **Implicações da fragmentação da formação profissional de educação Física em Licenciatura e Bacharelado para as IES baranas**.2009, pág.88.

Silva, Osni Oliveira Norberto. Licenciatura e Bacharelado em Educação Física: Diferença e semelhanças. **Revista Acadêmico** nº 124 setembro de 2011.Disponivel em:<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l1BDIH5h0I8J:www.periodicos.uem.br/ ojs/index.php/EspacoAcademico/article/download/12078/7737+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso 04.junho 2014.

Steinhilber, Jorge. Opções de graduação para intervenção profissional **Revista E.F**. n. 19 – março 2006. Disponível em <http://www.confef.org.br/extra/revistaef/show.asp?id=3613>. Acesso em 04/junho 2014.

Vieira, Ana Paula, Zimbres, Sidney Forglueri, Araújo, Silvana Martins. Formação profissional em Educação Física: **Apresentando o novo projeto pedagógico da UFMA**, Revista Digital – Buenos Aires – Afio 13 – n°129 – Fevereiro de 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RIBEIRÃO PRETO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

EMPRESAS JUNIORES: UM ESTUDO DE CASO NA FACULDADE JABOTICABAL – FAJAB.

Bruna Cristine Scarduelli Pacheco (UNIARA); bruna_scarduelli@yahoo.com.br * Andréia Cristina Teodoro Ferreira Silva (FAJAB); andreia2218@hotmail.com Bruna Mialichi Hori (FAJAB); bruna_hori@hotmail.com
Edson César Pires (FAJAB); edsoncpires@gmail.com
Jéssica Antiquera Lopes (FAJAB); jessica_antiquera@hotmail.com Marina Petrovich Cunha (FAJAB); marina-petrovich@hotmail.com

RESUMO
Empresa Júnior foi o tema central deste trabalho. Presente em inúmeras Instituições de Ensino Superior (IES), as Empresas Juniores são organizações, cujo objetivo é complementar a formação dos alunos de graduação, além de propiciar soluções em forma de projetos. Ao ingressar na empresa, o graduando poderá trabalhar com a gestão da Empresa Júnior e também participar de projetos junto à Instituição de Ensino Superior e à comunidade. Os principais pontos abordados foram contextualização histórica, características e importância da Empresa Júnior. Além disso, desenvolveu-se um estudo de caso, que consistiu nos resultados alcançados pela Empresa Júnior da FAJAB (Faculdade de Jaboticabal) ao longo dos últimos oito anos.
Palavras-chave: Empresa júnior. Empresa. Ensino. Formação.

ABSTRACT
Junior Company was the central theme of this work. Present in many Higher Education Institutions - HEI, the Junior Companies are organizations whose goal is to complement the training of graduate students, as well as providing solutions in the form of projects. To join a Junior Company, the graduate can work with the management of junior company itself and also participate in projects by the IES and the community. The main points were historical background, characteristics and importance of the Junior Company. In addition, developed case study, which consisted of describing the achievements of the Junior Company of FAJAB (Faculdade de Jaboticabal) over the years.
Keywords: Junior company. Company. Education. Formation.

1 INTRODUÇÃO

As Empresas Juniores vêm sendo difundidas, afinal estão presentes em inúmeras instituições de ensino superior e têm auxiliado na complementação da formação dos alunos, permitindo a conciliação entre teoria e prática.

A presente temática foi escolhida tendo em vista a oportunidade dos membros da Empresa Júnior da FAJAB em pesquisar sobre o assunto, divulgá-lo, bem como apresentar oportunidades de aprendizado que vivenciaram.

Sendo assim, o artigo, visa entender o funcionamento dessas organizações tão importantes, para isso será apresentado um histórico do movimento,características, bem como sua importância. Posteriormente, foi abordado um estudo de caso sobre as vivências da citada empresa da FAJAB, localizada no município de Jaboticabal, estado de São Paulo.

EMPRESA JÚNIOR

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2.1 Definição

As Empresas Juniores são organizações sem fins lucrativos, administradas, na maioria das vezes, por alunos da própria Instituição de Ensino Superior, os quais dispõem de uma estrutura física que facilita a realização das atividades por meio das orientações de professores e profissionais que os acompanham na prestação de serviços às Micro e Pequenas Empresas, principalmente. (MACIEL et al, 2007)

Com o apoio e orientação dos professores e coordenadores, a oportunidade deve ser encarada como um desafio a ser desvendado. (OLIVEIRA, 2003)

Alguns consideram a Empresa Júnior como um projeto de extensão, como sinaliza Matos (1997, p.17), "[...] no conceito de extensão universitária no Brasil, nos últimos anos, relaciona-se à ideia de Empresa Júnior [...] uma associação civil sem fins lucrativos, constituída e gerida por graduandos que compõem desde o corpo diretor até a equipe de executores de projetos."

Para Semerene (2007), a Empresa Júnior é uma empresa de verdade, só que com alunos de perfil empreendedor ocupando os variados cargos hierárquicos de uma companhia, orientados por professores que assinam projetos de verdade, dando consultoria para pequenos e microempresários do mundo real.

De acordo com a Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo- FEJESP, em publicação no próprio site, uma empresa júnior pode ser considerada uma associação civil, sem fins lucrativos, constituída por alunos de graduação que presta serviços para empresas, entidades e sociedade em geral, sob supervisão de professores e profissionais especializados.

Semerene (2007) declara que o sucesso da Empresa Júnior depende de alguns pré-requisitos, tais quais: selecionar alunos com perfil empreendedor, possuir apoio da universidade com relação à infraestrutura física da empresa, empenho na divulgação e capacitação de novos membros, ter um público alvo bem definido, ou seja, definir o nicho de mercado onde atuar e quais seriam seus potenciais clientes.

Segundo publicado no *site* da Confederação Brasileira de Empresas Juniores, quanto aos aspectos Jurídicos e Tributários, as Empresas Juniores deverão ter registro na Receita Federal e órgãos governamentais como uma Pessoa Jurídica, de direito privado, associação civil sem finalidades econômicas e com fins educacionais. Dessa forma, toda a legislação e tributação federal, estadual e municipal inerente a essa classificação, decairão sobre a Empresa Júnior. (Cap. II. Art. 2°).

Toda Empresa Júnior tem as mesmas exigências que uma empresa normal, como CNPJ, possuir notas fiscais, ter seu estatuto próprio e autenticá-lo em cartório, e por fim, ter suas devidas instalações com alvará da prefeitura. O que diferencia uma Empresa Júnior das demais empresas são os objetivos e sua formação. Tem como principais objetivos ampliar o conhecimento acadêmico e técnico de seus integrantes, por meio de elaboração de projetos socioeconômicos, além de estimular o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

espírito empreendedor, principalmente dos discentes.

Segundo Takeuchi e Senhoras (2003), para o estudante, a Empresa Júnior preenche o espaço entre o conhecimento teórico e a experiência obtida somente com a prática, de acordo com a filosofia de que não se aprende melhor do que praticando, lidando com as dificuldades e empecilhos reais, aprendendo com os próprios erros e os já cometidos no passado. Além da possibilidade de atuar no mercado de trabalho, os empresários juniores também ganham motivação para identificar as suas deficiências e buscar soluções com o desenvolvimento de habilidades pessoais como capacidade de negociação, comunicação, senso crítico, criatividade, flexibilidade e espírito empreendedor.

Origem

2.1.1 mundo

A primeira Empresa Júnior surgiu na França, na cidade de Paris, no ano de 1967 e foi fundada por universitários do curso de Ciências Econômicas na ESSEC (*L'Escole Superieure dês Sciences Economiques et Commerciales* de Paris). (MACIEL et al, 2007) Segundo o mesmo autor, tais educandos fundaram a Empresa Júnior com o intuito de prestar consultoria para empresas do mercado, logo a ideia se espalhou para as demais universidades, nascendo assim a Confederação Europeia de

Empresas Juniores – (JADE), a qual é composta por 280 Empresas Juniores que estão espalhadas por 15 países da Europa.

Brasil

De acordo com Maciel et al (2007), no Brasil, essa ideia se firmou por volta dos anos de 1989, na Fundação Getúlio Vargas - FGV e na Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP, fruto da Câmara de Comércio Franco – Brasileiro, em seguida surgiu na Escola Politécnica (Universidade de São Paulo - USP).

O Primeiro Encontro Nacional das Empresas Juniores, segundo divulgado pela Brasil Júnior (2015) ocorreu no ano de 1993. Hoje composta por 16 federações, incluindo o Distrito Federal, a Brasil Júnior – BJ, conhecida como Confederação Brasileira de Empresas Juniores, tem como objetivo oferecer suporte para empresas desse setor, divulgando os resultados em ações desenvolvidas pela mesma (BRASIL JÚNIOR, 2015).

Principais atividades

A Empresa Júnior tem a natureza de uma empresa real, com diretoria executiva, conselho de administração, estatuto e regimento próprio, com uma gestão autônoma em relação à direção da faculdade, centro acadêmico ou qualquer outra entidade acadêmica.

Para a Brasil Júnior (2012), Empresa Júnior é uma associação civil, constituída por

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

alunos matriculados em cursos de graduação em Instituições de Ensino Superior - IES, com o intuito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento do país e formar profissionais capacitados e comprometidos com esse objetivo.

Para Matos (1997), as finalidades das Empresas Juniores estão voltadas à promoção de atividades de caráter instrutivo e científico de acordo com os preceitos de estudo, pesquisa e extensão universitária, em que a principal atividade desenvolvida se dá por forma de projetos de consultoria orientados por docentes.

Segundo Matos (1997), a constituição legal é de uma associação civil de interesse público, sem fins econômicos, não se caracterizando como uma ONG, mas com finalidades acadêmicas e de prestação de serviços para a comunidade. Por serem sem fins lucrativos, podem cobrar por seus serviços, mas não como nos valores de mercado, sendo todo o resultado investido na organização. É permitido também o pagamento de bolsas para os consultores juniores, bem como, a contratação de assessores ou consultores externos.

Apesar de serem geridas exclusivamente por estudantes, as Empresas Juniores, segundo a Brasil Júnior (2012) são supervisionadas por professores, assim como são acompanhados e supervisionados pelos mesmos. São estabelecidos regimes de aproveitamento desta atividade como sendo acadêmica e, em muitos casos, considerada como estágio ou atividade de extensão.

Segundo Oliveira (2007), o objetivo é proporcionar aos alunos condições de colocar em prática seus conhecimentos teóricos, garantindo-lhes desenvolvimento acadêmico e profissional. Oliveira (2005) entende que a Empresa Júnior é um espaço que presta serviços de profissionais qualificados, mas oriundos de processos de ensino/aprendizagem, consistindo num local de extensão, pesquisa e aprimoramento profissional. Qualifica-se, também, por instituir um espaço de transmissão de conhecimento e difusão de informações, desenvolvendo ações relevantes ao desenvolvimento sustentável da sociedade como um todo.

Muitas das competências citadas são desenvolvidas pelo fato de que os membros de empresas juniores entram em contato com diversas situações reais de trabalho como: negociar com clientes, coordenar equipes de trabalho, cobrar por prazos e qualidade, entre outros. Soma-se a isso, a questão de serem alunos de graduação, os quais muitas vezes, nunca tiveram experiência profissional em qualquer tipo de atividade e, na empresa júnior, veem-se na posição de empresários vivenciando contextos em que são cobrados como profissionais com vasta experiência (VELASQUE, 2008).

O objetivo é tornar a Empresa Júnior uma empresa de sucesso, respeitada e conhecida por seu compromisso e responsabilidade na execução de seus serviços (BRASIL JÚNIOR, 2012).

Ao mesmo tempo transformar conhecimentos empresariais em soluções de excelência

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

em gestão, por meio do desenvolvimento profissional dos talentos, entregando valor superior à sociedade é o que se denomina Empresa Júnior. (FEJESC,2010)

Papel e importância

As Empresas Juniores propiciam aos seus acadêmicos a oportunidade de se aproximarem da realidade profissional, aliando teoria e prática. Nesse contexto, observa-se que é possível proporcionar maior experiência aos alunos envolvidos nas atividades elaboradas, conforme descrição de Luckesi et al (2003, p. 51): "o entendimento do mundo, como conhecimento, se faz tanto em situações simples do dia a dia, quanto em situações complexas dos laboratórios científicos".

Para Matos (1997) a Empresa Júnior consiste em uma estrutura colocada à disposição dos estudantes onde podem ser elaborados e implementados projetos e estudos que propiciem um maior contato com a realidade social e de mercado.

De acordo com publicação da Cia Júnior Consultoria, vinculada à Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, a Empresa Júnior se faz presente na vida do estudante universitário no momento em que o mesmo é convidado ou coloca-se a disposição para fazer parte dela. A partir desse momento, abre-se uma série de oportunidades e desafios, pois a Empresa Júnior desenvolve atividades e possui necessidades parecidas a que uma empresa tradicional enfrenta, proporcionando a possibilidade de seus integrantes aplicarem conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula, assim como praticar habilidades de liderança, criatividade e organização, com isso acabam adquirindo hábitos, valores e procedimentos que os classificam como gestores.

A publicação ressalta ainda que o apoio da Instituição de Ensino Superior – IES, junto à Empresa Júnior é de extrema importância, visto que funciona dentro da própria instituição, contando com o apoio e orientação dos professores, diretores, coordenadores, enfim, de todo corpo acadêmico da IES, proporcionando maior acesso ao conhecimento e segurança aos membros que a compõe. Desenvolvendo uma série de projetos, feiras, palestras e assessoria, a Empresa Júnior passa também a ser um elo entre a sociedade e a IES, abrindo as portas para novos alunos, auxiliando pequenos empresários e empreendedores a desenvolverem seus planos de negócios para melhorarem ou abrirem seus próprios negócios.

ESTUDO DE CASO: EMPRESA JÚNIOR FACULDADE DE JABOTICABAL - FAJAB

2.2 Origem e Evolução

De acordo com a Ata da Assembleia Geral de fundação da Empresa Júnior da FAJAB Faculdade Jaboticabal, a Empresa Júnior, foi constituída no dia 21 de junho de 2006, com sede na Rua Juca Quito, 618 na sala 16, situada na cidade de Jaboticabal, estado de São Paulo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A ideia surgiu pautada nas dificuldades que os professores encontravam diariamente nas salas de aula, pois eles sentiam que ensinar a teoria e aplicar exercícios não bastava, queriam que os alunos vivenciassem o conceito teórico na prática.

Principais atividades desenvolvidas pela Empresa Júnior FAJAB

As principais atividades realizadas pela Empresa Júnior FAJAB seguem abaixo elencadas por ano.

Ano: 2007

- III Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio Dia: 05 de Novembro de 2007

Palestra: "O mercado Mundial de Agronegócio e a Situação do Brasil" Palestrante: Dr. José Giacomo Baccarin (Ass. Doutor do Departamento deEconomia Rural da UNESP de Jaboticabal) Dia: 06 de Novembro de 2007 Palestra: "Empreendedorismo"

Palestrante: Marcos Ortiz (Empresário do Segmento de Tecnologia da Informação)

Dia: 07 de Novembro de 2007 Palestra: "Desafios do Agronegócio"

Palestrante: Drº Adilson Penariol (Gerente da Divisão de Tecnologia da COPLANA)

Ano: 2008

- IV Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio Dia: 27 de Outubro de 2008

Palestra: "Atuação do BNDS na Região"

Palestrante: Eng. Airton Luis Bertochi (Gerente Regional do CIESP e Coordenador do Posto de Informações do BNDS)

Dia: 28 de Outubro de 2008

Palestra: Sistema Financeiro Nacional

Palestrante: Prof. Ms. Luís Roberto Medeiros (Coordenador da Gestão Financeira – Grupo São Martinho e Professor de Administração)

Dia: 29 de Outubro de 2008

Palestra: "Mercado de Ações: crise ou oportunidade de bons negócios?".

Palestrante: Prof. Dr. Fabiano Guasti Lima (Professor Doutor da Universidade de São Paulo – FEA – RP/ USP e Consultor e assessor nas áreas de finanças corporativas, métodos quantitativos e gestão de riscos em diversas empresas).

Dia: 30 de Outubro de 2008

Palestra: "A fiscalização tributária e suas estratégias"

Palestrante: Dr. Márcio Minoru Garcia Takeuchi (Advogado sócio do escritório Ricci, Faleiros e Takeuchi Advogados e Consultores Jurídicos, Coordenador Jurídico do Centro de Estudos e Debates Fiscos-Contabeis e Membro do Conselho Fiscal da Federação dos Contabilistas do Estado de São Paulo).

Projeto Socioambiental: "Criança com Infância"

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Este projeto visa arrecadação de brinquedos para serem doados perto do dia das crianças, a uma instituição que abriga crianças carentes da nossa cidade.

Ano: 2009

V – Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio

Dia: 09 de Novembro de 2009

Palestra: "Genexos – suas aplicações e praticidades"
Palestrante: Nivaldo Rodrigues Ferreira Costa (Analista de Sistemas da., GBA).

Dia: 09 de Novembro de 2009 Palestra: "A arte

de encantar o cliente"

Palestrante: Silvio Botega Júnior (Gerente do Santander - Agência deDobrada)
Dia: 10 de Novembro de 2009
Palestra: "A importância do empreendedorismo na gestão das micro e pequenas empresas"

Palestrante: Prof. Ms. Rodrigo Matos do Carmo (Gerente do SEBRAE – SP e Professor De Pós-graduação da FAAP)

Dia: 11 de Novembro de 2009 Exposição e

Apresentação dos trabalhos Dia: 12 de Novembro

de 2009 Exposição e Apresentação dos trabalhos

Ano: 2010

VI – Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio "1º Fórum de Gestão Sustentável nas Empresas"

Dia: 27 de Setembro de 2010

Debate - "Alternativa para sustentabilidade nos negócios" Dia: 29 e 30 de Setembro de 2010

Exposição de Projetos (Cases reais e fictícios)

Projeto Socioambiental: Oficina de reciclagem de Pet's

Ano: 2011

VII – Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio

Marketing Empresarial: O Poder da Marca

Dia: 17 de Outubro de 2011 Palestra:

"Fortalecimento da Marca"

Palestrante: George Uehara (Grupo Palazzo) Palestra:

"Marketing Pessoal"

Palestrante: Marina Vilhena (Personal Stylist) Dia: 19 de

Outubro de 2011

Exposição de Projetos
Dia: 20 de Outubro de 2011 Exposição

de Projetos Projeto: 3º Idade Feliz 2011

Este projeto visa a arrecadação de gelatinas para serem doadas ao Asilo do município.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ano: 2012
Dia 16 Abril de 2012:
Participação no Encontro "Tendências da Informação", realizado no SENAC de Jaboticabal.
Dia 30 de Agosto de 2012: Semana Jurídica OAB Jaboticabal
1ª Palestra: "Os Direitos do Consumidor?" Palestrante: Dr.Anibal Macário
2ª Palestra: "O Novo Código Florestal." Palestrante: Prof. Kenji Cláudio Augusto Senô
– Semana de Administração Tecnologia e Agronegócio Cooperativismo: Ideias Sustentáveis envolvendo o mundo, Responsabilidade Socioambiental.
Dia: 22 de Outubro de 2012
Palestra: "Cooperativismo e Sustentabilidade"
Palestrante: Roberto Cestari (Vice-diretor da Coplana) e Paulo Umberto Henn (Engenheiro Agrônomo)
Dia: 24 de Outubro de 2012 Exposição de Projetos
Dia: 25 de Outubro de 2012 Exposição e de Projetos
Projeto: Plantando a Semente da cidadania

O projeto oferece uma oficina para crianças de 8 a 10 anos, com o intuito de estimular a consciência ambiental infantil nas perspectivas de uma nova sociedade sustentável, serão desenvolvidos projetos com a didática de "aprender – fazendo" na condução de mudas.
Dia 12 de Novembro de 2012: Visita dos alunos na Coplana – Cooperativa Agroindustrial.

Ano: 2013
1 º FAJABIXO aconteceu dia 04 de Março de 2013, evento realizado com o objetivo de recepcionar os novos alunos e fazer uma integração com os alunos veteranos.
Dia: 08 de Abril de 2013
Palestra "Motivação: Ações e Limites" Palestrante: Luiz Carlos Fernandes (Psicólogo e Professor)
Dia: 06 de Maio de 2013 - Palestra "Acorda Brasil: aprenda a comparar antes de investir".
Palestrante: Henrique Oliveira (RCX Investimento e XP Educação)
IX – Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio "Administração Moderna: seus desafios, inovações e soluções".

Dia: 14 de Outubro de 2013 Palestra: "Administração Pública" Palestrante: José Carlos Hori
Dia: 16 de Outubro de 2013 Exposição de Projetos
Dia: 17 de Outubro de 2013 Exposição e de Projetos
Projeto Administradores da Alegria, entrega de 116 litros leite no orfanato "Educandário Lar do Caminho" de Jaboticabal, realizada no dia 26 de outubro de 2013.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ano: 2014

Dia: 13 de fevereiro de 2014 Coffe Break de Boas Vindas organizado pela Empresa Júnior.

X – Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio "Empreendedorismo e Grandes Negócios"

Dia: 08 de Setembro de 2014

Palestra: "Empreendedorismo e Grandes Negócios" Palestrante: Nilson Cesar Donadon

Dia: 10 de Setembro de 2014 Exposição de Projetos

Dia: 11 de Setembro de 2014 Exposição de Projetos

Projeto: Incentivo ao suco natural e reciclagem de embalagens Pet's

O projeto oferece uma conscientização ao público da importância de incluir na alimentação sucos naturais com frutas, frutas e hortaliças, aproveitando todas as partes do vegetal: cascas, polpa, folhas e sementes. Além da utilização de embalagens pet's, com plásticos propícios à reciclagem na embalagem dos sucos naturais para possível comercialização.

Ano: 2015

Dia: 09 de Março de 2015

Palestra: "Excelência no atendimento"

Palestrante: Ana Carla Fenerich Faco (Professora ETEC Guariba)

Contribuições da gestão atual

Considerando que as Empresas Juniores têm como objetivo desenvolver pequenos projetos em prol da sociedade, na Empresa Júnior da FAJAB não foi diferente, durante os últimos anos vem sendo desenvolvidos diversos projetos, tais como palestras, Semana de Administração, desenvolvimento de projetos socioambientais, monitoria para os alunos e projetos de apoio à comunidade.

As palestras abordam temas atuais como motivação, questões relacionadas ao mercado financeiro e atendimento ao cliente, buscando associar sempre o conteúdo abordado em sala de aula com exemplos práticos.

Já os projetos socioambientais tratam de ações que motivem os alunos a se valorizarem o próximo, bem como com a natureza. A FAJAB é associada à Associação Brasileira Mantenedora de Ensino Superior - ABMES, uma associação de Responsabilidade do Ensino Superior, e a mesma possui o selo "Instituição Socialmente Responsável".

As monitorias oferecidas aos alunos propiciam uma troca rica de experiências, e os alunos envolvidos nesse trabalho sentem-se muito valorizados e aprendem a importância de compartilhar conhecimentos, valorizando o contato, a linguagem e buscando sempre trazer o conteúdo ministrado próximo à realidade do mesmo, que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

busca a monitoria para esclarecer suas dúvidas.

A Semana de Administração, Tecnologia e Agronegócio da FAJAB - SEATA no ano de 2015 está na sua XI edição, acontece todos os anos próximo da data em que se comemora o dia do Administrador, nove de Setembro. O evento divide-se em três etapas: na abertura, realiza-se uma palestra que procura abordar um assunto que se relacione com o tema central do evento, na segunda etapa ocorre a montagem dos *stands*/painéis, e por fim a apresentação dos trabalhos. A apresentação é aberta ao público e tem como propósito que os alunos coloquem em prática o conhecimento adquirido em sala de aula.

Outro grande projeto conquistado recentemente foi a parceria firmada entre a Prefeitura Municipal de Jaboticabal e a Empresa Júnior, a qual tem como objetivo oferecer aos pequenos empresários da cidade, os serviços de consultoria nas áreas de planejamento, marketing, produção, finanças e recursos humanos, procurando atender as necessidades dos empresários, otimizando tempo e recursos. Os trabalhos realizados pelos discentes contam sempre com o apoio da coordenação do curso e corpo docente.

CONCLUSÃO

Foi possível identificar os benefícios pessoais e profissionais que são adicionados e aprimorados quando os profissionais de Administração participam desta abertura para o mercado, pois a Empresa Júnior proporciona um contato direto com a prática profissional.

Nesse estudo, destaca-se também o importante papel de cumplicidade assumido pela Empresa Júnior junto à IES, proporcionando assim, crescimento para ambas.

Perante a faculdade de Jaboticabal – FAJAB, além dessa empresa estimular os estudantes a praticarem as teorias, a mesma contribui também para a economia local, divulgando a instituição, oferecendo serviços de consultoria a pequenos empresários e valorizando os docentes.

Cabe ressaltar a vivência diária das dificuldades e realizações para se concretizar projetos propostos pela Empresa Júnior da FAJAB, porém tais obstáculos não impediram o visível crescimento da mesma ao longo do tempo.

Por fim, observa-se que este artigo poderá servir de apoio a outras instituições que pretendem implantar Empresa Júnior, mas ainda não sabem seu real significado, benefícios e propósitos.

REFERÊNCIAS

Ata da Assembleia geral de fundação da Empresa Júnior da FAJAB - Faculdade Jaboticabal Cia Júnior Consultoria, 2012, disponível em:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

http://ciajr.blogspot.com.br/2012/12/o-papel-das- empresas-juniores-nas.html. Acesso em 15.04.2015.
BRASIL JÚNIOR. **Ser Júnior agora**. 2015. Disponível em < http://brasiljunior.org.br>. Acesso em 12
de maio de 2015.
FEJESP - Federação das Empresas Juniores do Estado de São Paulo, disponível em: http://www.fejesp.org.br/ Acesso em 15.04.2015.
FEJESC - Federação das Empresas Juniores do Estado de Santa Catarina, disponível em: http://fejesc.org/a-fejesc/o-movimento-empresa-junior/brasil-junior/ Acesso em 15.04.2015.
MATOS, Franco de. **A Empresa Júnior**: no Brasil e no mundo. São Paulo: Martin Claret, 1997.
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de consultoria empresarial**. São Paulo: Atlas, 2010.
OLIVEIRA, Edson Marques de. **Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil**: o emergir de novas estratégias para formação profissional. Curitiba: FAE Centro Universitário, 2005. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/IIseminario/politicas/politicas_04.pdf> Acesso em: jun. 2011.
_____. **Trabalhando como consultor júnior**: como ser consultor com pouca experiência Franca- SP: Ribeirão Gráfica e Editora, 2003.
SEMERENE, B. **Ser empresário júnior é 1º passo para sua carreira como gestor**. Disponível em:
<<http://www.universia.com.br/materia/materia.jsp?materia=13437>>. Acesso em 15.04.2015. TAKEUCHI, K. & SENHORAS, E. **Empresa júnior como um mecanismo de interação empresa**. Campinas: UNICAMP, 2003.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ESTUDO DE CASO SOBRE A CRISE HÍDRICA AFETANDO O PROCESSO PRODUTIVO DAS EMPRESAS

Bruna Cristine Scarduelli Pacheco (UNIARA); bruna_scarduelli@yahoo.com.br *
Andréia Cristina Teodoro Ferreira Silva (FAJAB); andreia2218@hotmail.com
Cristiane Louzada da Silveira Silva (FAJAB); crislouzada65@hotmail.com Amanda Ribeiro Malta (FAJAB); amandarmalta@hotmail.com
Anderson Tadeu Braguim (FAJAB); braguim@hotmail.com
Reinaldo Aparecido Amadeu Junior (FAJAB); reinaldo-juninho@hotmail.com

Resumo: Este artigo tem por objetivo um estudo sobre como as empresas estão enfrentando a crise hídrica em seus processos produtivos. Foi realizado um estudo de caso em duas empresas multinacionais da região, onde detalharam quais as medidas que estão sendo tomadas para enfrentar a crise. Foi obtido um resultado bastante satisfatório e espera-se que outras empresas possam espelhar essas medidas de prevenção para adotá-las em seus processos produtivos, a fim de economizar a matéria-prima mais importante e o bem mais precioso para o ser humano, a água.

Palavras-chave: Crise hídrica. Água. Gerenciamento. Processos. Produção.

Abstract: This article aims at a study of how companies are facing a water crisis in their production processes. A case study was conducted in two multinational companies in the region, which detailed what measures are being taken to tackle the crisis. Very good results and it is expected that other companies can mirror these preventive measures was obtained to adopt them in their production processes in order to save the most important raw material and the most precious to humans, water.

Keywords: Water crisis, Water management, Processes, Production.

Introdução

Gerenciar crises nem sempre é uma tarefa fácil, principalmente quando envolve recursos da natureza. A crise hídrica é um problema que está afetando o Brasil e, para enfrentá-la, as empresas estão tomando medidas de prevenção e ações para que não afete os seus processos produtivos, o que poderia acarretar um grande prejuízo. Os especialistas alertaram por diversas vezes quanto à importância de economizar este recurso indispensável para a vida, e muitas vezes tal alerta foi ignorado. Porém, algumas empresas iniciaram o processo de economia de água, pois receberam uma pressão ambiental quanto à responsabilidade sobre tal recurso, pois são as responsáveis pelo segundo maior consumo de água, seguido das irrigações na agricultura. Mas as medidas que estavam sendo tomadas não eram suficientes. Pode-se avaliar que em algumas empresas só foram tomadas ações preventivas após a paralisação de processos por falta d'água, foi necessário adotar a reutilização do recurso. Foram feitos estudos sobre o gerenciamento de produção das empresas, de seus *inputs* e *outputs* de processo e a tecnologia utilizada, tendo em vista que a água

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

é considerada um *input*. Com isso percebeu-se que qualquer medida tomada, considerando o reaproveitamento e a economia de água, utiliza-se da tecnologia, que está cada vez mais presente no meio industrial.

Com base nos resultados deste estudo, acredita-se que as empresas possam aproveitar tais ações, de como evitar o desperdício e de como reutilizar a água dos processos, evitando com que a sua produção possa parar futuramente por falta da matéria-prima que está em escassez e que um dia poderá se acabar.

Referencial Teórico

1.1 Panorama da crise hídrica

O gerenciamento de crises hídricas é dividido em duas partes: a preparação e a reação. Uma empresa pode se preparar para a crise, criando um plano de ação, trabalhando com a prevenção. Ou a empresa pode trabalhar com um plano de emergência, que é uma reação tomada depois que o problema já está acontecendo, e a única saída é tomar uma ação imediata.

As empresas estão enfrentando problemas com a crise hídrica, que está afetando o Brasil atualmente. Mas, conforme o *site* Super Abril (2015) "a culpa da crise no Brasil não é só a instabilidade de São Pedro, ele jamais poderia prever que a população crescesse tanto". Outros aspectos que podem ser considerados como vilões são: a urbanização (que aumenta a poluição dos rios e dificulta o acesso à água potável); a verticalização; a impermeabilização do solo; a falta de planejamento e a sobrecarga do abastecimento de água e coleta. Ainda segundo o Super Abril (2015), mesmo que chover mais que o esperado e mesmo que a população entenda a necessidade de economizar água, ainda assim será preciso tomar medidas de gestão mais eficientes.

No estudo de caso, as indústrias previam que haveria falta d'água, mas não imaginavam que seria tão rápido. Mesmo assim, já vinham tomando medidas de economia dessa matéria-prima mais importante. Com a chegada da crise, essas medidas que estavam sendo feitas como prevenção não foram suficientes. Por isso fizeram uma reunião para tomar ações imediatas para que a fábrica não parasse seus processos produtivos.

Gestão de Produção

Segundo Chiavenato (2005), todo processo produtivo depende de três fatores de produção: natureza, capital e trabalho, e são integrados por uma empresa. É da natureza que se extrai os insumos necessários, as matérias-primas e a energia.

Para Slack (1999), a produção deve usar de forma eficiente seus recursos e deve ser criativa e inovadora para introduzir formas novas e melhoradas de produzir os bens e serviços.

Martins (2006) afirma que as atividades desenvolvidas por uma empresa na tentativa

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de transformar insumos, tais como matérias-primas, em produtos acabados, consomem recursos que devem ser geridos de forma eficaz.

Todas as matérias-primas e recursos precisam ser utilizados na medida certa, pois nem sempre agregam valor ao produto final (MARTINS, 2006).

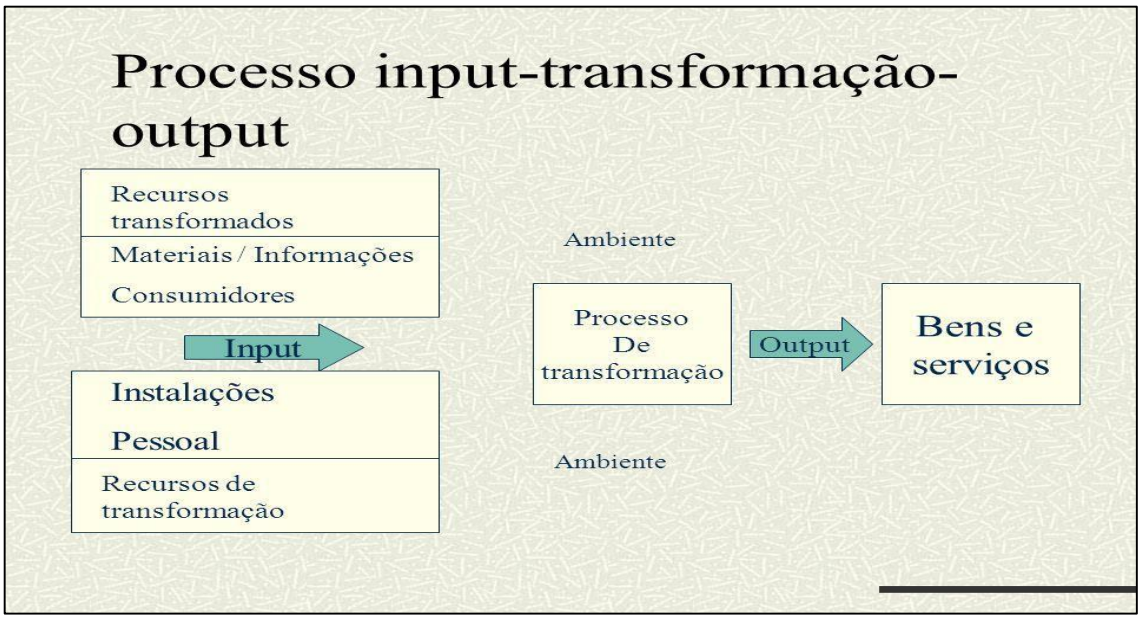
Dessa forma, deve ser dada uma atenção especial aos insumos vindos da natureza, como a água, uma matéria-prima finita e essencial em qualquer processo produtivo.

1.1.1 *Inputs* e *outputs* de processos

Segundo Chiavenato (2005), a administração da produção que executa a produção ou as operações da empresa, extrai as matérias-primas, transforma-as para produzir o produto acabado.

Para Slack (1999) a produção envolve recursos de input usado para transformar algo em outputs de bens e serviços, Figura 1.

Figura 1 – Processo *input* – transformação – *output*



Fonte: Adaptado de Slack (1999).

De acordo com Martins (2006), a análise da relação entre o *output*, ou seja, a quantidade do que foi produzido e o *input,* ou a quantidade de insumos, matérias-primas, mão de obra, energia elétrica, instalações e outras, permite quantificar a produtividade, que deve ser sempre melhorada com o menor custo possível.

A água é um *input*, sendo uma matéria-prima utilizada no processo de transformação para a produção de bens e serviços. No estudo de caso realizado nas empresas de suco concentrado e celulose, ambas utilizam a água como um *input* muito importante em seus processos de transformação em seus *outputs*, suco e papel.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Conforme Chiavenato (2005), as empresas utilizam várias tecnologias para gerar produtos ou serviços. A tecnologia envolve tanto os conhecimentos do saber fazer, como as manifestações físicas deles, que são as máquinas, equipamentos e instalações. A tecnologia é a responsável pela transformação de *inputs* em outputs. A tecnologia determina quase tudo.

Segundo Slack (1999), as tecnologias de processos ajudam a produção a transformar os materiais de forma a agregar valor e atingir os objetivos estratégicos da produção. Por esse motivo, os gerentes de produção precisam saber o suficiente sobre os princípios por trás da tecnologia, para estarem seguros ao avaliar alguma informação técnica, serem capazes de lidar com os *experts* na tecnologia e confiantes o bastante para fazerem as perguntas relevantes.

Para Martins (2006), o termo "fábrica do futuro" caracteriza-se por um elevado grau de automação organizada em torno da tecnologia, do computador integrando praticamente todas as atividades e a presença do trabalhador do conhecimento.

Sabe-se que para introduzir medidas de economia da água nas indústrias, foram utilizadas tecnologias para reutilização e identificação de pontos de desperdício de água. A tecnologia facilita todo o processo, diminui os riscos de erros e os custos. Apesar da implantação de diversas tecnologias terem um alto custo, em longo prazo, ele é compensado.

ESTUDO DE CASO

Realizou-se um estudo de caso com duas grandes indústrias multinacionais, sendo uma do ramo de suco de laranja concentrado e a outra de celulose, ambas instaladas na região de Jaboticabal-SP. Este estudo foi para analisar qual providência vem sendo tomada e quais os recursos adotados pela alta gestão com relação à crise hídrica no estado de São Paulo.

Os responsáveis pelo controle de qualidade destas indústrias foram questionados se já esperavam esta crise hídrica, os mesmos disseram que já era prevista, porém, não esperavam que fosse acontecer tão rápido. Em entrevista com os responsáveis pelo setor da indústria de suco, relataram que a fábrica vem passando por melhorias estruturais para economizar o máximo possível de água em seus processos.

Todas as medidas de economia já vinham sendo feitas para evitarem futuras paradas por falta d´água. Mas, mesmo assim, com todas as medidas que esta indústria vinha fazendo, não foi suficiente para evitar uma parada repentina de todos os processos produtivos devido à falta de sua principal matéria-prima, água.

Após o ocorrido, a alta gestão se reuniu com todos os responsáveis de cada setor, principalmente, o encarregado pelo tratamento de água da indústria, e solicitou um plano de ação de emergência para que a indústria pudesse operar sem a falta desta matéria prima. Em reunião com os membros da Sabesp para que pudessem

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

contornar a situação do município e, inclusive, a fábrica, chegaram a propor o tratamento de todas as águas residuais elaboradas pela fábrica ao longo de seus processos; o problema seria os altos custos dos produtos químicos que são adicionados nos tratamentos.

Com toda estrutura a favor, relatou o responsável do controle de qualidade da fábrica, que é possível, com alguns investimentos, tornar o processo viável ao tratamento das águas residuais. Elaborou-se um projeto para que toda água passasse por tratamentos e retornasse ao processo fabril, fazendo com que diminuísse a utilização das águas potáveis, evitando consideravelmente o desperdício.

Foi necessário que montasse uma frente de trabalho, em que, em conjunto com os órgãos públicos, monitora diariamente as tubulações internas e externas da empresa, verificando a ocorrência de vazamentos de qualquer origem para evitar o desperdício de água dentro e ao redor da indústria.

A equipe de manutenção fica responsável pelos reparos que possam vir a ocorrer com a fábrica produzindo, evitando assim os desperdícios em cada setor. Essa medida preventiva faz com que a fábrica economize muitos litros de água/ horas e cause menos impacto no meio ambiente.

Com o empenho dos colaboradores da fábrica, pôde-se economizar 18% de água em todo processo em apenas 30 dias, isso fez com que motivasse a alta gestão a investir cada vez mais em seus processos, visando ao meio ambiente.

A água passa por um tratamento na ETA - Estação de Tratamento de Água, Figura 2, onde são retiradas todas as impurezas, inclusive o cloro, é reaproveitado toda esta água nos processos produtivos como a higienização dos ambientes e formação de processo.

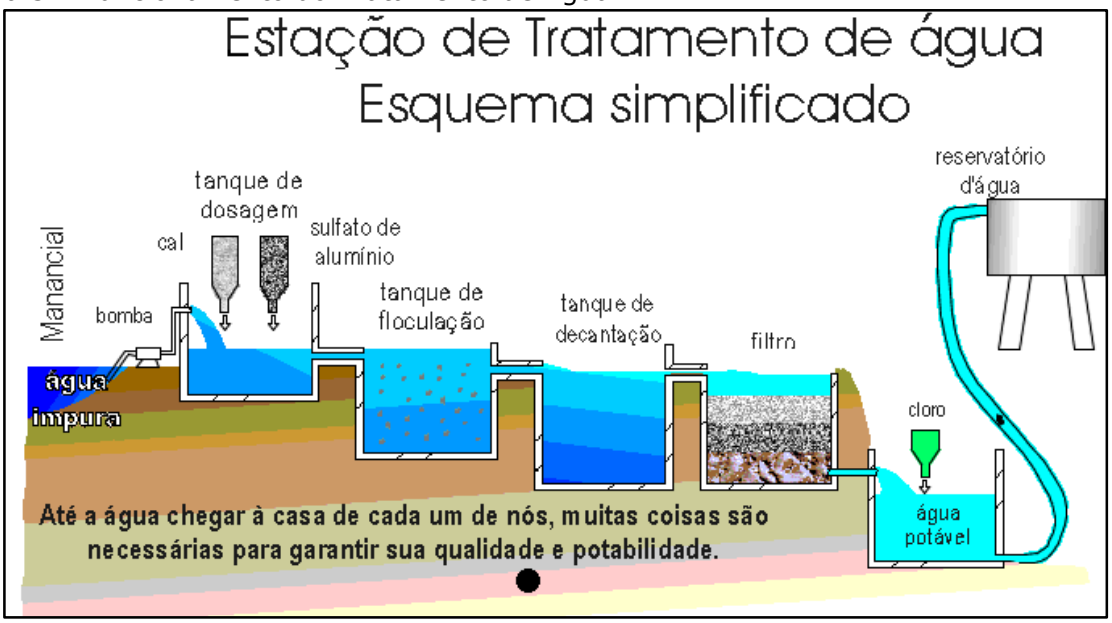
Figura 2 – Vista superior da Estação de Tratamento de Água de uma fábrica de suco

Fonte: Empresa estudada.

Todo este tratamento, Figura 3, é feito e monitorado pelo setor de Garantia de Qualidade da indústria, fazendo análise constante da água para que a mesma possa atender os processos sem causar mal algum.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Figura 3 – Funcionamento do Tratamento de Água



Fonte: Empresa estudada.

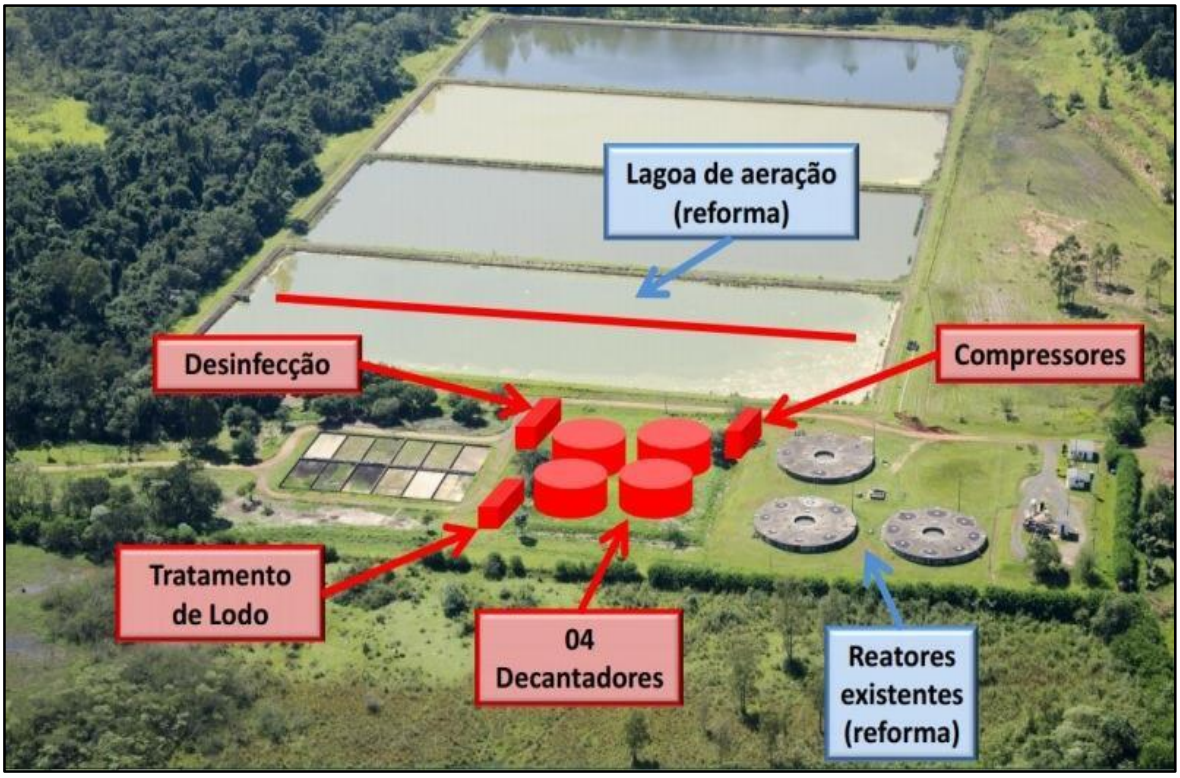
Mas tudo isso tem um custo e não é barato, por isso, tiveram que repassar para os seus clientes todos os investimentos que tiveram que fazer, um deles, foi os produtos que realizam o tratamento das águas residuais que custava em média R$19,00 o litro ou quilo, hoje com a crise e com o aumento dos produtos, esse valor passou a R$ 27,90 o litro ou quilo, sendo 68% de reajuste. Ainda há o fato de que algumas indústrias compram uma parte de energia elétrica da CPFL, e o processo de tratamento gerou maior consumo de energia. Anteriormente o gasto era em média R$ 320,00, hoje praticamente dobrou, passando para R$ 598,00 (mensais por flotador – sendo que na unidade há 7 equipamentos semelhantes em funcionamento).

No caso da fábrica de celulose, não foi diferente, a alta gestão teve que tomar algumas medidas emergenciais para que não ocorressem novamente as paradas por falta d´água, com isso, chegaram à conclusão de que teriam que realizar o tratamento da água dos processos e que usariam menos água da lagoa de onde é extraída a maior quantidade de água da indústria. Como na formação de papel utiliza-se muita água, a redução foi muita expressiva, em torno de 11% ao mês de economia.

Esse número parece pouco, porém uma fábrica de celulose usa, em média cerca de 25 a 40 metros cúbicos de água por tonelada seca de ar de celulose vendável, ou seja, uma fábrica que utiliza 1000 toneladas dia, gira em torno de 30.000 metros cúbicos de água utilizada no processo da formação do papel, Figura 4.

Figura 4 – Esquema de tratamento em fábrica de celulose

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: Empresa estudada.

Na Tabela 1, seguem os produtos utilizados nos tratamentos das águas residuais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

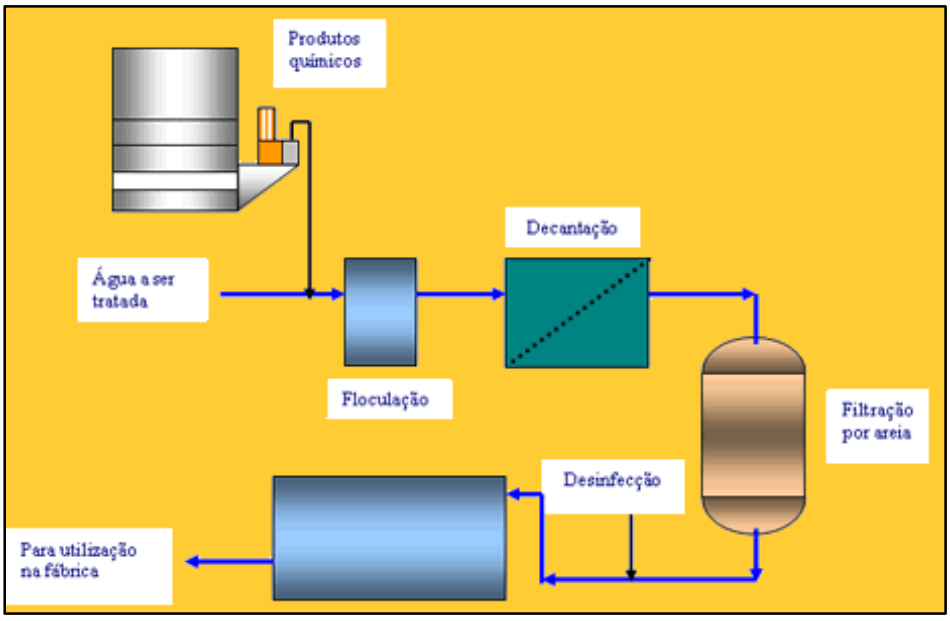
Coagulação	Auxiliares de Coagulação	Ajuste de pH	Controle de corrosão	Controle de orgânicos:
sulfato de alumínio; sulfato ferroso; sulfato férrico; cloreto férrico; caparrosa clorada (solução de sulfato férrico e cloreto férrico); aluminato de sódio.	bentonita; carbonato de cálcio; silicato de sódio; Polímeros Acrilamida (Polieletrólitos); gás carbônico.	cal hidratada; carbonato de cálcio; carbonato de sódio (soda ou barrilha); hidróxido de sódio (soda cáustica); gás carbônico; ácido clorídrico; ácido sulfúrico	cal hidratada; carbonato de sódio; hidróxido de sódio; gás carbônico; poli fosfatos de sódio	Cloraminas; Dióxido de cloro.

Tabela 1 - Produtos utilizados no tratamento das águas residuais.

Fonte: Autores.

Todo processo de tratamento da fábrica de celulose, Figura 5, é muito complexo, pois faz uso de muitos produtos químicos para a reutilização da mesma.

Figura 5 – Esquema de tratamento em fábrica de celulose



Fonte: Empresa estudada.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

De acordo com o responsável entrevistado na empresa, a fábrica teve que repassar todo este custo para seus produtos finais tornando-os mais caros em 9%.

Sabendo que essa crise pode aumentar, a alta gestão iniciou um projeto em que, além de utilizar as águas de reuso, esse projeto está tornando todo processo mais econômico e visa à utilização de todo efluentes da fábrica, fazendo com que a economia subisse consideravelmente para 16%.

Todos os produtos utilizados, conforme demonstrado na Tabela 1, estão com o custo elevado devido à grande procura.

Com isso, para manter-se competitivas no mercado interno e externo, as grandes indústrias estão tendo que investir pesado em suas ETAs, para que não tenham que ficar paradas por falta d´água.

Como está previsto, a crise d'água tende a se agravar, por isso está sendo cogitada a realização de novos projetos para uma possível mudança de *layout* da fábrica, um dos objetivos é economizar ao máximo a água utilizada nos processos, tudo isso para garantir que não haja a falta destes alimentos e produtos no mercado, e seus valores atendam todo mundo e suas necessidades.

CONSIDERAÇÕES

Muito se foi alertado, em âmbito nacional, em relação a uma crise hídrica e um possível colapso com a falta de água no país. Quanto ao setor industrial, o que se pode perceber claramente é que as empresas precisaram ser pressionadas e, em alguns casos, multadas, para que as medidas necessárias fossem adotadas, controlando o consumo de água, tratando e reutilizando a água do processo produtivo.

O que não se esperava é que a crise hídrica fosse alavancar em 2015 e gerar custos, danos e prejuízos em algumas empresas, que, mesmo adotando procedimentos de economia, sofreram drasticamente com a falta de água.

Porém, o que se pode analisar de positivo é a evolução no sistema ambiental, tais empresas procuraram o que havia de mais moderno e inovador no mercado para o reaproveitamento da água utilizada e implantaram em seus processos, criando grandes estações de tratamentos, gerando uma grande colaboração de acordo com a sua responsabilidade ambiental.

As empresas analisadas desenvolveram verdadeiros setores interligados com todo o processo produtivo provocando o consumo consciente, fazendo com que ocorresse a parceria no quesito economia de água, pois se o reaproveitamento acontece no processo principal da fábrica, isso reflete no todo, gerando uma empresa voltada para o compromisso com o meio ambiente.

Dessa forma, a crise hídrica veio para assustar e encarecer, porém aguçou todos os setores para a economia e para o reaproveitamento em caráter imediato, para que não sofram ainda mais com a falta de água. Foi necessário que o pior ocorresse

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para que a catástrofe seja controlada e não paralise a indústria como um todo.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de produção:** uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
MARTINS, Petronio G. **Administração da Produção**. São Paulo: Saraiva, 2006.
SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; HARLAND, Christine; HARRISON, Alan; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção.** 1.ed. São Paulo: Atlas. 1999.
COHEN, Otávio. O fundo do poço. Disponível: http://super.abril.com.br/crise- agua/ofundodopoco.shtml: acessado em 04 maio 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

HUB AND SPOKE: "UMA LEITURA EXPLORATÓRIA PARA CONTRIBUIÇÕES EM AEROPORTOS REGIONAIS"

*****Walther Azzolini Junior (UNIARA);
wazzolini@uniara.com.br
*Jorge Alberto Achcar (UNIARA);
jorge@imc.usp.br
*Luiz Rodrigo Bonette (UNIARA);
rogobonette@hotmail.br

Resumo: Este estudo tem como objetivo identificar novas interpretações que fundamentam e estruturam a conceituação *hub and spoke* pela leitura e analise dos autores que fundamentam o quadro (*framework*) de Burghouwt e Wit (2003), tendo como base as ações de filtragem, levantamento e a proposição pela interpretação dos quatorze (14) autores/artigos que o formam. Para a delimitação de um grupo menor de autores que se destacam por suas figuras e tabelas de fundamentação a conceituação *hub and spoke*. A metodologia aplicada foi uma revisão sistemática da literatura com o resultado de contribuições futuras para a discussão associada a *hubs* regionais e transportadoras de cargas aéreas.

Palavras-chave: *hub and spoke*, revisão sistemática da literatura e aeroportos regionais.

Abstract: This study aims to identify new interpretations that justify and structure the hub concept and spoke of reading and analysis of authors that support the framework (framework) of Burghouwt and Wit (2003), based on the filtering actions, survey and proposal the interpretation of the fourteen (14) authors/articles that form. For the delimitation of a smaller group of authors that stand out for their figures and rationale tables the hub and spoke concept. The applied methodology was a systematic review of the literature with the outcome of future contributions to the discussion associated with regional hubs and air cargo carriers.

Keywords: hub and spoke, systematic literature review and regional airports.

INTRODUÇÃO

Existem dois tipos de sistemas de tráfego para o sistema de transporte aéreo o "*point to point*" e o "*hub and spoke*". Este último é aplicado para aumentar a malha de destinos de voos e dar suporte a outros hubs maiores para ligação, sendo *hub* (centro) e *spoke* (rotas ou conexões) as operações de descentralização e escoamento a aeroportos de diferentes tamanhos. Porém existem critérios para definir o que é um *hub and spoke airport* através de revisões de literatura e métodos de pesquisa (simulações) sugeridos por Burghouwt e Wit (2003, p.1).

O processo de descentralização dos voos em hubs de diferentes tamanhos, volumes de conexões e escalas interferem no resultado das companhias áreas e aeroportos pelas operações associadas ao desempenho na estrutura das rotas e custos com o transportador.

É importante observar "Como a leitura dos autores que compõem o quadro sobre *hub and spoke* de Burghouwt e Wit (2003) contribuem para além de sua conceituação nos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

dias atuais".

Hipoteticamente as abordagens aqui citadas têm a tendência e a interferência relacionada às rotas, ao custo com transportes de passageiros e cargas em diferentes tipos ou perfis de hubs em suas interpretações.

Os objetivos deste trabalho são de identificar, filtrar e fazer o levantamento em novos arranjos sob a interpretação fundamentada em *hub and spoke* sobre os quatorze autores.

As operações aeroportuárias de logística e de sistemas de transportes justificam- se através da análise do seu volume, a partir da interpretação dos dados de aumento de conexões de voos (demanda de passageiros) e do seu impacto sobre os custos operacionais (movimentação de cargas) das companhias áreas em determinadas regiões geográficas e econômicas para gerar um maior fluxo de expansões de voos aos hubs, redução de custos e atratividade de investimentos em infraestrutura nos aeroportos.

A metodologia é desenvolvida por uma revisão sistemática da literatura sobre as contribuições dos autores filtradas pelo construtor *hub and spoke* e suas evoluções cronológicas das pesquisas cientificam pela análise da revisão da literatura baseado no *framework* de Burghouwt e Wit (2003).

A estrutura está dividida fundamentalmente em dois capítulos Metodologia e Revisão da Literatura segundo Burghouwt e Wit (2003) associado ao texto de Conclusão.

DESENVOLVIMENTO

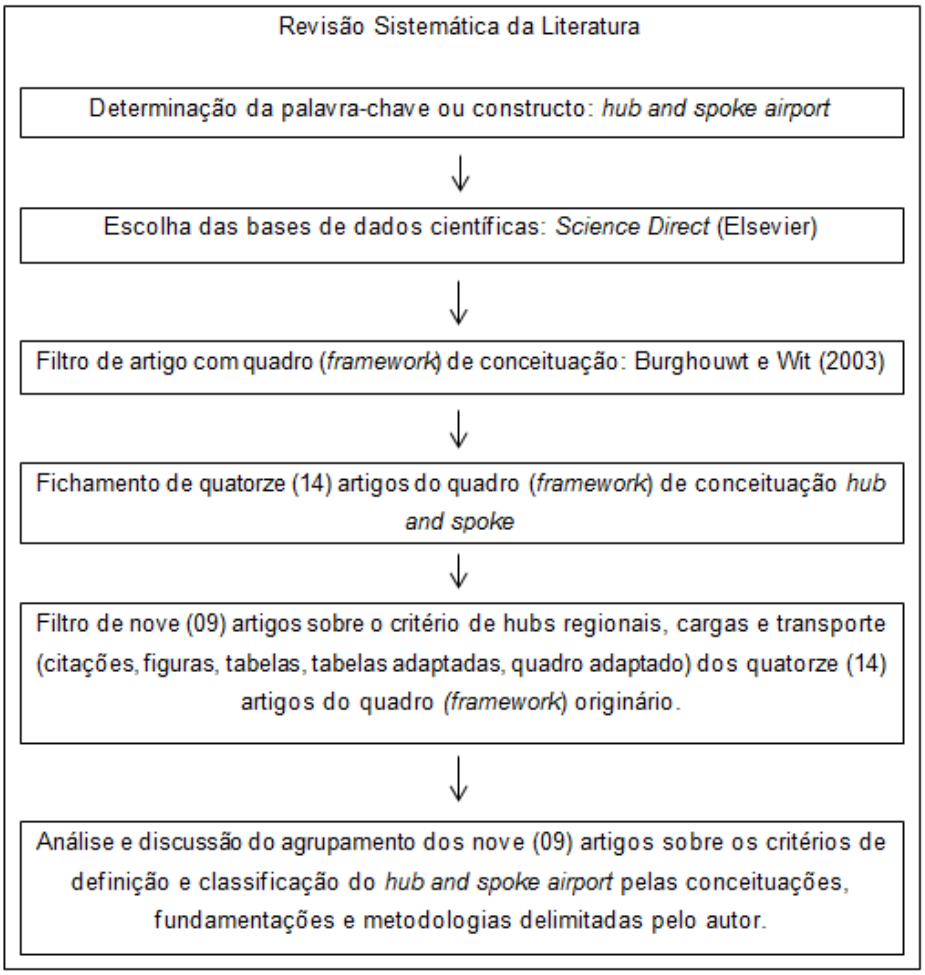
METODOLOGIA

A natureza da pesquisa é aplicada, em caráter exploratório, de abordagem quantitativa, utilizando o método de pesquisa de revisão sistemática da literatura de acordo com as especificações de Turrioni e Mello (2012).

O método de revisão sistemática da literatura se fundamentou em grande parte nos pressupostos do processo de formulação da questão, localização de estudos, seleção deestudo e avaliação, análise e síntese segundo Denyer e Tranfield (2009) e Chee e Wong et al. (2012, p.421-422).

Quadro 1. Fluxograma de metodologia para a revisão da sistemática da literatura

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: AUTORES, 2015

1. REVISÃO DA LITERATURA SEGUNDO BURGHOUWT E WIT (2003)

Nesta seção será discutido o quadro originário (*framework*) criado por Burghouwt e Wit como ponto incial das discussões sobre a definição do conceito de *hub and spoke airport,* proposto por Burghouwt e Wit (2003, p. 9-10) para a revisão de literatura sobre este constructo.

Quadro 2. Revisão da literatura segundo Burghouwt e Wit (2003)

Table 1. *Definition of the hub-and-spoke network according to various studies*				
Estudos	Definições	Nível	Espacial/ Concentração temporal	Tipo de Estudo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Bania, Bauer & Zlatoper, 1998, p.53	[..] Uma rede *hub-and-spoke* tem a maioria dos voos que chegam ao aeroporto um '*hub*' de aeroportos "ao redor-spoke", concentrando a atividade aérea em alguns locais. A viagem entre dois aeroportos aro envolve o voo ao primeiro *hub* e, em seguida, para o aeroporto do destino final chamado spoke.	Nível companhia aérea	Concentração espacial e temporal	Empírica, Estados Unidos
Berry, Carnall & Spiller (1996), p.1	"[Em redes *hub-and-spoke*], os passageiros mudam de avião em um aeroporto *hub* no caminho para o seu destino final	Nível companhia aérea	Concentração espacial	-
Bootsma, 1997, p.4	[..] Em caso de *hub-and-spoke*, a rede é concebida como tal, que as rotas são deliberadamente concentradas em um número limitado de instalações de conexão chamados hubs. Os destinos de cada um desses centros são chamados de raios. [..]. A fim de maximizar essas possibilidades de conexão, o portador hub geralmente tem seus horários seus voos em um número limitado de prazos de janelas.	Nível companhia aérea	Concentração espacial e temporal	Empíricos, Europa principais centros
Burghouwt & Hakfoort, 2001, p. 311	HS-rede implica a combinação de ponto-a- ponto com o tráfego de transferência a um hub central	Nível companhia aérea, mas a análise tem lugar a nível aeroporto	Concentração espacial	Empíricos, todos os aeroportos europeus

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Button, 1998, p.20	Nas operações de *hub-and-spoke*, [..] operadoras geralmente usam um ou mais aeroportos de porte grande [..]. Voos são organizados em bancos que permitem que os passageiros continuarem a ser consolidados em voos de saída para outros destinos .	Nível companhia aérea	Concentração espacial e temporal	-
Button, 2002, p. 177	Redes aéreas que implica na consolidação do tráfego a partir de uma gama de diversificadas origens e estão direcionadas a uma gama diversificada de destinos finais em grandes aeroportos centrais,	Nível companhia aérea	Concentração espacial	-
Dempsey & Gesell (1997, p. 200)	Consolidação das operações em torno de centros hubs pelas companhias aéreas.	Nível companhia aérea	Concentração espacial	-
Dennis (1998, p.2)	[Redes Aéreas] SH visam transportar passageiros e cargas em trânsito com origem e de destino fora do seu país.	A análise do nível companhia aérea	Concentração espacial e temporal	Empíricos, Europa principais centros
Goetz & Sutton, 1997	Grandes e complexos sistemas de ligação para companhias aéreas	Nível companhia aérea associado a análise do nível dos aeroportos	Concentração espacial	Empírica, sistema aeroportuário EUA
O'Kelly& Bryan (1998)	"Centros [..] são nós especiais que fazem parte de uma rede, localizados de tal maneira a facilitar a ligação entre lugares Inter agindo- os".	Nível companhia aérea	Concentração espacial	Teórico

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Oum, Zhang And Zhang (1995, p. 837)	Redes *hub-and-spoke* concentra a maior parte das operações de uma companhia aérea em um, ou muito poucas, cidades hub. Praticamente todas as outras cidades na rede são servidas por voos *non-stop* a partir desses centros "	Nível companhia aérea	Concentração espacial	Teórico
Pels, 2000, p. 13	Em uma HS-rede, o aeroporto *hub* é o único aeroporto com uma conexão direta com todos os outros aeroportos. Todos os passageiros que viajam entre dois 'ditos aeroportos' (em um mercado indireto) são canalizados através do aeroporto hub. O mercado entre *hubs and spoke* é um mercado *spoke*	Nível companhia aérea	Concentração espacial	Teórico
Rietveld &Brons, 2001	Redes *hub-and-spoke* permitir que as transportadoras prestem serviços de transporte para muitas combinações de origens e destinos em altas frequências e baixo custo.	Nível companhia aérea	Concentraçã o especial e temporal	Empírica, '4 grandes' da Europa
Veldhuis & Kroes, 2002	Aeroportos centrais consideram as conexões indiretas através do seu hub de importância estratégica essencial.	Nível companhia aérea e aeroporto	Concentraçã o especial e Temporal em análise	Empíricos, principais centros da Europa

Fonte: BURGHOUWT e WIT, 2003, p.9-10 (adapatado)

Iniciando a abordagem Bania, Bauer e Zlatoper (1998, p.56) analisa e classifica os sistemas de rotas pela sua natureza e com escopo geográfico baseado em dados do nível de rotas, relacionando as companhias áreas e estes aeroportos entre a estrutura das rotas, os custos e desempenho do transportador.

Para Bania, Bauer e Zlatoper (1998, p.72) estas transportadoras aéreas, todas as 13 analisadas em sua pesquisa, seis delas são de pequeno e médio porte tendo rotas *hub and spoke*, sendo que dois destes 13 *hubs* aeroportuários eram regionais em seus estudos.

Nesta perspectiva existem indícios da necessidade de futuras contribuições para

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estudos mais específicos sobre a movimentação de cargas aéreas em aeroportos regionais. Propõe-se então a análise dos dados mencionados por Bania, Bauer e Zlatoper (1998, p.72) logo abaixo:

Quadro 3. Indícios de futuras contribuições para estudos de movimentação de cargas aéreas e
aeroportos regionais.

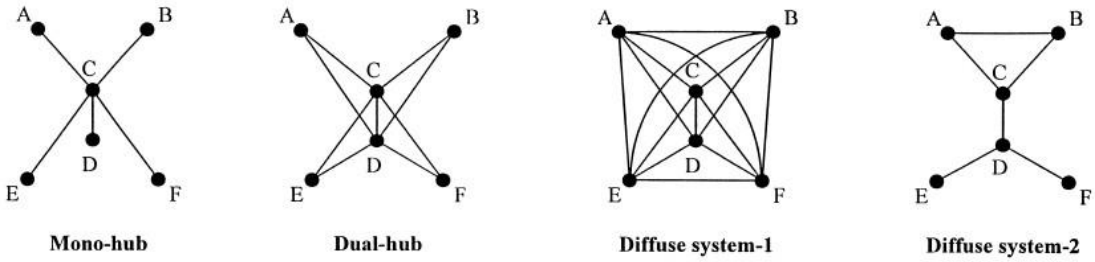
Relação das Transportadoras Aéreas e Aeroportos			
Dados	Perfil	Quantidade	%
Transportadoras	Aéreas	13	100
Porte das Transportadoras	Médio e Pequeno Porte	6	46,15385
Aeroportos	Regionais	2	15,38462

Fonte: AUTORES, 2015

A contribuição estratégica dos *hubs* de pequeno e médio porte traz sua importância na análise do desempenho do transportador, sendo em sua maioria rotas aéreas regionais. Este fenômeno é continuo dentro da literatura revisada de 1980/1990.

Relatórios da década de 2000 e 2010 confirmam que estes fenômenos de natureza de crescimento da demanda das operações aeroportuárias que continuam a acontecer no mundo. Um exemplo geográfico são os Aeroportos das Cidades de Ribeirão Preto, Marília e Bauru delimitando a discussão a estes aeroportos regionais do Estado de São Paulo conforme dados dos relatórios do Departamento Aeroviário, DAESP (2015).

Figura 1. Estruturas hipotéticas de rotas da companhia aérea pelo sistema *hub and spoke.*



Fonte: BANIA, BAUER e ZLATOPER, 1998, p.60 (adaptado)

Nesta perspectiva segundo Bania, Bauer & Zlatoper (1998, p.60-63, 67-70), entende-se que é necessário a análise por simulação de dados em modelos matemáticos para determinar uma conceituação das estruturas hipotéticas de rotas da companhia aérea pelo sistema *hub and spoke*, seja ele formado por uma das quatro configurações (*Mono- hub, Dual-hub, Difuse system-1 e Difuse system-2*) acima destacado na figura

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

1.

Pesquisar cientificamente através dos relatórios secundários de órgãos oficiais levantam possíveis proposições sobre o perfil deste hub regional para estas quatro configurações se utilizado uma, duas, três ou quatro alternadas, concomitantes ou isoladas em suas operações de passageiros ou cargas.

Na interpretação da teoria da economia de custo em *hubbing* (aeroporto primário ou central) conforme Berry, Carnall e Spiller (1996, p.3), existe a redução de custos em economias de densidade, em que aplicada o sistema *hub and spoke,* há uma comprovação da redução do custo em rotas mais longas (não há nenhuma evidência de economias de densidade em rotas mais curtas). Por outro lado, é levantado possíveis indícios ou discussões que o sistema em *rede hub and skope* aumenta o número de conexões e de aviões em terra, gerando um congestionamento no aeroporto *hubbing.*

Dentro da análise os congestionamentos em *hubbings* causam o estrangulamento nas operações com interferências nos *hubs* no processo de escoamento das rotas.

Então é evidenciado que a pesquisa cientifica com dados secundários para aeroportos regionais se tornam estratégicas na formação deste sistema de transporte.

Em estimativas de pesquisa e aplicabilidade do modelo matemático de simulação para passageiros e cargas, é fornecido evidências de que os *hubs* oferecem duas grandes vantagens competitivas para as empresas: reduzem custos e permitem maior área de abrangência dos raios *hub and spoke* pelo aro de origem de acordo com Berry, Carnall e Spiller (1996, p.3-6).

Berry, Carnall e Spiller (1996, p.5), observam que existe uma tendência de preços altos e exigências de passageiros empresariais na valorização de voos das companhias aéreas originárias por este *hub* ou *hubbing*.

Segundo Brueckner e Spiller (1994, p.379-415), sugerem a existência de economias de densidade que implica que os *hubs* proporcionam economias de custo importantes e fornece uma primeira tentativa de analisar o papel do *hub-and-spoke* nas operações pelo critério também de quadro diferenciação do produto em sua relação origem/destino/transporte de passageiros para *hubsizes* (grandes *hubs*).

Conforme Burghouwt, Hakfoort e Eck (2003. P.310-312), estudos anteriores têm utilizado uma série de diferentes métodos de classificação de *hubs*, incluindo os métodos propostos pelo *Department Organization of Transportation* (DOT), a *Federal Aviation Administration* (FAA) e Graham (1998). Logo abaixo é apresentando seus critérios:

- A classificação DOT baseia-se no número de passageiros que partem de um determinado aeroporto *hubbing* (origem) comparado com o percentual do número total de passageiros que partem de um aeroporto *hub* (destino).
- O método da FAA baseia-se em regiões do aeroporto em vez de cada aeroporto.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- A classificação utilizada por Graham (1998) considera os voos
- *nonscheduled* (não programados) dos aeroportos menores.

Um quarto método europeu é mencionando de acordo com Burghouwt e Hakfoort (2001, p.101), que analisa o desenvolvimento do *hub and spoke* na Europa. Utiliza do método de *Ward*, método do cluster que delimita a analise dentro deste cluster, somando a relação dentro desta região associada aos *hubs*, sendo um agrupamento relacional entre origem e destino do *hub and spoke* e os clusters observados através de suas rotas.

Utilizaram-se três variáveis na análise do cluster para capturar o tamanho do aeroporto:

- capacidade média assento (aeronave) entre 1990/1998;
- o número médio de destinos entre 1990/1998 para capturar sua conectividade hub; e
- o número médio de destinos intercontinentais entre 1990/1998 para capturar a direção da rota intercontinental do aeroporto.
-

Quadro 4. Cinco categorias de Aeroportos (Agrupamentos) Burghouwt & Hakfoort (2001)

Divisão de agrupamento de cinco categorias de Aeroportos Burghouwt & Hakfoort (2001)

Grupos	Agrupamento	Localização
01	4 centros primários (polos principais)	Londres Heathrow, Paris Charles de Gaulle, Frankfurt e Amsterdã, esses aeroportos têm tanto uma extensa intercontinental e interconectividade europeia e uma alta capacidade.
02	11 centros secundários	Bruxelas, Madrid, Roma e Munique, esses grandes aeroportos têm extensa interconectividade europeia, mas um menor nível de intercontinental de conectividade que os *hubs* primários; *:
03	12 aeroportos médios	Lisboa, Barcelona, Helsinque são outros aeroportos regionais, nacionais ou grandes com um número limitado de destinos intercontinentais, mas com um nível razoável de intra-europeu conectividade;
04	34 aeroportos pequenos	Colônia, Nápoles e Porto. Aeroportos com um número limitado de principalmente em destinos europeus.
05	485 aeroportos muito pequenos	Roterdã, Antuérpia e Florence.

Fonte: BURGHOUWT & HAKFOORT, 2001, p. 101 (adaptado)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Segundo Burghouwt & Hakfoort (2001, p.101), houve um aumento do sistema *hub and spoke* na década de 1990 na Europa. Os dados da pesquisa relatam que a maior parte dos voos domésticos era de aeroportos muito pequenos ou pequenos e os voos não domésticos intra-europeus tinham diminuído e mudado o tráfego no período.

Já nos quatro grandes aeroportos (principais polos), aumentaram os voos intercontinentais. Os centros primários têm mostrado abaixo do crescimento médio global no que diz respeito à sua participação dos voos não domésticos, a capacidade intra- europeu conforme Burghouwt e Hakfoort, (2001, p.102).

Quadro 5. Nível de rotas

Análise do nível de quatros rotas		
Rotas	Tipos	Definições
1	rotas *hub-hub*	de aeroportos primários ou secundários até *hubs* primários ou secundários
2	rotas hub-*spoke*	entre aeroportos primários ou centros secundários e médio, pequeno ou muito pequenos.
3	raios rotas	entre médio, pequenos ou muito pequenos aeroportos.
4	rotas intercontinentais	rotas entre aeroportos fora da Europa, por ex: Amsterdam-Bangkok

Fonte: BURGHOUWT & HAKFOORT, 2001, p.102 (adaptado)

Conforme Burghouwt e Hakfoort (2001, p.104) mencionam que a evolução da capacidade em cada um dos tipos de rota. O crescimento de rotas aro-rotas (*hub-spoke* 66%) é mais elevado do que o crescimento de ambas as vias raio-raios (55%) e as rotas *hub-hub* (26%). Isso é consistente à formação de uma rede *hub* e raios no período de 1990- 1998.

De acordo Burghouwt e Hakfoort (2001, p.104-105), em suas conclusões e resultados é sugerido que tipos de aeroportos menores se tornaram mais importantes no lidar com o tráfego [...] e mostraram mais potencial de crescimento.

Isso, confirma a teoria de Wit et al. (1999) que um tipo de estrutura *hub-and-spoke* se desenvolveu ao longo das pesquisas das décadas de 1980 e 1990. Essas rotas *hub-spoke* têm mostrado um crescimento mais rápido do que a capacidade, tanto *hub-hub* e *spoke* ou mesmo raios rotas. Dentro dessa rede, a média de frequência de voos aumentou, mas esse crescimento é desigualmente distribuído no espaço e maior para o *hub-hub* e rotas *hub-spoke* do que para rotas raio-raios. As rotas *hub-spoke* mostram um aumento de tamanho das aeronaves, enquanto as rotas hub-hub são confrontadas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

com menor tamanho médio de aeronaves segundo Burghouwt e Hakfoort (2003, p.310).

Neste caso as operações *hub and spoke* conseguem escoar os voos de maneira que o sistema é forçado a expandir aos hubs menores como forma de absorver o excesso de trafego aéreos destes hubs de origem.

Até o momento a pesquisa se pauta nas observações da rede *hub and spoke* como um sistema de transporte de distribuição de rotas otimizado, porém existe uma segunda aplicação pelo critério de politica econômica como já discutido por no método *Ward*.

Segundo Button (2002, p.177), para minimizar os custos, e com isso para manter as tarifas baixas, as companhias aéreas precisam manter aeronaves no ar durante o maior tempo possível, para obter o mais alto fator de carga, e para coordenar as suas aeronaves, tripulação e manutenção horários. Alcançado isso, muitas companhias aéreas operam as redes *hub-and-spoke* que implicará no tráfego de consolidação de uma gama diversificada de origens e destinos.

De acordo com Button (2002, p. 185), a questão não é tanto o *hub and spoke* o conceito em si que parece ser que represente a maior preocupação, mas sim o fato de muitos dos principais centros desfrutarem da presença significativa de uma grande transportadora, às vezes também ligado com filiais das operadoras regionais.

Segundo Button (2002, p.179), para fins gerais de análise política econômica, numa segunda perspectiva, quando observado a concentração das atividades aéreas, os *hubs* são normalmente tratados como aeroportos que têm uma grande preponderância de voos operados como parte de uma rede essencialmente radial por um transportador. Em casos raros, há um reconhecimento geral de que um *hub* tem duas principais transportadoras, mas isso só se aplica a alguns aeroportos.

Conforme Button (2002, p.197, 183) existe várias definições de métodos quantitativos envolvendo análises econométricas. Uma delas é analisar o comportamento de um hub com os transportadores em seus bancos de tráfego diário através de rotas de um aeroporto num raio de atuação de 40 cidades ou mais pelo sistema *hub and spoke*. Outras definições têm sido implantadas como primeiro, se a maior transportadora de um aeroporto representa mais que 50% de todo o tráfego local, ou segundo, se duas transportadoras deste aeroporto que não representam mais que 75% deste tráfego o local.

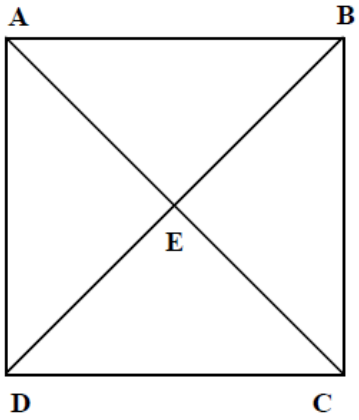
Em outros casos, existem definições baseadas em métodos estatísticos favorecendo a aplicação de simulações *hub and spoke* como os índices Herfhindal utilizado por McShan em 1986 ou Gini Theil aplicado Reynolds-Feighan em 1998 de acordo com Button (2002, p.179).

Segundo Button (2002, p. 180-181), justifica-se as operações *hub-and-spoke* tanto do lado do custo quanto da demanda ou sobre o custo marginal (custos indiretos e custos retardatários como congestionamentos), quando a economia de escopo identificada

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pela oferta de um ou dois serviços em única operação como rotas para passageiros e cargas no mesmo voo aumenta o volume de negócios impactado na economia da companhia aérea respectivamente. Logo abaixo temos o exemplo de uma rede hub and spoke que recebe a influência sobre esta perspectiva.

Figura 2. Representa a forma simples de rede de cinco cidades



Fonte: BUTTON, 2002, p. 181 (adaptado)

Essa representação forma uma rede de cinco cidades, ligando todas por serviços diretos exigidos por combinações de resultados que diminuem o custo e aumenta a demanda com transporte aéreo pelos itinerários conforme Button (2002, p.180-181).
De acordo com Dennis (2001, p.51), como nenhum aeroporto tem capacidade ilimitada de pico, as companhias aéreas acrescentam voos num *hub* em duas opções principais: primeiro adicionando os voos para a borda das ondas de voos existentes ou podendo desenvolver novas ondas voos em novos *hubs*. Assim, para explorar uma nova onda de novos voos em novos *hubs* de auxílio é necessária a movimentação diária de no mínimo 50 aeronaves neste *hub* de origem "*hubbing*".

> Embora, em teoria, é mais eficaz concentrar recursos em único hub, hubs podem se separar, considerando se a restrição ou os aeroportos alternativos são suficientemente atraentes do que o de uma companhia aérea rival, sendo susceptível sua configuração hub. (DENNIS, 2001, p.52)

Conforme Dennis (2001, p.51) o *hubbing* continua a ser uma importante e competitiva tática para as grandes companhias aéreas da Europa, sendo cada vez mais evidente a apresentação de planos de expansão e desenvolvimento regional de custo baixo destas operadoras aéreas. Por outro lado, suas alianças com outras companhias aéreas podem aumentar suas atividades e ao mesmo tempo reduzir o número de hubs, principalmente se a indústria destas regiões de consolidou. O crescimento do tráfego, sua cobertura de rede e frequência do nível do serviço europeu de aeroportos tem sido intimamente relacionada ao *desenvolvimento do hub.*
A desregulamentação legal de 1978 teve um grande impacto na estrutura industrial do

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

setor aéreo, dos serviços, dos preços, e da condição financeira nas companhias aéreas americanas. No entanto, a desregulamentação gerou maiores impactos geográficos, ou seja, as alterações nos níveis desiguais de concentração da indústria, serviço e preços afetaram importantes aéreas geográficas de *hubs* aeroportuários segundo Goetz e Sutton (1997, p.238-240).

Segundo o *Australian Bureau of Transport and Communications Economics* (1994), descreve que nas indústrias desregulamentadas aéreas canadenses e australianas, os mercados têm sido dominados por apenas duas transportadoras, após anos de desregulamentação.

Na Europa, a liberalização do transporte aéreo permitiu o maior acesso aos mercados, produzindo o efeito de beneficiar operadoras globais maiores e suas cidades *hubs* à custa de companhias aéreas nacionais e menores em suas capitais conforme Debbage e Dennis (1994).

Segundo Bowen e Leinbach (1995, p.93, 468) a liberalização da indústria aérea no Leste Asiático de Países recém-industrializados tem sido guiada pelo pragmatismo mais *laissez-faire* de ideologia, e, assim, o estado tem limitado o grau que as transportadoras privadas estão autorizadas a controlar os mercados.

Conforme Mitchelson e Wheeler (1994, p. 84, 87-107), a desregulamentação também tende a aumentar a concentração de infraestrutura em certos nós em resposta ao potencial de mercado aéreo.

De acordo com Goetz e Sutton (1997, p. 241, 255) esses diferentes padrões de serviços, preços, conectividades e acessibilidades apontam para a necessidade sintetizar resultados recentes dentro de coordenadas aéreas e estrutura espacial coerente.

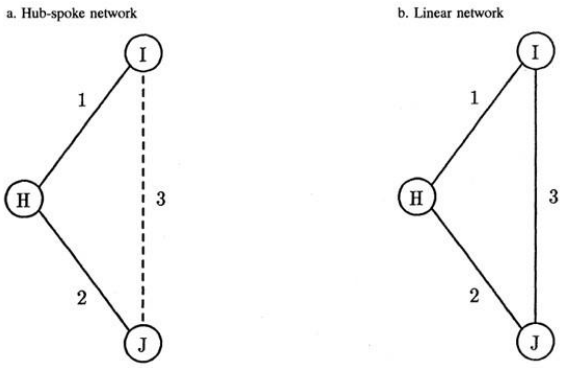
Segundo Goetz e Sutton (1997, p. 241), recomendam que compete aos formuladores de políticas governamentais reconhecerem as tendências espaciais, bem como os agregados e prevenir os efeitos negativos das dificuldades financeiras e do domínio do mercado através da promoção sustentável, concorrência em longo prazo que beneficia a indústria, consumidores e o sistema transporte aéreo de passageiros, cargas e voo.

Conforme O´kelly e Bryan (1998, p. 608), pelas redes aéreas *hub and spoke* as reduções dos custos são vistas como taxas decrescentes, acumulando elos que são capazes de aumentar os fluxos de operações de rotas.

De acordo com Oum e Zhang (1995, p.839-840), examinado a mudança da rede linear *hub and spoke* confere uma vantagem estratégica, pois reduz os custos e melhora o serviço em qualidade. A Figura 3 logo abaixo representa a análise desta proposta.

Figura 3. Comparativo entre o modelo *hub and spoke* e linear *network*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: OUM e ZHANG,1995, p.840 (adaptado)

Segundo Oum e Zhang (1995, p.839-840) existem duas estruturas de rota são consideradas:

1º. um sistema linear, em que os mercados da cidade pares são servidos através de voos *non stop*; e

2º. um sistema *hub-spoke*, em que passageiros entre cidades nos raios devem tomar voos de conexão no *hub*.

Independentemente da escolha de redes, cada transportador em questão pode ser visto como uma empresa multiprodutos (três-produto) conforme Oum e Zhang (1995, p.839-841).

CONCLUSÃO

Em vista dos argumentos apresentados nesta Revisão de Literatura os achados são as tendências de recortes estratégicos da pesquisa. No primeiro recorte o desenvolvimento da pesquisa *hub and spoke* está ligado à sua aplicabilidade no ramo de logística de distribuição aérea como parte do sistema de transporte, num segundo recorte está associada a dados econômicos (econometria), clusters e custos e no terceiro recorte leva a discussão das interferências do processo de desregulamentação aérea pelo critério espacial/geográfico e seus impactos na politica econômica da região aeroportuária e seu mercado de abrangência e atuação.

Nota-se que dos quatorze autores que formam o quadro de Burghouwt e Wit (2003), todos conceituam e fundamentam de forma introdutória o conceito e fundamentação de *hub and spoke*, porém outros sete (Bania, Bauer e Zlapoter; Berry, Carnall e Spiller; Burgohouwt e Hakfoort; Button; Goetz e Sutton; O´kelly e Bryan; Oum e Zhang) geram indícios que são indispensáveis as discussões e contribuições contemporâneas e futuras sobre *hubsizes (grandes aeroportos)*, *hubbings (aeroportos de origem)*, *hub regionais*, transportes ou transportadoras de cargas aéreas, transportes aéreos mistos (logística de passageiros e cargas) e a necessidade da aplicação contínua da simulações por modelos matemáticos para o avanço desta especialidade.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

Australian Bureau of Transport and Communications Economics. 1994. *The Progress of Aviation Reform*. Report 81. Canberra, Australia: Bureau of Transportand Communications Economics.

BANIA, N.; BAUER, P, W. "U.S. air passenger service: a taxonomy of route networks, hub locations and
competition". Transportation Research, v. 34 n.1, p. 56,60-63,67-70,72, 1998.

BERRY, S.; CARNALL, M. Airline hubs: costs, markups and the implications of customer heterogeneity. National Bureau of Economic Research, Cambridge, p.3-6, 1996.

BOWEN, J. T. Jr.; LEINBACH, T. R. The State and Liberalization: The Airline Industry in the East Asian NICs. *Annals of the Association of American Geographers, v.* 85, p. 93, 468, 1995.

BRUECKNER, J.; SPILLER, P.T. "Economies of Traffic Density in the Deregulated AirlineIndustry". *Journal of Law and Economics*, v. 37, p. 379-415, 1994.

BURGHOUWT, G.; HAKFOORT, J. R. "The European aviation network, 1990-1998". Journal of Air Transport Management, v. 7, n. 5, p. 101,104-105, 2001.

BURGHOUWT, G.; HAKFOORT, J. R. "The geography of deregulation in the European aviation market."
TESG, v. 93, n. 1, p.1, 9-10, 2003.

BURGHOUWT, G.; HAKFOORT, J. R.; ECK, Jan Ritsema van. "*The spatial configuration of airline networks in Europe*." *Journal of Air Transport Management*, forthcoming, p. 310-312, 2003.

BUTTON, K. "Debunking some common myths about airport hubs." Journal of Air Transport Management, v. 8, n. 3, p. 177, 179, 180, 183-181, 185, 202, 2002.

CHEE; WONG. et al. Towards a theory of supply chain alignment enablers. Supply Chain Management: An International Journal, v. 17, n. 4, p. 421–422, 2012.

DAESP. Estatísticas. Relatórios de Movimento Estatístico 2008-2015**.** Passageiros (Embarque/Desembarque), Aeronaves (Pousos/Decolagens), Carga (Embarque/Desembarque - kg), Correio (Embarque/Desembarque - kg). São Paulo.DAESP. Disponível em http://www.daesp.sp.gov.br/estatistica- consulta/ acessado 23/10/2015. Estatísticas 2015.

DEBBAGE, K. G. U.S. Airport Market Concentration and Deconcentration. *Transportation Quarterly* v. 47,
p.36, 115, 1994.

DENNIS, N. Airline Hub Operations in Europe. *Journal of Transport Geography v.* 2, p. 219–33, 1994.

DENNIS, N. P. "Developments of hubbing at European airports". Air & Space Europe, v. 3, n. 1/2 p. 51, 52, 2001.

DENYER, D.; TRANFIELD, T. "Producing a systematic review". The Sage Handbook of Organizational Research Methods. Londres. Sage, 2009. (Edição Buchanan, D.A.; BRYMAN, A.).

GOETZ, A. R.; SUTTON, C. J. "The geography of deregulation in the U.S. airline industry". Journal of the
Association of American Geographers, v. 87, n. 2, p. 238, 240, 241, 255, 1997.

MITCHELSON, R. L.; WEELER, J. O. 1994. The Flow of Information in a Global Economy: The Role of the American Urban System in 1990. Annals of the Association of American Geographers 84, 87–107, 1994. O'KELLY, M. E.; BRYAN, D. L. Bryan. "Hub location with flow economies of scale." Transportation Research-B, v. 32, n. 8, p. 608, 1998.

OUM, T. H.; ZHANG A., et al. "Airline network rivalry." Journal of Economics, v. 18, n. 4a, p. 8839-840, 841, 1995.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FORMAÇÃO INICIAL DE PROFESSORES DE QUÍMICA: OS IMPACTOS DAS PROPOSTAS INTERNACIONAIS NAS UNIVERSIDADES ESTADUAIS PAULISTAS

Clovis Reis da Silva Junior (FFCLRP - USP); csjunior@usp.br*

Joana de Jesus de Andrade (FFCLRP - USP); joanajandrade@gmail.com

Resumo: Este artigo é a fase inicial de um projeto de mestrado desenvolvido no programa de Pós-graduação em Educação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto e tem como tema a formação inicial de professores de química nas três universidades estaduais paulistas: USP, UNESP e UNICAMP, considerando os impactos das propostas internacionais de formação de professores de ciências nessas universidades. A pesquisa tem a finalidade de investigar aspectos relacionados à formação dos professores de química do ensino básico nessas universidades, auxiliando a resolução de dilemas envolvidos nesse processo e buscando compreender o modo de operação dos modelos adotados. Referenciais teóricos da área de formação de professores e documentos como as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), os PPPs (Projetos Político-Pedagógicos) e o Programa de Formação de Professores da USP (PFP-USP) embasam as discussões e análises de caráter teórico-prático, político e institucional da formação de professores. A inter-relação estabelecida entre os objetos de investigação se baseia nos preceitos da Educação Comparada, no sentido não apenas de descrever, mas de interpretar e elucidar esses modelos. Experiências em países como Chile, Cuba e Estados Unidos, por exemplo, são trazidas, analisadas e contextualizadas com o intuito de abrir novas possibilidades na abordagem da formação de professores no Brasil. Os procedimentos metodológicos utilizados até o presente momento é a análise documental. Após a apresentação de um panorama da formação inicial de professores de química nas citadas universidades e em diálogo com as propostas internacionais, as análises levam a um esclarecimento das orientações atuais para a formação de professores (LDB e DCNs) e dos perfis esperados dos egressos dos cursos (PPPs), entre outros pontos que requerem maiores discussões e destaques.

Palavras-chave: Formação de professores. Formação inicial. Educação comparada, licenciaturas. Propostas internacionais.

Abstract: This article is a master's project at an early development stage from *Programa de Pós-graduação em Educação* at *Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de RibeirãoPreto* and its theme is the initial formation of Chemistry teachers in the three São Paulo state universities: USP, UNESP and UNICAMP, considering the impacts of international proposals for teacher education in these universities. The research aims to investigate aspects related to the training of the basic education chemistry teachers in these universities, helping to resolve dilemmas involved in this process and trying to understand the operating mode of the adopted models. Theoretical frameworks about teacher training and official documents as *Diretrizes Curriculares Nacionais* (DCNs), *Lei de Diretrizes e Bases para Educação Nacional* (LDB), *Projetos Político-Pedagógicos* (PPPs) and *Programa de Formação de Professores da USP* (PFP-USP) assist the discussions and theoretical, practical, political and institutional character analyzes of teacher training. The inter-relationship which is established between the research objects is based on

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

the principles of comparative education, in order not only to describe, but to interpret and elucidate these models. Experiences in countries such as Chile, Cuba and the United States, for example, are considered, analyzed and contextualized in order to open up new possibilities in the teacher training approach in Brazil. The methodological procedure used until now is the document analysis. After presenting an overview of initial chemistry teachers' training in the mentioned universities and in connection with the international proposals, the analysis seeks to clarify the current guidelines to teacher training (LDB and DCNs), the profile expected of the graduates of the courses (PPP), and other issues that require further discussions and highlights.

Keywords: Teacher training. Initial formation. Comparative education. Graduation. International proposals.

INTRODUÇÃO

O trabalho investiga, por meio da análise de Projetos Político-Pedagógicos, aspectos relacionados à formação dos professores de química do ensino básico nessas universidades, buscando auxiliar a resolução de dilemas envolvidos nesse processo.

Outros documentos, como as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), e o Programa de Formação de Professores da USP (PFP-USP) orientam as discussões e análises de caráter teórico-prático, político e institucional da formação de professores.

Algumas experiências em países como Chile, Cuba e Estados Unidos, por exemplo, são trazidas, analisadas e contextualizadas com o intuito de abrir novas possibilidades na abordagem da formação de professores.

A pesquisa descrita neste artigo justifica-se pela necessidade de entender e solucionar dilemas da educação relacionados à formação de professores. É preciso entender como uma sociedade financeiramente debilitada como a cubana consegue manter a taxa de analfabetismo entre jovens e adultos inferior a 1%, enquanto no Brasil este número, para pessoas com 15 anos ou mais, se aproxima dos 10% (8,3% em 2013, 8,7% em 2012 e 8,6% em 2011, segundo dados realizados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Pnad – edivulgados pelo IBGE).

Buscamos investigar alguns dos processos envolvidos na formação de professores no Brasil, abrangendo seus aspectos históricos, políticos e práticos.

Concluiu-se que, com essa investigação, podemos entender melhor como se chegou ao modelo atual de cada curso de licenciatura e por que estes modelos encontrados são os modelos vigentes.

Também interpretamos as propostas de formação de professores de ciências através da análise de projetos político-pedagógicos de cursos de licenciatura, verificando não só as grades curriculares, mas também os projetos e as propostas dos cursos. Com essa interpretação, é possível apresentar um panorama destes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cursos no que diz respeito às suas semelhanças e diferenças.

É fundamentalmente importante compreender a formação de professores em outros países. Isto é feito através de uma abordagem predominantemente descritiva. Buscamos com isso, alcançar a compreensão do sucesso escolar em alguns países e abrir possibilidades contextualizadas de aplicação desses modelos estrangeiros.

FORMAÇÃO DE PROFESSORES

1.1 Formação de professores nos Estados Unidos

A formação de professores do ensino básico nos Estados Unidos se deu na maior parte da história da sua educação, por meio de programas específicos desenvolvidos pelas próprias redes escolares. Essas "rotas alternativas" (Zeichner, 2011) representavam, e ainda representam nos Estados Unidos, um meio de formação de professores que concorre com o modelo de formação universitária tradicional, levantando grandes discussões nos meios educacionais e políticos.

No âmbito educacional, essas discussões são operadas por três grupos: os conservadores, os reformadores e os transformadores (Zeichner, 2013). Os conservadores são aqueles que defendem a universidade como principal modelo de formação a ser mantido e não consideram importante que sejam feitas grandes mudanças no sistema atual. Os reformadores são aqueles que assumem quem o sistema atual de formação universitária precisa ser corrigido, mas deve ser mantido como principal formador de professores. Por fim, os transformadores sustentam que a formação universitária de professores precisa ser completamente desmantelada e redesenhada, pois não corresponde mais às expectativas da sociedade norte- americana.

No contexto político, as principais discussões giram em torno do financiamento dos modelos de formação de professores. O sucesso do modelo de formação de professores por rotas alternativas se deve, principalmente, pela assimilação da ideia de que a educação pode funcionar como uma economia de mercado, em que os recursos financeiros podem determinar a qualidade de um sistema de ensino. Os defensores da existência desse modelo, concebido como essencialmente tecnicista, justificam que a concorrência entre cursos de formação de professores elevam a qualidade dos cursos e favorecem uma formação para uma economia global e internacionalizada. Essa situação é reforçada com os contínuos cortes de apoio financeiro do governo aos programas de formação universitária e o apoio aos programas desvinculados das universidades, como o *Teach for America*.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Entre 2000 e 2008, o*Teach for America* recebeu cerca de 213 milhões de dólares em subsídios, o que representa 31% de todos os investimentos de fundações norte-americanas nesse período, em questões relacionadas ao ensino e à formação de professores (ZEICHNER, 2013, p. 61).

Enfim, esse modelo de ensino cada vez mais se solidifica nos Estados Unidos, com o surgimento de entidades atreladas ao modelo, como avaliadores da qualidade dos cursos e investidores/financiadores, preocupando aqueles que acreditam que a universidade pode e deve ainda ser o núcleo formador de professores no país. Um forte sistema educacional passa por um forte sistema universitário de preparação de professores.

Formação de professores em Portugal

Em Portugal, a formação de professores, durante um longo período da história da sua educação, era realizada nas chamadas escolas médias. Apenas em 1974, a formação de professores passou a ser uma atribuição das instituições de ensino superior.

No entanto, Ponte (2006) discute alguns problemas enfrentados nos últimos anos pelos portugueses. Por exemplo, a falta de planejamento nos cursos de formação inicial universitária de professores. A expansão do sistema educativo português não foi acompanhada pelo crescimento do número de professores qualificados. Tardiamente, muitos jovens começaram a se qualificar chegando a situação de hoje em que existe um excesso de jovens qualificados em relação à necessidade do país.

Outro problema apontado é a falta da qualidade na formação dos professores. Os cursos formadores, segundo Ponte, não conseguem equilibrar os aspectos específico, educacional e prático. Por um lado, a formação pedagógica se dá de modo demasiado generalista, por outro, a formação prática é desenvolvida de forma roteirizada. Ponte ainda indica o problema da avaliação dos cursos, expondo a falta de credibilidade das entidades avaliadoras.

Formação de professores em Cuba

Considerando o contexto social cubano, de um governo hierárquico e centralizado, é de se esperar que os modos de operação da sua educação sejam também bem determinados e uniformes. No entanto, apesar de também aprenderem teorias da psicologia e da educaçãonas faculdades de educação, os estudantes cubanos que se tornarão professores são levados a se concentrar bem mais na aprendizagem de como ensinar eficientemente os conteúdos curriculares.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Há um objetivo claro na formação docente: ensinar futuros professores a ensinar o currículo nacional, servir como guia social e pedagógico para os estudantes, e, no caso dos que ensinarão alunos do ensino fundamental, educar seus alunos, atuando quase como pais durante o primeiro estágio da educação desses jovens (CARNOY, p. 134).

No centro da formação docente cubana está a prática e não a teoria. Os futuros professores do segundo ciclo do ensino fundamental, por exemplo, estudam a prática utilizando o próprio material que virão a utilizar em sala de aula, deparando-se com os conteúdos a serem desenvolvidos e adquirindo o conhecimento pedagógico necessário às atividades que desenvolverão.

De modo geral, o ensino superior cubano é realizado através da utilização de técnicas bem desenvolvidas e a preparação docente tem um vínculo fortemente estabelecido com currículos desenvolvidos pelo Ministério da Educação. Outras questões como a supervisão e a avaliação dos professores colaboram para que os professores se preocupem diariamente com o desempenho de seus alunos.

Formação de professores no Brasil

Krasilchik (1987) expõe a influência da renovação curricular ocorrida nos Estados Unidos e na Inglaterraa partir de 1964, período de grande expansão científica e tecnológica, sobre as novas propostas educativas para o ensino de ciências no Brasil que passariam a se preocupar mais com uma abordagem atualizada e eficiente para formar um futuro trabalhador. As tentativas de adaptações dos modelos norte-americanos para o Brasil, nessa época, não obtiveram grande impacto devido, principalmente, às diferenças sociais, culturais e históricas da educação nesses dois países. Também foram motivo dofracassodas adaptações, a resistência de professores em adotar novas abordagens e problemas com a tradução de materiais do inglês para o português. Até os dias atuais, a questão da "importação da educação" esbarra na falta de articulação entre novas propostas educativas provenientes do exterior e o processo de formação de professores brasileiros.

Encontra-se na atual sociedade brasileira, um agudo dinamismo científico e tecnológico e uma crescente busca pela otimização de processos produtivos, sejam eles industriais ou educacionais (formativos). Quando essa tentativa de otimização é aplicada na educação, os resultados esperados podem não ser atingidos. Tratando- se da formação de professores, "currículos de formação profissional, com base na racionalidade técnica derivada do positivismo, tendem, exatamente, a separar o mundo acadêmico do mundo da prática" (MALDANER, 2000, p. 51). Ou seja, o caminho tomado pela formação (inicial

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e continuada) de professores de ciências precisa ser revisto e reanalisado, não pode ser o mesmo de um empreendimento comercial, por exemplo. Educação não é um negócio como qualquer outro, apesar de ser tratada como tal, em determinados momentos, por algumas instituições.

Os cursos de licenciatura e os programas de formação de professores brasileiros têm buscado, a partir dos seus projetos, corresponder às diretrizes estabelecidas pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) e pelo Plano Nacional de Educação (PNE), que apontam a necessidade de uma formação profissional articulada em que o saber pedagógico se sobreponha ao domínio do saber específico. "As universidades têm tido dificuldade de superar esse fosso que separa a formação pedagógica da formação especifica no campo do conhecimento em que vai atuar." (MALDANER, 2000, p. 45)

Esse fenômeno pode ser observado na dicotomia que envolve os cursos de bacharelado e licenciatura em Química da USP de Ribeirão Preto, por exemplo. Neste caso, o licenciando em formação é submetido às disciplinas de caráter pedagógico ao mesmo tempo em que recebe uma carga elevada e mais exigente de disciplinas de conteúdo específico. Este modelo foi adotado em substituição ao modelo 3+1, ainda existente em vários cursos de licenciatura pelo Brasil.

Maldaner (2000) pontua que em uma situação prática de ensino, o professor não saberá mediar a significação dos conceitos químicos para os alunos se estiver ausente em sua prática a perspectiva pedagógica do ensino deste conteúdo. A dificuldade que o aluno enfrenta ao deparar-se com conteúdos químicos já é bastante razoável, considerando o nível de abstração requerido para que estes conteúdos sejam entendidos; se o professor não recorre a práticas de teor pedagógico e apenas transmite conceitos e teorias, no entanto, a dificuldade se agrava e o aluno poderá ter sérios problemas pela frente.

De um modo geral, os cursos universitários de formação de professores são o único modelo de formação reconhecido para a educação formal, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos. Entretanto, estes cursos são organizados pelos seus professores com base no que eles consideram importantes que um professor saiba, extrapolando na dose de teorias do ensino, sociologia e psicologia. Uma avaliação do Banco Mundial em 2001,

> [...] caracterizou os programas iniciais de formação docente ineficazes: quando oferecidos pelas escolas normais, são fracos academicamente e quando oferecidos pelas universidades apresentam um viés teórico excessivo. Em ambos os casos, os estágios em escolas de ensino básico são limitados, com pouca conexão entre a teoria e a prática (CARNOY, 2007, p. 133).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O presente artigo se pauta nos preceitos de uma pesquisa qualitativa, exploratória, descritiva e propositiva. O caráter qualitativo é conferido pela importância da análise interpretativa do autor. Este autor interpreta significados, valores, crenças, atitudes, motivos e aspirações que descrevem percepções, comportamentos, ações, confianças e características (MINAYO, 2007).

Dois países entre os estudados são Estados Unidos e Cuba. Um dos livros que serão utilizados para esse estudo é **A vantagem acadêmica de Cuba** de Martin Carnoy, que descreve o sistema educacional cubano, em que a igualdade de oportunidades prevalece e as boas escolas de formação de professores, assim como a supervisão dos professores e o recrutamento dos melhores alunos para o magistério, podem representar ensinamentos e até modelos para outras sociedades. Outro livro a ser utilizados é do pesquisador Zeichner: **Políticas de Formação de Professores nos Estados Unidos**.

Para este trabalho, alguns documentos são utilizados no intuito de esclarecer aspectos legais relacionados à formação de professores. São eles: os Projetos Político-Pedagógicos (PPPs) dos cursos selecionados, as Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) e o Programa de Formação de Professores da USP (PFP-USP).

Nestes documentos, buscamos esclarecer as orientações atuais para a formação de professores (LDBs e DCNs) e os perfis esperados dos egressos dos cursos (PPPs), entre outros pontos.

Atualmente, as tendências apontam para a busca da formação do professor crítico-reflexivo, ou seja, aquele que não apenas reflete sobre sua prática, mas também se preocupa com as conseqüências das suas ações e com o contexto social, histórico e cultural no qual sua realidade se insere. Em uma abordagem vygotskyiana acerca dessas interações, o professor é o sujeito que, ao modificar seu meio, é, ao mesmo tempo, modificado por ele.

3.CONCLUSÃO

Em uma abordagem contextualizadora, a Educação Comparada permite, pelo confronto, chegar a uma síntese analítica das práticas educativas (CERVI, 1986). A análise dos atuais PPPs dos cursos de licenciatura em Química das universidades estaduais paulistas permitiu concluir que todos atendem aos requisitos previstos no artigo 2° da Resolução CNE/CES número 8, de 11 de março de 2002, que estabelece as seguintes diretrizes para os cursos de bacharelado e licenciatura em química:

I. O perfil dos formandos;

II. Competências e habilidades gerais e específicas a serem desenvolvidas;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

III. A estrutura do curso;

IV. Os conteúdos básicos e complementares e respectivos núcleos;

V. Os conteúdos definidos para a Educação Básica (licenciaturas);

VI. O formato dos estágios;

VII. As características das atividades complementares;

VIII. As formas de avaliação.

A forma de descrição dessas características nos PPPs em cada curso é variada, sendo que algumas se mesclam na maioria dos projetos. No PPP da USP Ribeirão Preto, os itens I e II se encontram também mesclados. No PPP da UNESP, os itens IV e V estão condensados. As competências e habilidades do licenciado em química no PPP da USP São Paulo aparecem na forma de três tópicos: "Saber compreender", "saber fazer" e "saber ser". Este artigo abrange os cursos de bacharelado e licenciatura em Química (integral e noturno). O projeto da UNICAMP abrange, num único documento, os cursos de Química nas modalidades bacharelado em química, bacharelado em química tecnológica e licenciatura em Química. Existe apenas um projeto para o Instituto de Química, estabelecendo as orientações para todos os cursos.

As conclusões iniciais a que chegamos nos permitem afirmar que as propostas internacionais para a formação de professores impactam pouco nas práticas das instituições de ensino superior pesquisadas. Neste trabalho foi observado, por exemplo, que os modelos pelos quais passou o curso de licenciatura em Química da USP de Ribeirão Preto, foram o "3+1", e, atualmente, o articulado, no qual as disciplinas de caráter pedagógico se mesclam às disciplinas específicas da Química.

Bons exemplos na formação de professores e boas práticas poderiam ser levados em conta nas políticas e no ensino brasileiro. No entanto, outros obstáculos ainda precisam ser superados. A ação no ensino precisa ser pontual e, ao mesmo tempo, corresponder a uma atitude global na educação brasileira.

O aumento do nível da qualidade da formação de professores em si não seria suficiente para melhorar a educação no Brasil, mas corresponderia a uma parte extremamente importante do processo de aprendizagem, visto que os processos de ensino que ocorrem dentro da sala de aula, independem até certo ponto do que acontece fora dela.

REFERÊNCIAS

CARNOY, Martin. **A vantagem acadêmica de Cuba.** São Paulo: Ediouro, 2009.

CERVI, Rejane de Medeiros. O significado curricular da educação comparada. **Educar**, Curitiba, v. 5, n. 1/2, jan/dez, 1986.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICENCIATURAS – USP. **Programa de formação de professores – USP**. São Paulo, 2004.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DA SILVA, R. M. G., SCHNETZLER, R. P. Concepções e ações de formadores de professores de química sobre o estágio supervisionado: propostas brasileiras e portuguesas. **Química nova** [online]. 2008, vol.31, n.8, pp. 2174-2183. ISSN 1678-7064. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-40422008000800045&script=sci_arttext. Acesso 7 out. de 2015.

G1 EDUCAÇÃO. Analfabetismo volta a diminuir após 'estacionar' no ano anterior. **Educação.** Disponível em: http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/09/ analfabetismo-volta-diminuir-apos- estacionar-no-ano-anterior-diz-pnad.html. Acesso 22 set. de 2015.

KRASILCHIK, M. **O professor e o currículo das ciências**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1987. MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social**. Petrópolis: Vozes, 2007.

NASCIMENTO, F., FERNANDES, H. L., DE MENDONÇA, V. M. Ensino de ciências no Brasil: história, formação de professores e desafios atuais. **Revista HISTEDBR** on-line. Campinas, n.39, p. 225-249,
2010.

PONTE, J. P. Os desafios do Processo de Bolonha para a formação inicial de professores. **Revista da Educação,** n. 14, v. 1, p. 19-36, 2006.

ROSA, M. V. P. C.; ARNOLDI, M. A. G. C. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismos para a
validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

UOL EDUCAÇÃO. Brasil não cumprirá meta contra analfabetismo até 2015. **Folha Política**. 29
janeiro 2014. Disponível em: http://folhapolitica.jusbrasil.com.br/noticias/ 112550121/brasil-nao- cumprira-meta-contra-analfabetismo-ate-2015-afirma-unesco. Acesso em 22 set. 2015. ZEICHNER, Kenneth M. **Políticas de formação de professores nos Estados Unidos**: como e por que elas afetam vários países no mundo. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E DO TRABALHO: CAMPO DE ATUAÇÃO DO PSICÓLOGO NAS ORGANIZAÇÕES

Carlos Eduardo Cervilieri; USP- Ribeirão Preto; carloscervilieri@gmail.com *
Cláudio Gaspar de Mello; USP- Ribeirão Preto; claudiogdemello@gmail.com

RESUMO

As pessoas são estruturadas socialmente a partir das organizações, que afetam diretamente e indiretamente o cotidiano. Esse processo exige do psicólogo, a análise dos fenômenos sociais e organizacionais para compreender as ações e comportamentos presentes na sociedade. Esses fenômenos, com seus respectivos limites, características definidas, os escopos e as perspectivas de análise e intervenções, exigem habilidades específicas para o psicólogo organizacional. Assim, este artigo contempla o campo de atuação do psicólogo nas organizações, iniciando-se pelos estudos das teorias científicas da administração envolvendo a psicologia. Apresentando-se as mudanças econômicas mundiais e a necessidade do profissional para aprimorar a compreensão da gestão de pessoas. Apresenta a psicologia organizacional e do trabalho no Brasil, o início da aplicação de testes, e a criação dos primeiros campos de atuação do psicólogo nas organizações brasileiras. Apresenta-se como sugestão a atuação do profissional seguindo três eixos, o primeiro nas relações de trabalho, o segundo envolvendo a necessidade de assumir compromisso ético e social e o terceiro a importância do desempenho profissional. Esse processo de atuação justifica-se, por existir nas organizações fenômenos do assédio moral, da intensificação do estresse, da violência psicológica, depressão e outras doenças relacionadas ao trabalho. Destacando-se a importância do papel do psicólogo organizacional exigindo saberes específicos, envolvendo comportamento, saúde e ergonomia do trabalhador. Apresenta-se o desafio que assola a contemporaneidade. Que o psicólogo procure atuar com responsabilidade social nas empresas. Deverá agir com valores éticos, transparência desenvolvendo sintonia com o mercado atual e as novas mudanças da economia. Desenvolver elo entre a prática profissional e a construção de redes envolvendo as organizações para fortalecer a sua atuação.

Palavras-chave: Psicólogo. Organizações. Trabalho. Sociedade

ABSTRACT

People are socially structured from organizations that directly and indirectly affect the daily life. This process requires the psychologist, the analysis of social and organizational phenomena to understand the actions and behaviors present in society. Those phenomena, with their respective limits, defined characteristics, scopes and perspectives of analysis and intervention, require specific skills for organizational psychologist. Thus, this article considers the psychologist playing field in organizations, starting with the studies of scientific theories of management involving psychology. Presenting global economic changes and need to professional to improve the understanding of people management. Presents the organizational psychology and work in Brazil, the start of testing, and the creation of the first fields of the psychologist in organizations. Is presented as suggestion of performance professional with three axes, the first in labor relations, the second involving the need to take ethical and social commitment and the third the importance of professional performance. This process of action is justify by phenomena existing in organizations ethical harassment, the intensification of stress, psychological violence, depression and other illnesses related to work. Highlighting the importance of organizational psychologist role requiring specific knowledge, involving behavior, health and worker ergonomics. Lastly, it presents the challenge that plagues the contemporary. The psychologist act for work with corporate social responsibility. Should act with ethical values, transparency developing tune with the current market and the new changes of

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

the economy. Must act with ethical values, transparency developing in tune with the current market and the new changes of the economy. Develop link between professional practice and building of networks involving the organizations to the better performance.

Keywords: Psychologist. Organizations. Work. Society

INTRODUÇÃO

Analisando-se o cotidiano das pessoas, elas estão ligadas às organizações em todas as fases da vida. Em diferentes contextos e culturas, nota-se esta ligação do ser humano com as organizações. Exercitando nossa memória, percebe-se o envolvimento já no nascimento, existindo a necessidade de dispor serviços e produtos para o recém-nascido. Nesta fase inicial, começa o processo com as organizações dos consumidores diretos ou indiretos. Este processo desencadeia a necessidade de produção nas organizações, a partir dos consumidores recém- nascidos. Com o passar dos anos, o consumo percorre cada fase, tornando-se notável os serviços e produtos que são disponibilizados. Normalmente depende das empresas executá-los ou fabricá-los.

Entende-se que estas empresas ou organizações são complementadas por instituições como: saúde, família, religião, sociais e educacionais. Por meio deste olhar produtivo, reflete-se o quanto o processo organizacional, afeta nossa vida por meio direto ou indireto através do contexto social. A qualidade de vida, os problemas e demais situações vivenciadas socialmente, estão atrelados à dinâmica das organizações, nas produções de produtos e serviços. Exigindo a produção em massa, atendendo a demanda social por fases e tipos de produtos.

As organizações são consideradas a partir do modo e cultura com que as pessoas são estruturadas, atendendo as suas próprias necessidades. Portanto, há a ligação organizacional da produtividade, em todos produtos ou serviços que se utiliza como recursos para desenvolvimento social.

Partindo deste pressuposto, as organizações, para manterem a dinâmica estrutural de fabricação, necessitam de pessoas para o excelente desenvolvimento de produtos e serviços. Sabe-se que esta necessidade gera o trabalho, possibilitando nossa organização para o atendimento das próprias necessidades. Desenvolve-se a partir deste processo uma identidade, a de assumir o papel dentro de um grupo maior formando a sociedade de produtor e consumidor. Deste processo, emergem questões como a perda do trabalho, que poderá afetar a identidade social e familiar da pessoa. Esta afirmação, por si, já justifica a inserção do psicólogo nas Organizações e no trabalho.

O trabalho e as organizações, nos dias atuais, assumem uma nova configuração, exigindo novas competências do trabalhador. Com estas mudanças, tanto o trabalho quanto as organizações, são partes desses fenômenos de natureza psicossocial considerados como objetos de estudo e atuação do psicólogo. Para a compreensão das

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

empresas e organizações, precisamos entender integralmente o ser humano, nas suas relações e inserções. Com envolvimento da esfera profissional em relação às demais esferas da vida pessoal, analisam-se as relações que são criadas e desenvolvidas no interior das organizações. Frente a este desafio, cabe a missão para a psicologia de analisar como é a interação das múltiplas dimensões que caracterizam a vidas das pessoas. As características ergonômicas fisiológicas e mental do trabalho e reconhecimento pessoal nas atuações profissionais.

A proposta do artigo é para a reflexão da existência das organizações e como o processo profissional afeta a vida do ser humano, e a função do psicólogo nas organizações e no contexto homem trabalho.

O campo de atuação do psicólogo nas organizações e no trabalho é importante e ao mesmo tempo, desafiador. Engloba variáveis de características profissionais e culturais ao longo do tempo. O presente artigo focaliza a temática da atuação deste profissional demonstrando a importância do trabalho para a sociedade e as organizações. Discutindo a identidade do psicólogo organizacional e do trabalho, considerando sua participação nas equipes multiprofissionais, quando necessário à implantação de políticas, práticas e gestão de pessoas.

Nas organizações existem fenômenos do assédio moral, da intensificação do estresse, da violência psicológica, depressão e outras doenças relacionadas ao trabalho. Atualmente o ser humano apresenta alto índice de ergonomia mental no Brasil, as pessoas estão adoecendo mentalmente. Ao mesmo tempo, observam-se organizações com apelo por uma situação equilibrada entre trabalho e família. Para este apelo, faz-se necessário, compreender e analisar a atuação do psicólogo, frente aos desafios presentes no cenário organizacional e social.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Psicologia Organizacional e do Trabalho - POT é um campo ou uma subárea da ciência chamada psicologia. A dimensão desta ciência envolve inúmeros fenômenos dentre eles: individual, social e grupal. Estes fenômenos, com seus respectivos limites, características definidas, os escopos e as perspectivas de análise e intervenções, construíram-se historicamente na interação de três elementos. Que segundo ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014) contribui:

1. O primeiro representa as demandas sociais advindas das organizações e os desafios que cercam o mundo do trabalho e sua gestão.
2. O segundo abarca o avanço do conhecimento científico geral, da psicologia como um todo e do campo de POT, em particular.
3. O terceiro elemento, finalmente, é o resultado das interações que foram sendo construídas ao longo do tempo com outros

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> domínios científicos e outros campos profissionais, produzindo tensões que ajudam a configurar uma identidade própria para os pesquisadores e profissionais voltados para entender, da perspectiva da psicologia, como indivíduos, grupos e coletivos chamados organizações se estruturam e atuam. (ZENELLI; ANDRADE; BASTOS, 2014, p. 551).

Para um olhar envolvendo a dinâmica e os três elementos apresentados pelos autores, faz-se necessário conhecer o processo histórico envolvendo a área da psicologia. O objetivo maior está na compreensão das demandas sociais que elevou o crescimento dos estudos sobre os problemas humanos na dimensão e esfera organizacional e cultural.

Sabe-se que as organizações passaram por processos de desenvolvimento profissional e estudos científicos. Portanto, não é uma tarefa simplicista datar um início para os estudos da psicologia e as organizações. Quando resgata-se por meio de uma revisão bibliográfica percebe-se o quanto se trabalhou para chegar aonde está o campo de atuação.

O campo de atuação intensificou-se por crescimento progressivo, envolvendo contribuições de diversos autores atuantes ou não no campo. Com a psicologia organizacional e do trabalho, ramo da psicologia, não foi diferente. O crescimento e desenvolvimento, como ciência, partiram de pressupostos de alguns autores psicólogos ou não, mas, a partir do olhar para o trabalho e o trabalhador no contexto organizacional.

Compreende-se por meio deste olhar o terceiro elemento posto pelos autores, que é o resultado das interações construídas com os outros domínios científicos e campos de atuação. Forma-se a partir deste olhar possibilidades de atuação do profissional para estudar a capacidade do ser humano envolvendo o contexto profissional e social.

Ressalta-se que as origens da psicologia organizacional e do trabalho iniciam-se com um laboratório, conforme ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.551) "as origens da POT podem remontar à criação do laboratório para o estudo da fadiga, em Modena, 1899, por Luigi Patrizi." Nesse período, outros estudos seguem o princípio de estudos relacionados aos aspectos psicofisiológicos associados à fadiga e a cargas de trabalho.

Em seguida, o marco da psicologia organizacional e do trabalho, que segundo ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.551) acontece com "a obra de Hugo Münsterberg, pesquisador alemão, de 1913 com o título ***Psychology and Industrial Efficiency***". A obra envolveu a seleção de pessoal e o uso de testes psicológicos com a finalidade de maximizar o ajuste das pessoas aos cargos.

A psicologia apresenta preocupações neste marco inicial.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Cada trabalho deve ser analisado e descrito detalhadamente, para que o modo otimizado de executar as tarefas possa ser especificado;
- Os trabalhadores devem ser contratados de acordo com as características relacionadas ao desempenho do trabalho, e cabe aos gerentes avaliar os funcionários para identificar quais características pessoais são importantes;
- Os trabalhadores devem ser treinados para executar suas tarefas; e
- Os trabalhadores devem ser recompensados por sua produtividade, para incentivar melhor desempenho. ZANELLI;

ANDRADE; BASTOS (2014, p.552 apud Spector, 2002)

O principal feito deste tripé de observações da psicologia é o princípio da necessidade dos trabalhadores atuarem em ocupações ajustadas às habilidades mentais e emocionais. O comportamento cognitivo deve estar ajustado para que haja eficiência no trabalho, a produtividade esperada e principalmente a satisfação do trabalhador.

Após a análise do contexto histórico do surgimento da psicologia organizacional e do trabalho e definido o marco inicial, surge um novo período marcado por mudanças. Considerados novo marcos, na década de 1950, ganha-se destaque as teorias de motivação, fato em destaque do autor Abraham H. Maslow publicando em 1954 o seu estudo ***Motivation and Personality*** propondo a hierarquia das necessidades humanas. Depois deste estudo e segundo ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.555) "poucos anos depois, despontou a reflexão de Douglas MacGregor sobre os pressupostos que os administradores estabelecem para as pessoas", relatando e complementando os estudos da administração. Portanto, esses estudos, passam por fortes análises relevantes na interpretação do comportamento humano.

Em 1970, aparece um período de incertezas para o campo organizacional, nesta época a guerra fria faz explodir conflitos em diversas partes do mundo. Nasce um novo olhar para uma sociedade pós-industrial. O Japão renasce após a Segunda Guerra com técnicas de produção eficazes para as indústrias, mostrando o poder de crescimento. Neste período concretiza-se a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), o foco de mudanças abandona os pequenos grupos, passando a atuação para intervenções mais abrangentes. Esse período de fortes mudanças marca o fim do século XX e inicia a próxima década do século XXI.

Para ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014) a década do século XXI é marcada por profundas mudanças.

> [...] a primeira década do século atual é marcada por uma profunda crise nos países capitalistas centrais, incluindo os Estados Unidos (m 2008, o que ficou conhecido como a crise originada pelo "estouro da bolha imobiliária", ou "crise das *subprimes*", que abalou o mercado financeiro e provocou uma crise global), e em quase toda a Europa (cuja crise ainda se mostra aguda no

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> momento presente, com elevados níveis de desemprego). ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.557).

Essas mudanças apresentadas pelos autores demonstram o reflexo da economia mundial, exceto os países emergentes que, na época, não se subordinaram a situação. O Brasil foi um deles, nesta mesma época, cresceu economicamente, mas hoje enfrenta problemas da mesma ordem. Com isto, a psicologia neste campo de atuação, preocupa-se com os fenômenos decorrentes das crises. Pode-se apontar o estresse, assédio moral e violência psicológica do trabalhador frente aos desafios que as empresas enfrentam com as crises. Surge ao mesmo tempo, um apelo que, segundo os mesmos autores, está relacionado a um balanço equilibrado entre a vida profissional e familiar, estruturado sobre a ética transparência e busca de justiça e desenvolvimento de todos os participantes da comunidade organizacional (ZANELLI; ANDRADE; BASTOS, 2014).

2.1 A PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E DO TRABALHO NO BRASIL

Segundo os autores ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.558) "as aplicações de testes psicológicos, ou, mais apropriadamente, do exame psicotécnico, com a finalidade de selecionar empregados, expandiram-se rapidamente, em especial nas empresas ferroviárias". Dessa forma, destaca-se o início do processo da atuação psicológica nas empresas do Brasil, Ulysses Pernambuco, neurologista e psiquiatra, que criou no Brasil o Instituto de Psicologia de Pernambuco, sendo denominado posteriormente, em 1929 de Instituto de Seleção e Orientação Profissional de Pernambuco produzindo inúmeras pesquisas correlacionadas à temática.

Em 1930, nasce o Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), com o principal objetivo de ajustar e aprimorar engenheiros dedicados aos problemas de adaptação humana ao trabalho. Já o segundo período da psicologia organizacional no Brasil, surge com a intensificação do processo de industrialização no país, iniciando na Era Vargas.

A psicologia acompanha todo o processo da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), consequência de lutas da classe operária para melhores condições laborais. Assim, intensificando estudos a cada período até os dias de hoje. Na década de 1980, a obra de Wanderley Codo destaca-se com o título **O papel do psicólogo na organização industrial,** segundo ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014).

> [...] a repercussão desse trabalho foi muito grande, pois ao mesmo tempo, expôs o estigma que cercava a inserção do psicólogo nas organizações e alertou pesquisadores e profissionais sobre a necessidade de construção de um modelo de atuação que não se pautasse exclusivamente nas necessidades da gestão e, em consequência, da empresa ou capital. ZANELLI; ANDRADE; BASTOS (2014, p.561).

A partir desse momento, o olhar era estritamente voltado para o desenvolvimento da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

psicologia para as organizações. Mas, não foi o bastante para atender a demanda presente da época, pois, essa ideia primária não foi suficiente para responder diversas questões pertinentes à época. Portanto, surge um terceiro estágio de desenvolvimento do campo de atuações do psicólogo, o de assumir o papel relevante para compreender não apenas a organização e gestão, mas os problemas de saúde do trabalhador. Assim, começa o propósito de articulação com as organizações, envolvendo a qualidade e a competividade, tudo com um único propósito a gestão de pessoas para uma excelente produtividade.

A preocupação com os trabalhadores passou a ser um campo de atuação do psicólogo, para entender e compreender os fenômenos ocorridos nas empresas. Essa compreensão, elenca trabalhadores inseridos nos modelos de gestão organizacional, fazendo a psicologia percorrer e ter interface com números e resultados organizacionais. Proposta que hoje a psicologia visa a estudar, a QVT.

BORGES e MORÃO (2013) pontuam sobre a atuação do psicólogo atualmente nas empresas.

> [...] é com base nesse cenário de mudanças e de indicadores críticos presentes no mundo contemporâneo que se identificam alguns desafios para as ciências aplicadas do trabalho: responder às demandas que nascem do cotidiano do trabalho; investigar com rigor científico a gênese, o desenvolvimento, as formas de manifestação e as consequências dos problemas; construir quadros teóricos analíticos coerentes e pertinentes com a diversidade e a singularidade dos objetos de investigação em foco BORGES & MORÃO (2013, p. 559).

Vê-se hoje, a atuação do psicólogo de forma ampla para a organização do trabalho. A atenção para todas essas demandas, exige habilidades do profissional no mundo das organizações. A atuação do profissional, supõe que deverá ser articulada em três eixos como sugeriu os mesmos autores: as relações de trabalho, impregnadas de contradições sob o sistema capitalista, o reconhecimento da necessidade de assumir e desenvolver um compromisso social e ético, por último a importância do desempenho profissional (BORGES & MORÃO, 2013).

A sociedade hoje, vive à força do trabalho como mercadoria. Segundo Vizzaccaro-Amaral, Alves & Navarro (2013) corroboram afirmando essa vivência.

> [...] a nova morfologia social do trabalho, que reduz o trabalho vivo à força de trabalho como mercadoria, vem gerando um acúmulo de pressões jurídico-institucionais e denunciando marcas profundas nas relações de trabalho com significativas repercussões para o sistema de previdência e seguridade social do Brasil. Vizzaccaro-Amaral, Alves & Navarro (2013, p.5)

A firmação remete a compreensão das mudanças ocorridas no momento atual,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

exigindo do profissional psicólogo a mobilidade de saberes com atuações específicas frente às mudanças. Evidencia-se atenção especial e social na atuação do trabalho, exigindo conhecimento da psicodinâmica existente no contexto empresa, trabalhador e sociedade.

Os desafios contemporâneos do psicólogo nas organizações iniciam-se no processo de poder para definir as estratégias e no trabalho técnico, envolvendo os questionamentos da eficácia organizacional. Bastos (1992) apontavam esses desafios.

> Dois grandes problemas são, normalmente, vivenciados pelos psicólogos nas organizações: seu reduzido poder de definir estratégias organizacionais - embora as organizações sejam grupos humanos, as grandes decisões acerca de como lidar com o elemento humano são tomadas por administradores, economistas, sem a participação efetiva do psicólogo. O seu confinamento a áreas tradicionais de atuação os leva a ficarem restritos a uma atuação técnica fragmentada-selecionando, treinamento - sem uma visão integral do trabalhador e de sua vida no trabalho. Aquilo que em outras oportunidades tem sido denominado "modelo restrito de atuação profissional". Segundo, os desafios do trabalho técnico propriamente dito, com os constantes questionamentos da sua eficácia organizacional, a falta de avaliação criteriosa, a frequente interferência de "modismos" passageiros e assim por diante. Bastos (1992, p.43).

A contemporaneidade demonstra o desafio presente para o psicólogo na atuação organizacional. Coloca-o frente para dar conta de soluções que não depende exclusivamente dele, mas, do conjunto de departamentos e contexto organizacional. Cabe a ele, estudar os fenômenos presentes nas organizações, mobilizando estratégias baseadas em teorias e técnicas, para movimentação da queixa presente na empresa de atuação. Esse processo exige saberes específico, que faz do psicólogo organizacional, ter um olhar científico da ergonomia da atividade. Atuando na saúde e psicodinâmica do trabalhador com alternativa teórico- metodológica e ética na atuação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se que a área da atuação do psicólogo organizacional e o surgimento da psicologia organizacional do trabalho (POT) em outros países e no Brasil passa por esforço em divulgar a importância da atuação do psicólogo no contexto organizacional, suas dificuldades e necessidades. Contudo, faz-se necessário o aprofundamento nos conhecimentos da área, por meio da leitura e desenvolvimento de pesquisas, principalmente, para o processo da psicologia aplicada no âmbito do contexto organizacional.

A atuação do psicólogo e os desafios enfrentados ao longo do tempo para fortalecer a atuação nos processos organizacionais, estabelece o princípio da psicologia organizacional do trabalho. Buscou-se ilustrar ao leitor, ideias da administração científica como premissa para a atuação do psicólogo, que passou por mudanças

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

significativas até o reconhecimento do campo profissional. Destacam- se os fenômenos, com as perspectivas de análises e intervenções, da demanda advinda das organizações, grande desafio para o psicólogo que cerca a gestão e as habilidades necessárias para excelente atuação. A relação do desenvolvimento profissional eleva a psicologia ao reconhecimento de um fenômeno importante, o resultado das interações construídas com outros domínios científicos. Com característica multidisciplinar, há amplitude de saberes configurando identidade própria para os pesquisadores da área organizacional.

No que se refere ao campo de atuação, limitou-se a expressar, neste artigo, as principais épocas de construção de conhecimento ao longo do período de desenvolvimento da administração. Buscou-se a compreensão do início da psicologia, vinculada com as organizações, enquanto ciência atuante. Os grandes ideais científicos e estudos desenvolvidos apresentam a psicologia como uma ciência de ampla atuação, fortalecendo o campo de atuação organizacional. No início do século XXI a psicologia enfrenta as dificuldades econômicas, com as mudanças econômicas e crises internacionais. Esse processo reflete para as organizações que alteram suas dinâmicas em relação aos colaboradores, exigindo do psicólogo um novo olhar frente aos novos desafios. Surgindo um terceiro estágio, corroborando com o campo de atuações do psicólogo e fortalecendo o enlace com as organizações. Com as mudanças, assume o papel com destaque na compreensão não apenas da organização, mas com olhar específico nos problemas que assolam a saúde do trabalhador.

Os desafios contemporâneos fazem do psicólogo um profissional que desafia obstáculos, para mobilizar queixas apresentadas nas organizações. Cobra- se resultados específicos, envolvendo técnicas de atuação, porém, não depende exclusivamente do psicólogo o resultado. Mobiliza-se nesta ação outros setores, departamentos e profissionais de outras áreas para análise de problemas específicos, compondo uma equipe multidisciplinar. Exige-se esta demanda para compor um excelente resultado, motivo, que os fenômenos são compreendidos a partir da análise de cada setor ou departamento da empresa e mobilizado com todos do contexto organizacional.

O psicólogo na área de atuação organização enfrenta o desafio que assola com a contemporaneidade. Trabalhar a responsabilidade social e ambiental que se tornou um grande desafio para as empresas. O psicólogo deverá agir com valores éticos, transparência em sintonia com o mercado atual e as novas mudanças da economia. Buscar elo entre a prática profissional e a construção de redes envolvendo as organizações para fortalecer a sua atuação.

REFERÊNCIAS

BASTOS, A. V. B. **Desafios colocados pelo desenvolvimento da pesquisa organizacional** Psicol. cienc]. 1992, vol.12, n.2, pp. 42-46. Disponível em < http://dx.doi.org/10.1590/S1414- 98931992000200007> Acesso em 09 out. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

BORGES, L. O. & MOURÃO, L. **Ergonomia da atividade:** uma alternativa teórico-metodológica no campo de Psicologia aplicada aos contextos de trabalho. In: **O Trabalho e as organizações**. Porto
Alegre: Editora Artmed, 2013, p. 558 – 580.
ZANELLI, C.J., ANDRADE, J. E., BASTOS, A. V. B. **Psicologia organizações e trabalho no Brasil**.
Porto Alegre: Artimed, 2014.
VIZZACCARO-AMARAL, A. L.; ALVES, G. & NAVARRO, V. L. **Precarização do trabalho, saúde do trabalhador e invisibilidade social no século XXI** – Revista da Rede de Estudo do Trabalho – RET Ano VI número 13 -2013. Disponível em <http://www.estudosdotrabalho.org/01revistaRET13.pdf> Acesso em 09 out. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM EM AÇÕES DE TREINAMENTO A DISTÂNCIA

Claudio Gaspar de Mello – USP Ribeirão Preto; claudiomello@hotmail.com Carlos Eduardo Cervilieri - USP Ribeirão Preto; carloscervilieri@gmail.com

RESUMO

Com o aumento da oferta de cursos de graduação na modalidade de ensino a distância, abre-se espaço para importantes discussões nos processos educacionais em tal modalidade de ensino, já que pesquisas desenvolvidas nesta área ainda são incipientes no Brasil. O objetivo da pesquisa bibliográfica é apresentar os conceitos de estratégias de aprendizagem no contexto de Treinamento, Desenvolvimento e Educação (TD&E), bem como conhecer os preditores de aprendizagem em ações de treinamento na modalidade de Ensino a Distância (EAD). A revisão da literatura mostra um número reduzido de pesquisas voltadas para as estratégias de aprendizagem utilizadas por estudantes que contribuem para a aprendizagem bem sucedida em cursos ofertados a distância, no contexto universitário e principalmente contexto organizacional.
Palavras-chaves: Aprendizagem. Estratégias de Aprendizagem. Educação a Distância.

ABSTRACT

With the increase in the supply of undergraduate in the form of distance education, open space for important discussions in educational processes in this type of teaching as research conducted in this field are still incipient in Brazil. The aim of literature is to introduce the concepts of learning strategies in the context of Training, Education and Development (TD & E), as well as knowing the predictors of learning in training activities in the form of Distance Learning (ODL). The literature shows a reduced number of research- oriented learning strategies used by students that contribute to successful learning in distance courses offered in the university context and especially organizational context. **Keywords**: Learning. Learning Strategies. Distance Education.

INTRODUÇÃO

O aumento das novas exigências no mercado de trabalho voltadas para a formação e qualificação profissional, em decorrência das mudanças no âmbito social e tecnológico na última década em todo o Brasil, fez com que aumentasse a demanda por ações educacionais com a utilização de novas tecnologias de comunicação e informação (NTICs) visando ao alcance de um maior número de pessoas (Coll, Mauri & Onrubia, 2010). A fim de permanecer no mercado cada vez mais competitivo e complexo, tanto os profissionais quanto às organizações produtivas, buscam a qualificação e o aprimoramento constante de suas habilidades e competências por meio de tais ações educacionais, mediadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação (NTICs), principalmente na modalidade de EAD.

De acordo com os dados do Ministério da Educação (MEC) e do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), divulgados no Censo da Educação Superior de 2010, a oferta e a demanda de cursos de graduação EAD se multiplicaram na última década no Brasil. Tais dados mostram que as matrículas na graduação do ensino a distância aumentaram 170 vezes do ano de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2001 para 2010, os estudantes matriculados em tal modalidade de ensino saltaram de 5.359 para 930.179 no período citado.

Para atender a crescente demanda de mão de obra qualificada, com base no artigo 80 da lei 9.394/96 da LDB – Lei de Diretrizes e Bases na Educação Nacional, de 23 de dezembro de 1996 –, instituições de ensino oferecem formação e qualificação profissional na modalidade de ensino não presencial ou semipresencial, à distância, mediante a integração das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) na educação, objetivando o desenvolvimento das competências individuais e organizacionais e o alcance de um número maior de pessoas em diversas regiões do país.

Com o aumento da oferta de cursos de graduação, bem como programas de educação corporativa na modalidade de ensino a distância, ocorre à discussão sobre a qualidade dos mesmos e abre espaço para importantes discussões nos processos educacionais em tal modalidade de ensino.

Diante deste contexto, tornam-se necessário entender como às estratégias de aprendizagens são utilizadas por estudantes em ações de treinamento na modalidade EaD, visando à garantia da qualidade de ensino em tal modalidade, já que pesquisas desenvolvidas nesta área ainda são incipientes no Brasil.

Assim, o objetivo desta pesquisa bibliográfica é apresentar os conceitos de estratégias de aprendizagem no contexto de Treinamento, Desenvolvimento e Educação (TD&E), bem como conhecer os preditores de aprendizagem em ações de treinamento na modalidade EAD.

CONCEITOS E ABORDAGENS DE APRENDIZAGEM

Na literatura, são encontradas várias definições para o termo aprendizagem, a sua abordagem depende da ótica utilizada pelo autor.

Na linguagem comum (dicionários Aurélio) o significado de aprendizagem está relacionado ao ato ou efeito de aprender, ou seja, adquirir, reter, similar, tomar conhecimento.

De acordo com Borges-Andrade, Abbad, Mourão e Cols. (2006) a definição de aprendizagem pode ser encontrada nas abordagens behavioristas, cognitivistas e construtivistas, sendo seu estudo sensível a cada uma das abordagens psicológicas. Ainda segundo os autores, o acordo entre tais abordagens está no que tange a aprendizagem como uma mudança no comportamento do indivíduo decorrente da sua interação com o meio externo.

Para Zerbini e Abbad (2010) a aprendizagem é caracterizada pelo processo de mudança ocorrido em um determinado indivíduo não resultante da sua maturação ou induzida por estímulos associados a fases da sua vida.

Zerbini (2007) cita Abbad e Borges-Andrade (2004) para definir aprendizagem como um processo psicológico, que ocorre no nível individual, de cada ser

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

humano, resultante na mudança de comportamento e, que é indispensável para o desenvolvimento do mesmo, tanto para o seu cotidiano e na ótica do TD&E para o seu desempenho no mercado de trabalho. Ainda segundo a autora, a aprendizagem pode ser compreendida como a mudança de comportamento resultante da interação entre o indivíduo e o ambiente no qual se observa a construção de um novo conhecimento e a aquisição de novas habilidades ou atitudes.

Para Pantoja e Borges-Andrade (2002 apud Zerbini e Abbad, 2010), a aprendizagem é um processo no qual o indivíduo, integrado no ambiente, alcança conhecimentos, habilidades e atitudes e, como consequência, resulta na mudança de comportamento. De acordo com Pantoja e Borges-Andrade (2009) a aprendizagem se refere a um processo de mudanças individuais que envolvem as dimensões afetiva, motora e cognitiva. Essas mudanças acompanham os indivíduos ao longo do tempo, e são resultados das suas interações com o ambiente.

Segundo Zerbini (2007), as pesquisas realizadas na área de treinamento e, desenvolvimento e educação (TD&E) se debruçam em abordagens sobre aprendizagem que a descrevem como um processo individual, ou nas abordagens pautadas nas investigações de variáveis, individuais ou ambientais, que influenciam a aprendizagem no contexto organizacional.

De acordo com Borges-Andrade, Abbad, Mourão e Cols. (2006), o conceito de aprendizagem no contexto organizacional e do trabalho vai além da aquisição e retenção de conhecimentos:

> Na linguagem técnica desta área, a aprendizagem também se refere a processos de generalização e, em alguns casos, à demonstração ou aplicação, no trabalho, de conhecimento, habilidade ou atitude adquirida (de acordo com as abordagens cognitivistas ou comportamentalistas) ou desenvolvida (de acordo com abordagens construtivistas) em treinamentos (p. 470).

Para os teóricos de treinamento, desenvolvimento e educação a aprendizagem, no contexto organizacional, está voltada para transferência dos comportamentos definidos nos objetivos instrucionais por parte do treinando ao final de um treinamento para o ambiente do trabalho. Conceitos de aprendizagem, no ambiente organizacional, estão relacionados aos processos de mudanças no comportamento dos aprendizes como resultado de ações instrucionais, ou seja, a transferência de aprendizagem para o ambiente do trabalho.

CONCEITOS DE ESTRATÉGIA

O conceito de estratégia também é encontrado em diversos contextos na literatura, principalmente no contexto empresarial. Assim, não existe um único conceito para o termo.

Mintzberg e Quinn (2001) definem estratégia como um plano que integra as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

principais metas, políticas e sequências para determinadas ações, também podem ser, em um primeiro momento, afirmações voltadas para orientar determinadas providências visando a resultados.

Para Henderson (1998) estratégia pode ser entendida como busca determinada de um plano de ação para desenvolver ou ajustar vantagens sobre algo.

De acordo com autores da administração, a estratégia é a principal ligação entre fins, objetivos e políticas funcionais dos diversos setores das organizações o os planos que conduzem o nível operacional para as suas atividades diárias. Isso significa a escolha dos meios para se atingir os objetivos estratégicos de tais organizações. Por meio da estratégia é possível o alcance dos objetivos de longo prazo, determinar as políticas e ações mais adequadas para atingir tais objetivos.

No contexto educacional, as estratégias podem ser entendidas como sequências integradas de atividades ou procedimentos que os indivíduos escolhem com o objetivo de facilitar o processo de aquisição, utilização e/ou armazenamento de conhecimentos e informações (Nisbet, 1991; Pozo, 1996). Assim, pode-se entender estratégia como o caminho ou meio utilizado para o alcance do conhecimento pelos indivíduos envolvidos no processo de ensino-aprendizagem.

CONCEITOS E DEFINIÇÕES PARA ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM

Segundo estudiosos da área de TD&E, as definições encontradas na literatura para estratégias de aprendizagem vêm da área da educação, encontrando-se poucos estudos sobre o tema voltado para o contexto organizacional e do trabalho. A relação encontrada é a transferência da aprendizagem adquirida para o desenvolvimento do trabalho na organização. Para tais estudiosos as estratégias de aprendizagem compõem um conjunto de processos direcionados ao alcance de objetivos que facilitam a aquisição, retenção, recuperação de conhecimentos e que resultam na transferência de habilidades e atitudes no contexto organizacional (Zerbini & Abbad, 2010).

De acordo com Zerbini (2007) as definições de estratégia de aprendizagem encontradas na literatura, no contexto educacional, estão voltadas para os procedimentos que são utilizados por indivíduos na conquista da aprendizagem bem sucedida. Segundo a autora, estratégias de aprendizagem "são procedimentos (habilidades cognitivas e comportamentais) utilizados pelos indivíduos durante as atividades de aprendizagem de modo a garantir o sucesso de todas as etapas de aprendizagem" (ZERBINI, 2007, p.52). Entende-se, portanto, como procedimentos, o caminho que os estudantes encontram para aumentar o êxito no processo de construção do conhecimento por meio da aprendizagem. Ainda segundo Zerbini (2007) não existem estratégias únicas que possam garantir o sucesso da aprendizagem, mas sim estratégias adequadas para determinadas atividades a serem desenvolvidas e assimiladas pelos estudantes, ou seja,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de acordo com o nível de dificuldade das atividades, é exigido dos estudantes diferentes estratégias para o alcance da aprendizagem e, consequentemente, a aquisição do conhecimento.

Para Denseraeu (1985 apud Zerbini e Abbad, 2008), estratégias de aprendizagem podem ser definidas "como um conjunto de processos ou etapas que facilitem a aquisição, a retenção, e a utilização da informação" (p.178).

Pantoja (2004) define estratégias de aprendizagem como um conjunto de atividades, com metas específicas, levam à aquisição, retenção, recuperação e transferência de novos conhecimentos, habilidades e atitudes (CHAs) no contexto do trabalho.

Zerbini e Abbad (2010, p. 180) definem estratégias de aprendizagem como:

> [...] conjunto de capacidades cognitivas complexas aprendidas pelo indivíduo ao longo da vida, o qual envolve capacidades cognitivas, habilidades comportamentais e de autocontrole emocional utilizadas pelo aprendiz para controlar os próprios processos psicológicos de aprendizagem, como atenção, aquisição, memorização e transferência.

Verifica-se um avanço na definição de estratégias de aprendizagem apresentada pelas autoras. Além da aquisição, retenção, recuperação e transferência de novos conhecimentos, habilidades e atitudes, Zerbini e Abbad (2010) envolvem aspectos comportamentais e de autocontrole emocional, utilizados pelos indivíduos no processo de aprendizagem, que garantem o alcance do sucesso da aprendizagem.

ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM NA MODALIDADE DE ENSINO A DISTÂNCIA

No Brasil, o aumento da oferta e da demanda por cursos oferecidos, na modalidade de educação a distância, está voltado para programas de qualificação e formação profissional, bem como em ações educacionais oferecidas por organizações do sistema produtivo.

O ensino a distância é mediado pelas novas tecnologias de comunicação e informação (NTICs). Tal modalidade de ensino combina estratégias de aprendizagem mediadas pela internet. Na educação a distância, o processo de ensino-aprendizagem requer uma grande variedade de procedimentos, recursos e meios instrucionais proporcionados pelas NTICs.

Segundo Belloni (2003), a educação a distância estabelece procedimentos que irão permitir o processo de ensino aprendizagem mesmo quando não há o contato pessoal e direto entre educadores e educandos, o que irá permitir a aprendizagem individualizada. Ainda segundo a autora, a educação a distância é um fenômeno que faz parte de um processo de inovação no contexto educacional muito maior que a integração das novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs) nos processos educacionais.

De acordo com Abbad, Zerbini e Souza (2010) não há dados conclusivos na literatura sobre o grau de aprendizagem na modalidade de ensino a distância, mas os dados existentes indicam que a aprendizagem em tal modalidade é igual ou

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

superior à alcançada nas modalidades tradicionais por seus estudantes.

Afirmam Zerbini e Abbad (2010) que, na modalidade EaD, as características dos estudantes podem influenciar os resultados dos seus estudos por se tratar de uma aprendizagem muito mais individual do que instrucional. Dessa forma, o indivíduo pode utilizar diferentes estratégias de aprendizagem para o alcance dos seus objetivos educacionais, devido à especificidade dos procedimentos instrucionais da EaD. Para as autoras, atividades de diferentes naturezas e complexidades exigem diferentes estratégias de aprendizagem. Ao comparar o ambiente de trabalho e ambientes acadêmicos, é possível identificar diferentes estratégias de aprendizagem utilizadas pelos aprendizes para o alcance da aprendizagem bem sucedida. O mesmo acontece na educação presencial e a distância.

PREDITORES DE APRENDIZAGEM EM AÇÕES DE TREINAMENTO A DISTÂNCIA

De acordo com autores da área de Treinamento, Desenvolvimento e Educação (TD&E) a variável Estratégia de Aprendizagem é encontrada nos modelos de avaliação de TD&E no componente características da clientela.

Segundo Meneses, Abbad, Zerbini e Lacerda (2006) as variáveis que compõem as características da clientela são classificadas em cinco categorias, a saber: Repertório de Entrada; Sociodemográficas; Psicossociais; Motivacionais; Cognitivo-comportamentais que compreende em: estratégias cognitivas, comportamentais e autorregulatórias utilizadas pelo participante para aprender. Assim, a Estratégia de Aprendizagem é classificada como característica da clientela cognitivo-comportamental.

Estratégias autorregulatórias compreendem na motivação do indivíduo para aprender, a autogestão de esforços e de automonitoramento do progresso durante a aprendizagem, bem como o controle de ansiedade diante de determinadas situações, que estariam dispersando a atenção do aprendiz.

De acordo com a revisão da literatura, pesquisas que comprovassem estatisticamente a relação entre estratégias de aprendizagem e o sucesso no processo de aprendizagem são incipientes no Brasil.

Zerbini e Abbad (2008) validaram um instrumento de medida utilizado para a validação de dados de pesquisas voltadas para identificação de estratégias de aprendizagem utilizadas por aprendizes no contexto do ensino a distância, tal instrumento foi denominado Estratégias de Aprendizagens. O referido instrumento foi validado pelas autoras a partir de estudos realizados em um curso aberto ofertado a distância, pela *internet*, o IPGN (Iniciando um Pequeno Grande Negócio) do SEBRAE, com uma população de 4.719 participantes. Um dos objetivos do estudo das autoras foi construir itens relativos às estratégias de aprendizagem autorregulatórias para validação estatística

de um novo instrumento. Para medir a frequência com que os participantes do curso utilizavam a variável estratégia de aprendizagem durante o curso, Zerbini e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Abbad (2008) associaram os itens do instrumento de estratégias de aprendizagem a uma escala Likert de 11 pontos. O instrumento possui sete fatores, que estão representado na tabela a seguir:

Tabela 1. Resumo das informações do instrumento Estratégia de Aprendizagem.

Instrumento	Escalas obtidas	Nº de itens	Alfa	Cargas fatoriais	
Estratégias de aprendizagem (Zerbini Ãbbad, 2008)	Controle da emoção	5	0,89	0,48	0,91
	Busca de ajuda interpessoal	6	0,89	0,66	0,83
	Repetição e	5	0,77	-0,35	-0,77
	Controle da motivação	4	0,84	0,69	0,86
	Elaboração	3	0,83	0,54	0,91
	Busca de ajuda ao material	2	0,75	0,68	0,82
	Monitoramento da compreensão	3	0,82	-0,49	-0,75

A definição das escalas do instrumento de Zerbini e Abadd (2008) envolve:

- Controle da emoção - controle da ansiedade e prevenção de dispersões de concentração causadas por sentimentos de ansiedade, cinco itens (α = 0,89);
- Busca de ajuda interpessoal - obtenção de auxílio de outras pessoas, como pares e professores, para tirar dúvidas sobre o conteúdo do curso, seis itens (α = 0,89);
- Repetição e organização - repetição mental da informação contida nos materiais na forma em que foi apresentada e organização e identificação de ideias centrais do material e criação de esquemas mentais que agrupam e relacionam elementos que foram aprendidos, cinco itens (α = 0,77);
- Controle da motivação - controle da motivação e da atenção pelo aluno, mesmo com interesse limitado em relação ao conteúdo a ser aprendido, quatro itens (α = 0,84);
- Elaboração - procedimentos adotados pelo aluno visando à análise e à reflexão sobre implicações e conexões possíveis entre o material aprendido e os conhecimentos que ele já possui sobre os assuntos contidos nos materiais, três itens (α = 0,83);
- Busca de ajuda ao material didático – busca de informação que não envolva contato social, dois itens (α = 0,75);
- Monitoramento da compreensão - monitoramento da compreensão do processo de aquisição de aprendizagem, três itens (α = 0,82).

O instrumento "Estratégia de Aprendizagem" de Zerbini e Abbad (2008) mostrou- se confiável e válido por meio do resultado dos estudos apresentados pelas autoras. O instrumento permite o apontamento das estratégias de aprendizagem utilizadas por alunos que contribuem para o alcance da aprendizagem bem sucedida no contexto

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

da educação a distância. Assim é possível identificar os preditores de aprendizagem em ações de treinamento a distância.

DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revisão da literatura permitiu o levantamento da produção de conhecimentos em estratégias de aprendizagem utilizadas por estudantes na modalidade de ensino a distância no Brasil, que levassem ao sucesso da aprendizagem. O levantamento apresentado neste estudo mostrou um número pequeno de pesquisas voltadas para o levantamento de tais estratégias, principalmente, no contexto organizacional.

Apesar do aumento da demanda e oferta de ações educacionais, voltadas para o desenvolvimento de estratégias de atualização profissional no contexto da educação a distância, mediadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação (NTICs), por meio da análise dos artigos, foi possível identificar que ainda são poucos os estudos sistemáticos na área da psicologia instrucional e organizacional que buscam a avaliação da qualidade das ações educacionais ofertadas no contexto educacional a distância.

No presente estudo, grande parte dos artigos que apresentaram estudos voltados para as estratégias de aprendizagem, utilizadas por estudantes em cursos ofertados a distância, são do contexto universitário, sendo necessário aprofundar o estudo e a realização de pesquisas no contexto organizacional, voltadas para as estratégias de aprendizagem que contribuem para o sucesso da aprendizagem e, como consequência, os conhecimentos, as habilidades e as atitudes adquiridas pelos aprendizes nos treinamentos seriam transferidos para o local de trabalho.

O instrumento de Zerbini e Abbad (2008) Estratégias de Aprendizagem apresentou resultados significativos na identificação de estratégias de aprendizagem utilizados pelos participantes em ações de treinamentos a distância que estão relacionadas com o sucesso da aprendizagem e como consequência a transferência dos conhecimentos e habilidades adquiridas em tais treinamentos, contribuindo dessa forma para a área de treinamento, desenvolvimento e educação.

REFERÊNCIAS:

ABBAD, G., ZERBINI, T., SOUZA, D. B. L. (2010). Panorama das pesquisas em educação a distância no Brasil. Estudos de Psicologia (UFRN), 15, 291-298.

BELLONI, M. L. Educação a distância. Campinas, SP: Autores Associados, 2003.

_____. Integração das TIC na educação Ensaio sobre a Educação a Distância no Brasil, **Revista Educação & Sociedade**, ano XXIII, nº 78, abril/2002.

COLL, C., MAURI, T., & ONRUBIA, J. (2010). A incorporação das tecnologias da informação e da comunicação na educação – do projeto pedagógico às práticas de uso. In C. Coll & C. Monereo (Orgs.). Psicologia da Educação virtual – Aprender e ensinar com as tecnologias da informação e da comunicação (pp. 66-93). Porto Alegre: Artmed.

HENDERSON, B.D (1998). As origens da Estratégia. Em Montgnomery, C. A, Porter, M. P. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. 15ª ed. Rio de Janeiro. Elsevier.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. Censo do Ensino Superior 2010. Consultado em 06 de abril de 2012 através de: http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2010/divulgacao_censo_2010.p df

MINTZBERG, H, & QUINN, J. B (2001). O processo da Estratégia. 3ª ed. Porto Alegre.

Bookman, NISBET, J (1991). Investigacion reciente en estratégias de estúdio y el ensenar a pensar. In Monereo, C.
(Coord). Ensenar a pensar a través del curriculum escolar. (11-19). Barcelona: Casals/Comap.

PANTOJA, M. J, BORGES-ANDRADE, J. E. (2009). Estratégias de aprendizagem no trabalho em diferentes ocupações profissionais. RAC-Eletrônica, Curitiba, v. 3, n. 1, art. 3, p. 41-62,

POZO, J.I. (1996). Estratégias de Aprendizagem. Em C. Coll, J. Palácios & A. Marchesi (Orgs), Desenvolvimento psicológico e educação: Psicologia da educação (pp. 176-197). Porto Alegre: Artes Médicas.

ZERBINI, T. (2007). Avaliação da Transferência de Treinamento em Curso a Distância. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília Instituto de Psicologia. Brasília, DF

ZERBINI, T., ABBAD, G. (2008). Estratégias de aprendizagem em curso a distância: validação de uma escala. *Psico-USF, 13*, 177-187.

_____. (2010). Qualificação profissional a distância: avaliação da transferência de treinamento. *Paidéia,*
vol. 20, nº 47, 313-323.

_____. (2010). Aprendizagem induzida pela instrução em contexto de organizações e trabalho: uma análise crítica da literatura. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, vol. 13, nº 2, 177-193.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INDICADORES DE DESEMPENHO EM SEGURANÇA DO TRABALHO E SAÚDE OCUPACIONAL A PARTIR DE NORMAS REGULAMENTADORAS

Eloisa Jendiroba (Docente SENAC); eloisa.jendiroba@sp.senac.br

RESUMO

A segurança do trabalho deve ser aplicada em todas as atividades de empresas que tenham funcionários ou colaboradores. Trata-se de determinação legal, com objetivos de preservar a integridade física, mental, e a saúde das pessoas no ambiente de trabalho, e de prevenção de acidentes. Os programas de prevenção podem adotar indicadores de desempenho para acompanhamento dos resultados em relação à segurança do trabalho. Os indicadores fazem parte da gestão da empresa e são usados em diferentes áreas relacionadas à segurança do trabalho. Considerando-se algumas Normas Regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego, há exigências legais que levam as empresas a adotar indicadores de desempenho visando melhorias. Este trabalho visa identificar alguns itens que precisam ser acompanhados nas atividades laborais e dos quais podem ser criados indicadores utilizados nas estratégias de prevenção de acidentes do trabalho e doenças ocupacionais. São criados indicadores a partir das exigências das normas aplicáveis à segurança do trabalho. O trabalho desenvolvido permite concluir que existe um grande número de dados informativos retirados da legislação aplicada à prevenção de. Observou-se que o conhecimento básico de engenharia de segurança do trabalho permite extrair das normas regulamentadoras muitos indicadores que poderão ajudar o Serviço especializado de Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) e o empregador a medir o desempenho da empresa.
Palavras-chave: indicadores. Desempenho. Segurança do trabalho.

ABSTRACT

Work safety should be applied in all activities of companies that have employees or employees. These are legal requirements, with a view to preserving the physical, mental health, and the health of people in the workplace and accident prevention. Prevention programs can adopt performance indicators for monitoring of results in relation to safety. The indicators are part of the company's management and are used in different areas related to safety. Considering some Regulatory Standards of the Ministry of Labor, there are legal requirements that lead companies to adopt performance indicators for improvements. This paper aims to identify some items that need to be followed in industrial activities and which can be created indicators used in work accident prevention strategies and occupational diseases. Indicators are created from the requirements of the standards for safety. The work shows that there are a number of informative data from the legislation to prevent. It was observed that the basic working knowledge of safety engineering can extract the appropriate standard many indicators that may help the specialized Safety Engineering and Medicine Labour Office (SESMT) and the employer to measure the performance of the company.
Keywords: indicators. Performance. Safety.

INTRODUÇÃO

As atividades laborais estão em estágio de evolução quanto ao atendimento às exigências relacionadas à segurança e à saúde. Essa afirmação pode ser relacionada às informações quantitativas apresentadas pela FUNDACENTRO, instituição criada oficialmente em 1966, com a finalidade de estudar e avaliar acidentes de trabalho e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ocorrência de doenças ocupacionais, e apontar soluções que possam alterar a situação a partir de então (FUNDACENTRO, 2014).

Podem ser consideradas também importantes fontes de informações o Ministério da Previdência Social (MPS) e Ministério da Saúde (MS), que disponibilizam anuários e outros dados com a finalidade de mostrar a situação sobre o tema no país.

Através dessas instituições é possível conhecer vários itens relacionados às áreas de segurança e saúde do trabalho, servem de instrumentos de base para programas de prevenção a serem implantados em empresas do setor público ou privado, e definir diretrizes para políticas públicas em todo o território nacional.

Entre outras informações, a ocorrência de acidentes de trabalho e de doenças ocasionadas pelo trabalho são aquelas que contribuem bastante para os estudos de melhorias a serem adotadas pelas empresas. Há grande número de informações que ajudam a reconhecer, por exemplo, os setores produtivos com mais registros de acidentes de trabalho e regiões do país com maior incidência de casos.

Um dos trabalhos possíveis relacionados à área de segurança é conhecer os dados consolidados e posteriormente criar indicadores que possam estabelecer metas de desempenho para as empresas de forma a obter melhores resultados, e em consequência reduzir os acidentes e os casos de doenças advindas da atividade laboral.

Para exemplificar, os dados disponibilizados no Anuário Estatístico da Previdência Social de 2012, demonstram que o número de acidentes de trabalho e outras informações relativas à área vêm sendo contabilizados ao longo dos anos. De acordo com esse relatório considerando os dados mais recentes, no Brasil, no ano de 2010 foram registrados 709.474 acidentes de trabalho. No ano de 2011 foram registrados 720.629 acidentes, e em 2012 foram 705.239 acidentes. Esses dados consideram as grandes regiões e unidades da federação, e também acidentes com emissão de Comunicações de Acidentes De Trabalho (CAT) ou não. No período considerado, aproximadamente 170.000 acidentes deste total representam acidentes sem a CAT (MINISTÉRIO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL, 2012).

Esses dados revelam número significativo de ocorrências, em diferentes áreas e que devem ser acompanhados não só pelo custo que representam ao governo, mas principalmente pelos prejuízos aos trabalhadores.

De acordo com os dados, houve redução de acidentes de trabalho e doenças ocupacionais ao longo do período. Porém, a redução deveria ser constante e acelerada, pois vidas e corpos estão sofrendo as consequências de posturas e comportamentos que podem ser melhorados quando se considera a participação de pessoas nas atividades de produção ou outras atividades que caracterizam atividade laboral.

Pela grande extensão do país e grande população, número significativo de trabalhadores diariamente está exposto a atividades com riscos à segurança e à saúde, sendo essa

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

uma justificativa para que o número de ocorrências esteja reduzindo. E essa redução deve ser buscada pelas principais partes envolvidas, ou seja, trabalhadores, empregadores, Ministério da Previdência Social, Ministério da Saúde e Ministério do Trabalho e Emprego. Entende-se que os trabalhadores são os principais interessados pelas consequências físicas que podem sofrer. E também os empregadores pelas suas obrigações para com os seus contratados, e ainda os ministérios pela atuação nas áreas de saúde e segurança, assim como previdência em âmbito nacional.

Os registros de acidentes existem não apenas pela conscientização dos empregadores quanto à necessidade de acompanhar o que ocorre nas empresas, mas pelas exigências legais determinando que as informações sejam passadas aos órgãos de controle e monitoramento, pelo conhecimento das atividades e técnicas para medição e acompanhamento, pelo esclarecimento dos trabalhadores e pelos recursos disponíveis para melhorar a questão.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a cada 15 segundos, um trabalhador no mundo perde a vida ou adoece devido ao trabalho. E a cada 15 segundos, 160 trabalhadores no mundo tem um registro de acidente de trabalho. Esses números estão relacionados a dados mundiais que registram 6.300 pessoas morrendo todos os dias devido a acidentes de trabalho ou doenças laborais, e que são registrados 317 milhões de ocorrências de acidentes de trabalho, resultando em faltas no trabalho, afastamentos e prejuízos individuais, empresariais e sociais (*INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION*, 2014).

A partir do que foi mencionado, entende-se que há um grande número de ocorrências, e que a exposição dos trabalhadores é diária em qualquer lugar do mundo. Diante disso, tem-se como objetivo discutir formas de contribuir para que as empresas e os trabalhadores possam aplicar ações que demonstrem a realidade dos empreendimentos nos requisitos relacionados à atividade laboral que significam na prática respeito à saúde e à segurança ocupacional.

A intenção deste trabalho é elencar alguns itens básicos que precisam ser acompanhados nas atividades produtivas e dos quais podem ser criados indicadores de desempenho. A necessidade de acompanhamento existe por determinações legais, e adotar indicadores de desempenho permite acompanhar de perto a situação de saúde e segurança visando melhorias periodicamente.

Os indicadores de desempenho fazem parte da gestão da empresa que pode ocorrer em diferentes áreas, visando de forma geral medir para verificar a necessidade de adoção de medidas corretivas ou preventivas, e ainda verificar se foram alcançados os objetivos previamente estabelecidos ou atingidas as metas propostas para melhoria (RAMOS & SAURIN, 2011).

DESENVOLVIMENTO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2.1 INDICADORES DE DESEMPENHO NA SEGURANÇA DO TRABALHO

O conhecimento das atividades e técnicas para medição e acompanhamento por parte das empresas, permitem que haja avaliação das atividades e operações. As empresas podem contar com setores de apoio que avaliam sistemas de produção através de ferramentas que podem indicar as necessidades de melhorias nos sistemas de produção. Essas ferramentas podem ser aplicadas pela própria empresa, após capacitar os seus representantes ou contratar prestadores de serviços ou parceiros que orientam, treinam ou ajudam a adequação da empresa. Entre elas estão os sistemas de gestão que permitem avaliar o sistema de produção e elencar demandas para a adequação em relação à segurança do trabalho.

Existem programas de análise e gerenciamento de riscos, e ainda programas de prevenção que contemplam diversas demandas estabelecidas pelos dispositivos legais.

Percebe-se que as empresas não mais estão livres para seguir com os seus sistemas de produção sem serem questionadas, fiscalizadas ou cobradas para apresentação de informações sobre a segurança e saúde dos trabalhadores que nela dedicam seu esforço, através de remuneração, para que obtenham resultados produtivos e em consequência lucros.

Diante disso, defende-se como necessária a aplicação de estratégias de monitoramento e controle das demandas relacionadas à saúde e segurança do trabalho, para que o empregador possa desempenhar bem o seu papel, e manter a empresa com riscos mínimos de sobrevivência por causa das questões de segurança e saúde do trabalho. E também os trabalhadores possam executar o seu papel, garantindo que o trabalho seja uma das funções vitais para a sobrevivência, e não uma função que lhe comprometa a longevidade ao longo de sua carreira laborativa.

A aplicação destas estratégias deve ser baseada na área de estudo da engenharia de segurança do trabalho que contempla possibilidades técnicas para que o trabalho seja conduzido com base científica. Não se pretende com estas estratégias tornar o sistema produtivo rigoroso como um estudo científico. Mas é fundamental que a partir de conhecimentos científicos sejam adotadas ou elaboradas propostas com viabilidade técnica, e que atendam requisitos legais e normativos.

Acredita-se que conhecendo e trabalhando com indicadores de desempenho em segurança do trabalho, os profissionais tenham facilidades em visualizar a evolução ou não da segurança na empresa. Serão considerados os registros de dados necessários para atender à NR-4 Serviços especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), à NR-5 Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e à NR-6 Equipamento de Proteção Individual, e posteriormente os indicadores de desempenho que poderão ser adotados para o acompanhamento do atendimento a essas normas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2.2 REGISTRO DE DADOS PARA RESPONSABILIDADE DO SESMT

De acordo com a NR-4, há várias competências dos profissionais integrantes dos SESMT para que as ações relacionadas à segurança do trabalho sejam acompanhadas por técnicos especializados na área. Essas competências muito poderão contribuir para as adequações necessárias e para que o cumprimento das exigências legais seja feito a contento. Entre elas indica-se a necessidade de realizar tarefas que podem ser relacionadas a indicadores de desempenho. Para isso é necessário analisar e registrar em documento todos os acidentes ocorridos na empresa ou estabelecimento, com ou sem vítima, e todos os casos de doença ocupacional, descrevendo história e características do acidente e/ou da doença ocupacional, fatores ambientais, características do agente e as condições do(s) indivíduo(s) portador(es) de doença ocupacional ou acidentado(s). Tem-se também que é necessário fazer registros mensais para atualizar os dados de acidentes do trabalho, doenças ocupacionais e agentes de insalubridade, contendo no mínimo os quesitos descritos nos modelos de mapas constantes nos quadros constantes no anexo. O documento deve ser encaminhado à Secretaria de Segurança e Medicina do Trabalho até o dia 31 de janeiro, através do órgão regional do MTE. Além disso, é necessário manter os registros mencionados anteriormente na sede do SESMT ou facilmente alcançáveis por período não inferior a 5 (cinco) anos" (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978a).

Os quadros mencionados na NR-4 (Quadro III, IV, V, VI) indicam a necessidade de obter dados de desempenho das empresas em relação à segurança e saúde ocupacional e são apresentados a seguir, respectivamente, nos Quadros 1, Quadro 2, Quadro 3 e Quadro 4.

Esses quadros devem ser apresentados em documento contendo data, nome e assinatura do responsável pelas informações, para protocolo no órgão regional do MTE dando ciência sobre os registros.

Quadro 1. Modelo de mapa com registro de dados sobre acidente com vítima das empresas a ser apresentado ao MTE anualmente (Quadro III. Acidentes com vítima, NR-4).

Setor	Nº.Absoluto	Nº. Absoluto c/ afastamento < 15 dias	Nº. Absoluto c/ afastamento > 15 dias	Nº. Absoluto s/ afastamento	Índice relativo/ Total de Empregados	Dias/homens perdidos	Taxa de frequência	Óbitos	Índice de avaliação de gravidade
Total do estabelecimento									

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978a.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Quadro 2. Modelo de mapa com registro de dados sobre doenças ocupacionais das empresas a ser apresentado ao MTE anualmente (Quadro IV. Doenças ocupacionais, NR-4).

Tipo de doença	Nº.Absoluto de casos	Setores de atividade dos portadores	Nº Relativo de casos (% Total empregados)	Nº. de óbitos	Nº.Trabalhadores transferidos p/ outro setor	Nº. de trabalhadores definitivamente incapacitados

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978a.

Quadro 3. Modelo de mapa com registro de dados sobre insalubridade das empresas a ser apresentado ao MTE anualmente (Quadro V. Insalubridade, NR-4).

Setor	Agentes identificados	Intensidade ou concentração	Nº. Trabalhadores expostos

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978a.

Quadro 4. Modelo de mapa com registro de dados sobre acidente sem vítima das empresas a ser apresentado ao MTE anualmente (VI. Acidentes sem vítima. NR-4).

Setor	Número de acidentes	Perda Material avaliada (R$ 1.000,00)	Acidente s/vítima Acidente c/vítima	Observações

Fonte: MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978a.

Analisando-se as informações exigidas para o preenchimento dos quadros acima, observa-se que o órgão responsável pela fiscalização e acompanhamento das atividades laborais nas empresas exige que estas façam também um acompanhamento dos problemas identificados em relação aos seus trabalhadores. São importantes indicadores de desempenho que as empresas devem passar ao órgão responsável pela fiscalização da área de segurança e saúde do trabalho, permitindo avaliar a evolução da situação da empresa. Dessa forma, entende-se que indicadores de desempenho já são exigidos, e precisam ser atendidos.

A partir dos dados necessários para o preenchimento dos quadros apresentados, observa-se que são solicitados índices existentes na norma ABNT NBR 14280: 2001 Cadastro de acidente do trabalho – procedimento e classificação. Os índices são os exigidos no Quadro 3 que apresenta dados de acidentes com vítimas (taxa de frequência, gravidade, entre outros) (ABNT, 2001)

INDICADORES DE DESEMPENHODA RESPONSABILIDADE DO SESMT

A Norma Regulamentadora NR-4 determina que sejam apresentados pelo empregador registros para acidentes de trabalho com vítimas (Quadro III), para doenças

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ocupacionais (Quadro IV), para insalubridade (Quadro V) e para acidentes sem vítimas (Quadro VI). Esses registros são considerados mapas anuais, para posteriormente fazerem parte dos registros do Ministério do Trabalho e Emprego, além de permitir identificar as principais ocorrências em cada estabelecimento produtivo.

Além do atendimento à norma, referente aos dados que preenchem os Quadros III, IV, V, VI servem para a análise crítica da ocorrência de acidentes e situações de insalubridade pelos técnicos que compõem o SESMT e também para os responsáveis pela empresa.

Para atender ao exigido pela NR-4 e para contribuir para a gestão propõe-se que sejam destacados os seguintes indicadores de desempenho apresentados no Quadro 5. Os indicadores estabelecidos no Quadro 5 foram criados para utilizar os registros já exigidos para atender a NR-4, considerando-se também os resultados das ações da empresa e da previdência social quanto à expectativa de recuperação dos trabalhadores que sofrerem acidente ou passarem por situação de enfermidade provocada pelo trabalho.

REGISTRO DE DADOS PARA A CIPA

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) tem como objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar compatível permanentemente o trabalho com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador, conforme consta na NR-5 Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978b).

O cumprimento das determinações relativas à NR-5 consideram diretrizes para a sua constituição, determinando que seja constituída para qualquer tipo de empresa que tenha trabalhadores desempenhando funções ocupacionais. Nestas diretrizes define-se a organização e as atribuições da comissão e dos seus membros, o funcionamento durante a gestão da comissão constituída, os treinamentos destinados aos participantes, o processo eleitoral para a constituição da comissão, e as possibilidades em relação a empresas contratantes e contratadas. A NR-5 apresenta ainda quadros com informações para permitir o dimensionamento considerando a natureza da atividade econômica, baseada na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e no número de trabalhadores das empresas.

Quadro 5. Indicadores de desempenho recomendados para a responsabilidade do SESMT.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ITEM	ÁREA RELACIONADA	REQUISITO	FREQUÊNCIA	INDICADOR
Acidente de trabalho	SESMT	Total de acidentes c/ e s/ lesão	Mensal	Nº.acidente c/ e s/ lesão /mês
Acidente de trabalho	SESMT	Acidentes c/ e s/ afastamento	Mensal	Nº. acidente c/ e s/ afastamento/mês
Acidente de trabalho	SESMT	Acidentes com afastamento > 15 dias	Semestral	Nº. acidente com afastamento > 15 dias/6 meses
Acidente de trabalho	SESMT	Acidente fatal	Anual	Nº. acidente com óbito/ano
Acidente de trabalho	SESMT	Casos de recuperação total/parcial	Mensal	Nº. casos/mês
Doença ocupacional	SESMT	Doença sem afastamento	Mensal	Nº. casos/mês
Doença ocupacional	SESMT	Doença com afastamento	Mensal	Nº. casos/mês
Doença ocupacional	SESMT	Casos de recuperação total/parcial	Mensal	Nº. casos/mês
Riscos que carretam insalubridade	SESMT	Número total de riscos	Semestral	Nº. riscos /semestre
Exposição a agentes de risco	SESMT	Exposição acima do limite	Diária	Nº. exposições acima do limite /dia

Na referida NR-5 são estabelecidos procedimentos para cada uma das diretrizes mencionadas, pretendendo-se que o processo de constituição, funcionamento e atribuições para atuação da comissão sejam transparentes, tenha a participação efetiva dos trabalhadores e empregadores e cumpram o mínimo de atividades previstas para que seja possível atuar preventivamente aos riscos do ambiente de trabalho.

O cumprimento das determinações relativas à NR-5 pode indicar também o andamento da empresa em relação à conscientização sobre os riscos ocupacionais que a empresa pode ter e à participação dos trabalhadores nas questões relativas à segurança do trabalho.

É importante que sejam cumpridas todas as determinações sobre o processo de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

constituição da CIPA, atendendo aos prazos, e às suas atribuições.

Os requisitos para atendimento à NR-5 que prestariam a indicadores seriam relativos ao registro das reuniões e participação dos membros da comissão. Seria também indicador o controle de treinamentos dos membros da comissão, atendendo-se aos conteúdos previstos.

INDICADORES DE DESEMPENHO PARA A CIPA

Para acompanhar a constituição e a condução dos trabalhos da CIPA pode-se estabelecer um procedimento de registro de informações não atendidas, ou não atendidas no prazo determinado, que servirá para apresentar as falhas aos novos integrantes da comissão eleita na gestão seguinte.

Os itens que podem ser verificados são o cumprimento de prazos na organização e processo eleitoral, execução das atribuições, reuniões periódicas e/ou extraordinárias, treinamento, ações realizadas no período.

O Quadro 6 apresenta os indicadores recomendados para a condução dos trabalhos relacionados à CIPA, tanto para atendimento da NR-5 como para desempenho de segurança do trabalho.

Através dos índices de desempenho é possível verificar se a CIPA foi atuante, se seguiu as atribuições cabíveis, e se está trazendo ganhos para o ambiente de trabalho. A partir destes registros é possível instruir melhor os membros da comissão fazendo com que reflitam sobre a importância da existência da comissão e como aproveitar a oportunidade de participação de forma proveitosa para os trabalhadores, e não apenas cumprir uma formalidade.

Quadro 6. Indicadores recomendados para a condução dos trabalhos relacionados à CIPA.

ITEM	ÁREA RELACIONADA	REQUISITO	FREQUÊNCIA	INDICADOR
Constituição	CIPA	Prazos na organização e processo eleitoral	Anual	Não conformidades/ano
Atribuições	CIPA	Execução das atribuições	Anual	Execução das atribuições/ano
Realização de reuniões	CIPA	Reuniões periódicas e extraordinárias	Anual	Nº. reuniões periódicas/ano
Treinamento	CIPA	Realização de treinamento	Anual	Nº. trabalhadores treinados /ano
Ações realizadas	CIPA	Ações realizadas	Anual	Nº. ações realizadas /ano

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REGISTRO DE DADOS PARA EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL

Segundo a NR-6 Equipamento de proteção Individual – EPI, considera- se EPI o dispositivo ou produto de uso individual pelo trabalhador que o proteja dos riscos a que estiver exposto no ambiente de trabalho (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978c).

Para que sejam atendidos os requisitos legais para esse tema, o empregador deverá disponibilizar os equipamentos nas atividades em que haja risco e em que sejam necessários. Há ainda a necessidade de acompanhar o uso, dando apoio ao trabalhador para saber utilizá-los, em que condições e a vida útil dos equipamentos.

São consideradas responsabilidades do empregador quanto ao EPI: adquirir o equipamento adequado ao risco de cada atividade; exigir o uso; fornecer ao trabalhador somente equipamentos aprovados pelo órgão nacional competente em matéria de segurança e saúde no trabalho; orientar o trabalhador sobre o uso adequado, a guarda e a conservação; substituir imediatamente, quando danificado ou extraviado; responsabilizar-se pela higienização e manutenção periódica; e comunicar ao MTE qualquer irregularidade observada (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 1978c).

Quanto às responsabilidades do trabalhador tem-se: usar para a finalidade a que se destina; responsabilizar-se pela guarda e conservação; comunicar qualquer alteração que o torne impróprio para uso; e cumprir as determinações do empregador sobre o uso adequado.

Os equipamentos adquiridos pelo empregador devem respeitar requisitos de qualidade, possuindo Certificado de Aprovação (CA) e sendo adequados para a atividade específica. De acordo com o que se estabelece na norma, empregador e empregados são responsáveis pela utilização adequada, com objetivo primeiro de que aquilo que está sendo disponibilizado seja útil e contribua para a segurança do trabalhador. São ainda definidos tipos de EPI para uso em proteção de diferentes partes do corpo e requisitos para o fabricante, e também para o órgão do MTE que deve realizar fiscalização e controle sobre o tema.

O cumprimento dos requisitos legais para EPI deve ser registrado quanto ao recebimento e uso pelos trabalhadores. Outros itens poderão ser criados já que o uso de EPI é constantemente considerado em análise de causas de acidentes, processos de análise de insalubridade no ambiente de trabalho, não devendo ficar, portanto, restrito apenas aos registros mencionados.

INDICADORES DE DESEMPENHOPARA EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL

Em relação aos equipamentos de proteção no item sobre registros, como indicadores de desempenho baseados na NR-6 e analisando-se as responsabilidades de empregadores e trabalhadores, nota-se que a resposta ao uso do EPI dependerá de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ambas as partes, sendo que cada um terá a suas obrigações para que haja segurança nas atividades ocupacionais. Sendo determinações legais, devem ser cumpridas e não pode haver falhas no cumprimento. Sendo assim, tomam-se todos os itens de responsabilidade de cada parte e se estabelecem critérios para observar o cumprimento. Através dos indicadores de uso adequado, conservação, trocas, armazenamento e higienização, é possível constatar se as determinações estão sendo respeitadas, contabilizando-se as não conformidades.

O Quadro 7 apresenta os indicadores relacionados aos EPI.

Quadro 7. Indicadores recomendados para uso de EPI.

ITEM	ÁREA RELACIONADA	REQUISITO	FREQUÊNCIA	INDICADOR
Uso de EPI	EPI	Falta de uso/uso inadequado	Mensal	Nº. Trabalhadores sem EPI /amostragem
Uso de EPI	EPI	Treinamento	Semestral	Nº. trabalhadores treinados/semestre
Aquisição de	EPI	Quantidade	Semestral	Quantidade/semestre
EPI		adquirida		
Acidentes com EPI	EPI	Eficácia	Anual	Proteção comprovada/ano
Disponibilidade adequada	EPI	Falta do equipamento	mensal	Falta/mês

O uso dos EPI é fundamental para que ocorra a proteção da integridade física do trabalhador. É também um fator que pode transmitir confiança ao trabalhador, desde que seja treinado adequadamente e faça o uso correto.

O fornecimento do EPI de qualidade e em condições de uso é apenas uma das etapas para garantir a proteção necessária aos riscos no ambiente de trabalho. A quantidade adquirida pode refletir uma disposição do empregador em fornecer os recursos materiais necessários aos trabalhadores que atuam em sua empresa. Mas sabe-se que é necessário dar informações ao trabalhador quanto aos riscos a que pode estar exposto, a forma de se proteger e ainda o uso correto do EPI. Para isso, propõe-se o acompanhamento através dos índices existentes no Quadro 7, como forma de avaliar se a questão que parece tão simples, está sendo efetivamente atendida. A intenção é que se valorize o uso de EPI, justificando a obrigatoriedade de uso, o custo dos produtos e a segurança no ambiente de trabalho.

CONCLUSÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Pelo exposto, permite-se concluir que existe grande número de dados informativos retirados da legislação aplicada à prevenção de acidentes que são úteis na identificação de indicadores de desempenho das empresas na área de segurança do trabalho.

Através das normas regulamentadoras estabelecidas pelo Ministério do Trabalho, na Portaria MTE 3.214, de 1978, é possível conhecer as principais demandas, e a partir destas criar os indicadores de desempenho para programas de gestão da área.

O conhecimento básico de engenharia de segurança do trabalho permite extrair das normas regulamentadoras alguns indicadores que podem ajudar o SESMT e o empregador a medir o desempenho da empresa.

O trabalho de monitoramento e controle dos indicadores de desempenho pode representar um auxílio ao SESMT na visualização junto ao empregador de melhorias que permitam reduzir acidentes e casos de doenças ocupacionais. Antes, porém, ressalta-se que os benefícios do monitoramento e controle dos indicadores de desempenho são favoráveis aos trabalhadores na medida em que aumentam sua proteção.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14280**. Cadastro de acidentes de
trabalho: procedimento e classificação. 2001.

FUNDACENTRO. **História.** Disponível em: <http://www.fundacentro.gov.br/institucional/historia>. Acesso em: 18 maio 2014.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. ***Safety and health at work***. 2014. Disponível
em:<http://www.ilo.org/gobal/topics/safety-and-health-at-work/lang--en/index.htm>. Acesso em: 22 maio 2014.

MINISTÉRIO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL. **Anuário Estatístico da Previdência Social de 2012.** Seção IV – Acidentes de Trabalho. Tabelas. Disponível em: <http://www.previdencia.gov.br/estatisticas/aeps-2012-anuario-estatistico-da-Previdencia-social-2012/aeps-2012-secao-iv-acidentes-do-trabalho/aeps-2012-secao-iv-acidentes-do-trabalho-tabelas/>. Acesso em: 22 maio 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (a). NR-4. Serviços especializados em engenharia de segurança e em medicina do Trabalho. Portaria GM nº. 3214, de 08 de junho de 1978. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 06 jul. 1978. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/legislacao/normas-regulamentadoras-4.htm>. Acesso em: 28 maio 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (b). NR-5. Comissão interna de prevenção de acidentes. Portaria GM nº. 3214, de 08 de junho de 1978. **Diário Oficial da União**, Brasília,
DF, 06 jul. 1978. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/legislacao/normas-regulamentadoras- 6.htm>. Acesso em: 28 maio 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (c). NR-6. Equipamentos de proteção individual. Portaria GM nº. 3214, de 08 de junho de 1978. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 06 jul.
1978. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/legislacao/normas-regulamentadoras-6.htm>. Acesso em: 28 maio 2014.

RAMOS, L.F.da M.; SAURIN, T.A. **Sistema de medição de desempenho em segurança e
saúde no trabalho: estudo de caso em uma empresa de construção pesada.** 2011. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Engenharia. Curso de Engenharia de Produção. Trabalho de conclusão de graduação. 2011.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

COLETIVO FULIGEM, REDES SOCIAIS E AS NOVAS FORMAS DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Eduardo Vicente Soares; eduvin@hotmail.com
Daniela de Figueiredo Ribeiro; ribares@netsite.com.br

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo descrever o que é e como funciona o *Coletivo Fuligem* de Ribeirão Preto/SP, analisando o processo de desenvolvimento que acontece, a partir das suas ações, e como acontece este processo na perspectiva de seus membros. Neste sentido, procura-se compreender os processos de comunicação e a ressignificação do sujeito, através do uso das redes sociais e da internet, como meio de organização, debate e conexão dos membros do *Fora do Eixo* (FdE), uma rede de coletivos culturais e de ativismo político-digital, que nos últimos anos, ganhou notoriedade em todo o Brasil, da qual participa o *Coletivo Fuligem.* Desta forma, observou-se que o *Coletivo Fuligem* é uma organização múltipla, de contexto político-cultural, pautada em sistemas próprios, regras, conduta e convívio social intenso em rede, o que faz do estudo dos coletivos um grande desafio através dessas novas formas de promoção do desenvolvimento humano e social.

Palavras-chaves: Desenvolvimento humano e social. Redes sociais. Condições sociais. Coletivos. Fora do Eixo. Coletivo Fuligem.

ABSTRACT

This study aims to describe what it is and how to work the *Coletivo Fuligem* from Ribeirão Preto/SP, analyzing the development process that happens from their actions and how this process happens towards its members. In this sense, we try to understand the communication processes and the redefinition of the subject through the use of social networks and the internet as a means of organization, discussion and connection of *Fora do Eixo* members (FdE), a network of cultural collective, political and digital activism, in recent years, have gained notoriety throughout Brazil, which participates in the *Coletivo Fuligem.* Thus it, was observed that the *Coletivo Fuligem* is a multiple organization, political and cultural context, based on own systems, rules, conduct and intense social contact network, which makes the study of collective challenging through these new forms of promoting human and social development.

Keywords: Human and social development. Social networks. Social conditions. Collective. Fora do Eixo. Coletivo Fuligem.

INTRODUÇÃO

Nota-se que o desenvolvimento depende de uma crescente organização social das comunidades regionais. E essa crescente organização equivale, diretamente, a um maior envolvimento político nas decisões e definições dos rumos do desenvolvimento regional. Com participação política dos atores sociais daquela região, há um desenvolvimento dessas comunidades regionais. (SEN, 2010). Quanto maior o envolvimento político do povo, maior o desenvolvimento desta sociedade. Esses padrões regionais de desenvolvimento, nas suas formas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cooperadas e associativas, são rotulados, por alguns, como "Capital Social", como afirma Coleman:

> Isso permite que sejam alcançados alguns objetivos que não seriam alcançados, por exemplo, "um grupo cujos membros demonstrem confiabilidade e que depositem ampla confiança uns nos outros é capaz de realizar muito mais do que outro grupo que careça de confiabilidade e confiança [...] (apud PUTMAN, 1996).

Nessa forma de organização democrática e participativa, os padrões de desenvolvimento, ao invés de serem elaborados exclusivamente por um homem só, ou um grupo que visa a interesses particulares, nasce entre os homens que se organizam, em um processo onde a troca é fundamentada na cultura dos diferentes grupos envolvidos. Por isso, é fundamental dentro de uma sociedade democrática, que o indivíduo esteja inserido neste processo, inclusive se respeitando e desenvolvendo os valores de cada região. São as necessidades sociais e econômicas transformadas em pressões políticas que impulsionam e dinamizam o desenvolvimento das regiões. Isto porque a resolução dos problemas sociais e econômicos, ou a superação das contradições estruturais, são conquistadas apenas à medida em que interessam a certos grupos.

Dentro do cenário cultural das grandes cidades atualmente, fazem parte os Coletivos Culturais, que se transformaram durante décadas, até atingirem o formato atual, baseado na economia solidária e na produção colaborativa.

Pode-se afirmar que estes formatos de coletivos culturais tiveram início com o surgimento do Circuito Fora do Eixo, em 2005. A rede, formada com o intuito de escoar as atividades culturais para fora do eixo Rio-São Paulo, hoje leva arte, cultura, música e reflexão para várias regiões do país. O movimento teve início em Cuiabá/MT, Rio Branco/AC, Uberlândia/MG e Londrina/PR, e hoje alcança diversas regiões do país, através de 72 coletivos, presentes em 106 cidades.

Para definir o que é um coletivo, precisamos recorrer ao sentido literal da palavra. Ou seja, segundo Escarião (2011, p. 45) "coletivo é aquilo que interessa a várias pessoas que buscam um objetivo comum. Em relação aos coletivos culturais, o que os une é a produção independente da cultura." Os coletivos são uma espécie de ONG, de grupos, de associações, que buscam o desenvolvimento das particularidades de cada indivíduo envolvido no processo, com o objetivo comum de produzir e gerar desenvolvimento no cenário artístico e cultural independente.

Os coletivos criaram força e identidade própria com a ajuda da proliferação dos meios de comunicação e das redes sociais gratuitas, independentes e sem censura. 'A música, especialmente, se beneficia muito porque se constrói e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

gera riquezas e empregos a partir apenas de pessoas, de criatividade, de conteúdo, a partir de conversas, encontros interação.' (OLIVIERI; NATALE, 2010, p. 35).

A produção colaborativa veio a ser a principal plataforma de Interação, dos coletivos, através da música independente e da produção audiovisual deste cenário. Após anos de acentuada retração, a produção independente brasileira tem apresentado sinais de crescimento, com o surgimento e a rápida consolidação de novas empresas no mercado (ESCARIÃO, 2011).

A arte, fortalecida no coletivo, pode ter seu potencial amplificado e amplamente difundido, já que mais informação, mais conhecimento, mais experiências circulam, através de seus agentes, gerando possibilidades para um fazer artístico não exclusivamente comercial e mercantilizado, difundido de forma independente. Nota-se, portanto, que os coletivos produzem uma metamorfose nos modos capitalísticos tradicionais de relações humanas, promovendo transformação social através de ações que têm impacto na realidade (ESCARIÃO, 2011).

Para tanto, o objetivo geral deste artigo é conhecer e descrever o funcionamento dos Coletivos e as suas ações voltadas para o desenvolvimento.

Aponta-se uma reflexão sobre conceitos de desenvolvimento social e humano, através de teorias de autores ligados à questão da liberdade, da ressignificação do sujeito e das pessoas como eixo central dessas mudanças, sendo colocadas em primeiro lugar.

Contextualiza-se o surgimento e o que são os *Coletivos Culturais,* abordando seu modo de funcionamento e a relação com o desenvolvimento. Descreve-se a rotina e o cotidiano do *Coletivo Fuligem* de Ribeirão Preto, buscando compreender como se dão as relações sociais e os modos de subjetivação decorrentes deste processo. Levanta-se a contribuição do trabalho do *Coletivo Fuligem* para o Desenvolvimento Regional e refletindo sobre a relação entre o virtual e o real nos Coletivos, discutindo como as redes sociais auxiliam neste processo, contextualizando o foco no desenvolvimento humano e social como agente transformador da sociedade.

Uma pesquisa qualitativa foi realizada através de entrevistas e observação, com membros do *Coletivo Fuligem* de Ribeirão Preto e estes resultados serão apresentados e discutidos neste artigo.

REFLEXÕES SOBBRE O DESENVOLVIMENTO HUMANO E SOCIAL

Sen (2010) preconiza a relevância da participação do indivíduo na sociedade, enquanto agente de transformação social, responsável pelo outro. Segundo o autor, não é necessário ser devoto, cristão ou espiritualista para entender que é

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

preciso "ter a responsabilidade de desenvolver e mudar o mundo em que vivemos" (SEN, 2010, p. 46).

O autor afirma que reconhecendo essa nossa condição humana, e sendo seres providos de liberdade, temos de repensar nossa postura e as escolhas que nos são apresentadas. "Como seres humanos competentes, não podemos nos furtar à tarefa de julgar o modo como as coisas são e o que precisa ser feito" (SEN, 2010, p. 48).

Responsabilidade implica liberdade, e vice-versa e ter liberdade para fazer a coisa certa impõe a responsabilidade individual. Por isso, a liberdade é necessária e suficiente para a responsabilidade. As ações vão acontecer por meio da reação do indivíduo frente às possibilidades de busca pela transformação dentro de um coletivo. "O comprometimento social não necessariamente precisa estar ligado ao Estado, deve envolver outras instituições organizadas: ONGs, organizações políticas e sociais, os meios de comunicação e a sociedade em geral" (SEN, 2010, p. 32).

Trata-se de agir de baixo para cima, do micro para o macro, através das pequenas comunidades, dos pequenos grupos, com atitudes e pensamento livres dessa velha subjetividade. A busca dessa liberdade está sendo despertada pela humanidade no século XXI, mesmo que, de forma intermitente e microscópica.

Guattari (2009, p. 74) preconiza um modo de transformação, que não se trata mais de uma luta de classes sociais, ou apenas uma busca de contentamento temporário, mas sim de uma mudança nas subjetividades.

> Passa a ser concebível que a nova referência ecosófica indique linhas de recomposição das práxis humanas nos mais variados domínios. Em todas as escalas individuais e coletivas o que se refere à vida cotidiana e quanto à reinvenção da democracia, debruçando cada vez mais sobre os dispositivos de produção de subjetividade no sentido de uma ressingularização individual e/ou coletiva ao invés do ir ao sentido de uma usinagem pela mídia sinônimo de desolação e desespero". (GUATTARI 2009, p. 77)

Há a necessidade de uma reorganização das práticas sociais e individuais que foram agrupadas, pelo autor segundo, as três rubricas complementares - a ecologia social, a ecologia mental e a ecologia ambiental. O objetivo é a busca de uma micropolítica focalizada no destino da humanidade, através da invenção de novos meios para a continuidade da vida.

Dessa forma, inferir o desenvolvimento sem nos tornarmos escravos da tecnologia e do consumo, como zumbis robóticos apenas das necessidades econômicas. Assim, Guattari (2009, p. 73) afirma que "A subjetividade é uma meta a ser alcançada, uma reconstrução das engrenagens sociais, que vai

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

adquirindo autonomia e articulando o resto da sociedade."

Com isso, a noção de interesse coletivo é ampliada, tornando-se um processo para a transformação em conjunto da sociedade. O equilíbrio natural vai depender cada vez mais dessas intervenções humanas. É o que Guattari chama de singularização da subjetividade.

Para Guattari (2009), a sociedade vive um momento progressivo de degradação humana, no que se refere ao desequilíbrio ecológico em todos os níveis. Existe uma padronização de comportamentos, em que estereótipos de padrões de famílias seguem numa vida familiar e conjugal ossificada. As relações de vizinhanças foram reduzidas a mais pobre expressão de convivência social.

A busca pela singularização da subjetividade é uma proposta muito próxima do que preconizam vários grupos ativistas, como é o caso dos coletivos, que sabem utilizar as redes sociais, facilitadas pelo livre acesso a mídia livre, para difundir novos modelos de promoção do desenvolvimento humano e social.

> É exatamente na articulação da subjetividade em estado nascente, do socius em estado mutante, do meio ambiente no ponto em que pode ser reinventado, que estará em jogo a saída das crises maiores de nossa época. Assim, toda uma catálise de retomada de confiança da humanidade em si mesma está para se forjada passo a passo e, às vezes, a partir dos meios mais minúsculos. (GUATTARI 2009, p.55-56)

São revoluções silenciosas e não violentas, utilizadas por toda a humanidade para romper barreiras, modelos em busca de outras alternativas para se viver em sociedade.

OS COLETIVOS: UMA REDE POLÍTICO-CULTURAL

O Circuito *Fora do Eixo* [11] é uma rede de coletivos culturais, que surgiu no final de 2005 e se destaca pelo seu contínuo crescimento, e que, em 2012, já totalizava, segundo seus organizadores, mais de 200 espaços culturais no Brasil, 2000 agentes culturais, 2800 parceiros e 20000 pessoas ligadas indiretamente, estando presente em 27 estados brasileiros e em 15 países da América Latina.

O *Fora do Eixo* teve início através de produtores e artistas de estados brasileiros fora do eixo Rio-São Paulo. Em Cuiabá, quatro produtores culturais que frequentavam festivais de música independente e participavam ativamente de coletivos, Pablo Capilé, Talles Lopes, Daniel Zen e Marcelo Domingues, criaram o Espaço Cubo, em 2002, um dos precursores do Fora do Eixo. O planejamento era todo coletivo e suas atividades sempre colaborativas. O foco

[11] Disponível em: <http://www.foradoeixo.org.br>. Acesso em: 11 nov. 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

teve início no intercâmbio solidário de atrações musicais e conhecimento sobre produção de eventos. O movimento cresceu e hoje abrange outras formas de expressão como o audiovisual, o teatro e as artes visuais, ainda que a música continue tendo uma maior participação na rede. Segundo Savazoni (2014) a organização da Rede *Fora do Eixo* é composta por duas estruturas que se sobrepõem. Uma territorial e outra temática, onde ambas têm no Ponto de Articulação Nacional (PAN), sediado na Casa Fora do Eixo São Paulo, seu epicentro operacional.

Dentro dessa organização em rede, articulados às casas regionais, estão os coletivos, cuja função é desempenhar a representação local do Fora do Eixo nas cidades onde a organização se faz presente. Muitos desses coletivos estão, aos poucos, reformulando sua atuação e assumindo-se como Casas Fora do Eixo locais. É o caso, por exemplo, das casas de São Carlos, Juiz de Fora e Ribeirão Preto. "Nesse nível também estão articulados os Pontos Parceiros do circuito, os quais não estão submetidos aos procedimentos de responsabilidade dos demais integrantes da rede, mas desenvolvem atividades em cooperação" (SAVAZONI, 2014, p. 31).

O *Coletivo Fuligem* [12] de Comunicação e Arte é uma organização horizontal pautada na autogestão e economia solidária. O *Fuligem* é um dos mais de 100 coletivos do *Circuito Fora do Eixo*, uma rede de trabalho colaborativo voltado para a Cultura e Sociedade. Dentre os projetos locais destacam-se o Festival Fagulha de Artes, Grito Rock, SEDA, Noites Fora do Eixo, Agência Colaborativa, TV Fuligem e os programas ao vivo, Fuligem NO AR e Marmita AO VIVO.

A Casa do *Coletivo Fuligem* é um espaço de livre troca de experiências e conhecimento. Por lá, moram e passam os colaboradores dos diversos projetos, assim como a Casa é um ponto de Hospedagem Solidária, para artistas e agentes culturais que estão de passagem por Ribeirão Preto.

Diante do que foi exposto no referencial teórico, em que se enfatiza a possibilidade de transformação social e desenvolvimento por vias, que não necessariamente passem pela iniciativa Estatal, e diante do surgimento dessas novas organizações chamadas *"Coletivos"*, que se articulam prioritariamente por meio das redes sociais, a atual pesquisa se configura, buscando apresentar e compreender o modo de funcionamento dos coletivos e refletir sobre a promoção de desenvolvimento que engendram.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi proposto a todos os 12 membros fixos do Coletivo Fuligem a participarem da pesquisa. Como tudo acontece em consenso dentro do coletivo, eles decidiram que 4 membros dariam depoimentos. Destes 4, a pesquisa foi aplicada a 3

[12] Disponível em: www.coletivofuligem.com.br. Acessado em 9 de outubro de 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

integrantes do grupo, uma vez que 1 deles decidiu no momento da entrevista não participar, por julgar que os outros 3 já dariam voz ao coletivo.

Sendo assim, dos 3 participantes da pesquisa, 2 moram na casa coletiva e participam do caixa coletivo, e 1 é membro do núcleo durável, que não mora na casa coletiva e não faz parte do caixa coletivo.

Seguiu-se o modelo de entrevista semiestruturada, permitindo maior liberdade do pesquisador em fazer intervenções no universo do Coletivo Fuligem e mapear a realidade do local em questões importantes para o resultado da pesquisa. De acordo com o Lakatos e Marconi (2008, p.194) entrevista caracteriza-se como uma "técnica que compreende o encontro de duas pessoas, em que uma delas obtém informações a respeito de determinado assunto estudado". Foi escolhida a entrevista, uma vez que permite ao participante expressar o que pensa e ao pesquisador, se aprofundar no mapeamento do cenário da pesquisa.

Os dados foram primeiramente analisados a partir da análise de conteúdo tradicional, segundo os moldes propostos por Bardin (1997) e Minayo (1996). Houve ainda uma ampliação da análise dos dados obtidos a partir do conceito de ecosofia, criado por Guattari (2009), buscando uma relação entre os três níveis das mudanças proposta pelo autor: Ecológico (o que se manifesta no mundo concreto, nas mudanças de ambiente, econômicas e de vivência); Mudanças Sociais (relacionadas aos efeitos provocados pelas novas propostas de organização social); Subjetivas (no modo de pensar a si mesmo). É preciso lembrar que, segundo Guattari (2009), um verdadeiro processo de transformação, mudança e ressingularização humana, dar- se-ia, necessariamente, nestes três níveis.

A partir de várias leituras do material coletado nas entrevistas transcritas, os dados foram agrupados em eixos temáticos e, dentro destes, em categorias, como pode ser verificado a seguir:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

EIXOS TEMÁTICOS	CATEGORIAS
5.1. HISTÓRIA	5.1.1 Surgimento Fora do Eixo
	5.1.2 Surgimento Fuligem
	5.1.3 Encontro com o Fuligem
	5.1.4 Casa Coletiva Fuligem
5.2. AÇÕES DE TRANSFORMAÇÃO	5.2.1 Ressignificação
	5.2.2 Relações
	5.2.3 Ações
	5.2.4 Individualidade Coletiva
	5.2.5 Liberdade
	5.2.6 Mudança Individual
	5.2.7 Mudança Regional e no Mundo
5.3. RESULTADOS OBTIDOS	5.3.1 Desmonetização
	5.3.3 Arte Transformadora
	5.3.4 Micro para o Macro
	5.3.5 Redes Sociais
	5.3.6 Mídia Ninja
5.4. PERSPECTIVAS FUTURAS	5.4.1 Você, família e filhos
	5.4.2 Eco Vila
	5.4.3 Não queremos um modelo
	5.4.4 Mudanças pretendidas

Tabela 1: elaborada pelo autor.

Como mencionado anteriormente, a pesquisa foi aplicada a três integrantes do grupo, dois que moram na casa coletiva e participam do caixa coletivo, e um membro do núcleo durável, que não mora na casa coletiva e não faz parte do caixa coletivo.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE

Entende-se que conhecer e descrever o funcionamento dos Coletivos e as suas ações voltadas para o desenvolvimento a partir das ações criadas pelo *Coletivo Fuligem* é o objetivo principal deste trabalho. Segundo Guattari (2009) estes processos de libertação e ressignificação do sujeito vão acontecer diante de três níveis: meio ambiente, nos padrões de sociabilidade e na subjetividade

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

humana.

Este exemplo apontado por Guattari, chamado de Ecosofia, é uma simples e eficaz maneira de renovação das antigas formas de concepção do ser humano, da sociedade e do meio ambiente. Ele afirma que este processo deve ser contínuo de 'ressingularização'. Nota-se nos participantes do *Coletivo Fuligem* que eles utilizam o tempo todo o termo 'ressignificação'. Essa busca individual, dentro do coletivo de se ressignificar o tempo todo é preconizada por Guattari para que essa transformação aconteça nos três níveis "toda catálise de retomada de confiança da humanidade em si mesma para ser forjada passo a passo e, às vezes, a partir dos meios os mais minúsculos" (GUATTARI, 2009. p.56).

No meio ambiente constata-se a busca pela arte enquanto elemento de saída ao desenvolvimento, a mudança quando um participante diz que ensinou uma menina a filmar e colocar seu filme no *youtube* e ali ele vê a semente que ele planta dar frutos, repensando que se essa criança passar adiante a outras ela vai promover essa transformação. Também tem a questão de ressignificar o olhar para a fotografia, quando a participante afirma sobre a preocupação em mostrar um outro olhar, que não o *selfie* na produção de uma fotografia entre jovens, de que arte pode sim estar muito mais próxima da vida dos jovens.

A experimentação é o caminho de transformação nessa teoria. Ainda segundo Guattari, o coração da práxis ecosófica são as rupturas "a-significantes", que são catalizadores ao alcance das mãos. E porque "a-significante"? Para que realmente seja inventiva, e não repetição do mesmo. Dentro dessa questão, pode-se exemplificar com o depoimento de Pedro: *"A nossa experiência aqui no Fuligem, é muito mais pelo viés de desconstruir um modelo existente e inspirar novos modelos a partir de cada realidade. E quando eu digo inspirar novos modelos é que não cabe a nós enquanto Coletivo Fuligem e nem a ninguém definir um modelo que é melhor para fulano ou ciclano, cabe a cada um."*

Ainda sobre a questão da arte presente no processo de recriação deste novo sujeito, em seu ambiente, salienta-se que os participantes acreditam que a arte tem este poder transformador*: "Quando a gente deixa a pessoa ser protagonista, se sentir parte né, pertencente de alguma ação. Quando a gente realiza uma pequena ação que seja e consegue colocar pessoas participando daquilo, que são os eventos que a gente faz e tenta minimamente construir de uma forma colaborativa, isso tem um poder transformador que ele é macro."*

Dessa forma, para Guattari, a subjetividade deve ser aprendida, pensada e repensada, para reformar a concepção do ser humano, sobre si mesmo, perante a coletividade e sobre este planeta. Nota-se, ainda, no *Coletivo Fuligem* uma preocupação com a produção de lixo, água e uma relação com o consumo de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

carne entre os participantes, afirmando terem se tornado veganos. Na própria sede do *Coletivo Fuligem,* pode-se observar a existência de uma horta orgânica, que os moradores utilizam para cultivo de produtos mais naturais e sem o uso de agrotóxicos.

Nota-se ainda a intenção e a busca dentro de perspectivas futuras do coletivo para a criação de uma Ecovila, uma espécie de comunidade maior, uma ampliação da Casa Coletiva, onde cada membro teria sua própria casa dentro de um espaço maior, onde possam coexistir dentro de um processo coletivo de uso de recursos naturais comuns, sem perder a individualidade, e o mais importante, sem estar fora da sociedade tradicional.

Isso corrobora com o pensamento de Guattari (2009) quando afirma que "Não haverá verdadeira resposta à crise ecológica a não ser em escala planetária e com condição de que se opere uma autêntica revolução política, social e cultural reorientando os objetivos da produção de bens materiais e imateriais." (GUATTARI, 2009. p.09).

No segundo nível proposto por Guattari, estão os padrões de sociabilidade, a reconstrução dessas relações humanas. Constata-se essa questão presente quando os membros do *Coletivo Fuligem* citam a desmonetização do dinheiro com a criação do *card.* Eles afirmam ser uma maneira de tornar processos possíveis de troca com outros coletivos, e uma forma de sistematizar a 'camaradagem', a tal confiança no outro. Para os coletivos, entende-se que este processo de troca é fundamental para sua existência, ressignificando essas relações sociais.

Outro ponto importante relacionado as relações sociais, é a criação da Casa Coletiva. Nota-se através dos depoimentos dos participantes da pesquisa, que o objetivo de estar juntos 24 horas por dia tem algumas funções: dialogar mais a respeito dos processos dentro do coletivo, facilitar estes debates, dividir custos aumentado as possiblidades tecnológicas do coletivo, deste modo, otimizando todo o processo.

Em relação à Casa Coletiva e também ao Caixa Coletivo, constata-se um certo estranhamento e desconforto entre os participantes da pesquisa. Maria afirma que é preciso um *"desprendimento maior",* para largar tudo e vir morar coletivamente. Tanto que não são todos os membros do *Coletivo Fuligem* que aceitam morar juntos. Entende-se que o ponto de maior conflito seja o Caixa Coletivo. Pedro é um bom exemplo de quem experimentou e não se adaptou ao caixa e nem a viver coletivamente na casa. Ele tem um apartamento próprio e tem sua contribuição para o caixa apenas com trabalho para o coletivo. Este é um conflito individual ainda presente na natureza humana, talvez o individualismo ainda sobressaindo ao coletivo.

O terceiro nível de mudança ecosófica preconizado, por Guattari (2009), é o da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

subjetividade. "A vida doméstica vem sendo gangrenada pelo consumo da mídia, a vida conjugal e familiar se encontra frequentemente 'ossificada' por uma espécie de padronização dos comportamentos, as relações de vizinhança estão geralmente reduzidas a sua mais pobre expressão." (GUATTARI, 2009. p.07-08).

Segundo Guattari, o homem não encontra mais barreiras a ser superadas, a não ser estar na frente dos outros, uma competitividade plena, em que os fins justificam os meios. Entendendo o subjetivismo, colocado pelo autor, como o homem enquanto ser psíquico envolvido e envolvente e não como um objeto no ou do meio.

Entende-se que essa busca pela subjetividade no *Coletivo Fuligem* ocorre em vários níveis, principalmente por essa ressingularização nas relações com o trabalho, consumo, seus pares e nos conceitos de família repensados por eles.

Enfim, essa nova ecosofia preconizada por Guattari (2009) se encaixa na subjetividade tanto individual, quanto coletiva, transbordando para todos os lados. Nota-se o esforço dos membros do coletivo em questão em se empenhar na busca por essa ressignificação individual para externar isso no convívio coletivo. Guattari (2009) afirma que se tratam de novas práticas sociais, novas práticas estéticas, novas práticas de si na relação com o outro, com o estrangeiro e com o estranho.

Entende-se, assim que, para Guattari, os indivíduos devem se tornar, a um só tempo, solidários e cada vez mais diferentes, já que a reconquista de um grau de autonomia criativa num campo particular invoca outras reconquistas em outros campos.

CONSIDERAÇÕES

Observa-se que o surgimento dos Coletivos ainda é recente, e estudar um fenômeno artístico, político e social diante dos processos de transformação que se seguem é de suma importância para o desenvolvimento. Pode-se dizer que o *Coletivo Fuligem*, dentro da *Rede Fora do Eixo (FdE)*, desenvolve tecnologias constantemente associadas à comunicação e a processos sociais. Neste prisma, as redes são produtoras de inovação e mantém seus esforços na construção de recursos abertos e de livre acesso, para que se aperfeiçoe ainda mais a democracia dentro do universo digital.

Nota-se, ainda, que os coletivos não se propõem a viver fora da sociedade tradicional, e muito menos em fundamentar discussões críticas de combater este sistema. Pelo contrário, eles enfrentam as dificuldades de coexistir dentro deste universo. Seus simulacros, como são chamados os eixos em que os coletivos se encontram, são uma espécie de simulações de como eles acreditam que deveria ser a realidade. Entende-se que os membros dessa *rede coletiva* não

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estão aguardando um momento para viver fora dessa sociedade existente, mas sim buscam constantemente alternativas para conviver dentro (e também fora) deste sistema, criando novas possibilidades de existência.

Neste ponto, entende-se que os membros do *Fuligem,* ao ingressarem no Coletivo, buscam, através dessas mudanças, mais liberdade do que tinham antes. Para eles, viver coletivamente é uma maneira de ressignificar sua maneira de pensar e agir, e melhorar a maneira de conviver com o outro.

Observou-se que, para os membros do *Coletivo Fuligem,* as relações tradicionais de trabalho não eram mais satisfatórias. Estar entre quatro paredes brancas, ou trabalhar apenas em horário comercial, já não satisfaziam seus anseios. Essa busca por uma maior liberdade nas escolhas do que fazer e quando fazer, foram fatores que motivaram a aproximação desses jovens ao Coletivo.

Notou-se, ainda, uma grande preocupação com o meio ambiente e com o consumo. Os membros do *Coletivo Fuligem* repensam o próprio valor do dinheiro em detrimento as trocas, tanto que desmonetizam a moeda, não com o objetivo de lucro, mas de tornar algo possível de ser realizado**.**

Essa coexistência com o meio em que vivem e a preocupação de uma mudança do micro para o macro, faz com que a transformação e o debate em torno das questões sociais sejam colocados em pauta, utilizando-se da Inteligência Coletiva, preconizada por LÉVY (1999), seja no ambiente offline quanto no online.

Nesta relação de igualdade e colaboratividade, em que não existe hierarquia, sem a figura de um líder supremo, principalmente uma divisão entre demanda e execução, faz com que movimentos como esse ocorram de maneira natural e orgânica. As mudanças e as rupturas acontecem de modo leve e são enxergadas pelo coletivo como imprescindíveis ao seu crescimento e desenvolvimento.

Por meio do uso dessas tecnologias digitais, é possível que atores, que pertençam ao mesmo coletivo, trabalhem de forma colaborativa, compartilhem de espaços, ideais, debates e decisões, sem estarem no mesmo espaço físico.

Deste modo, as redes sociais acabam por ser essa infraestrutura, que mais se adequa a este modelo coletivo, permitindo à todos acompanhar e participar, de alguma forma, das interações realizadas por seus membros em um universo cada vez maior, e a internet é uma dessas ferramentas que auxilia nesse desenvolvimento e ressignificação.

Neste celeiro de possibilidades, estão as redes sociais e as novas formas de comunicação. Nota-se que é impossível pensar num coletivo sem o uso da tecnologia. É ela que estimula o debate e aproxima os diversos níveis de diálogo entre toda a rede. Observa-se o fortalecimento de vários movimentos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sociais contemporâneos que surgiram a partir do advento da internet. As antigas disputas políticas hoje são transportadas para esse novo ambiente virtual de batalha.

Como Castells (2012, p. 43) afirma, "o poder na sociedade em rede é essencialmente comunicacional." A comunicação está no fato de, dentro da rede de coletivos, nortear ações, dialogar com suas diversas frentes, liderar movimentos e conectar seus diversos membros. Importante salientar que essa relação online apenas se fortalece, segundo seus membros, de forma orgânica, a partir de encontros presenciais, onde é possível estabelecer uma relação mais direta, de confiabilidade com seus pares. A partir disso, a rede se torna um meio para que essa relação continue ativa e ainda mais intensa, fortalecendo o diáologo e avançando rapidamente na tomada de decisões coletivas. Esses canais mdiáticos digitais não são apenas utilizados pela rede, mas apropriados por ela, em que a internet é o elemento constitutivo e condicionante da existência dessa rede de coletivos político-culturais.

O trabalho e o universo dos coletivos, em especial o *Coletivo Fuligem*, ponto central dessa pesquisa, se configura como uma força atual de transformação e desenvolvimento contemporâneo, que atua fora dos paradigmas convencionais. Ele parte do micro e se expande por meio de criações e resignificações infinitas, mudando modos de vida e reinventando a existência.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. A Pesquisa no cotidiano escolar. In: FAZENDA, Ivani (Org.). Metodologia da pesquisa educacional. 5. ed. São Paulo: Cortez, 1999. p. 35-46.

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso. Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional. Brasília: Líber Livro, 2005. p. 7-70. (Série Pesquisa, v. 13)

ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso. Etnografia da prática escolar. Campinas: Papirus, 1995. BAUMAN, Z. Vida líquida. Rio de Janeiro. Zahar, 2009

BECKER, Dinizar F. WITTMANN, Milton Luiz. Desenvolvimento Regional: abordagens interdisciplinares. 2ª. edição. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2008

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo; Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro; Editora Zahar, 2013.

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. São Paulo: Cortez, 2001. COSTA, Caio Túlio. Ética, jornalismo e nova mídia. Uma moral provisória. Rio de Janeiro. Jorge Zahar. Ed, 2009.

ESCARIÃO, Renata. Coletivos Culturais na PB: a arte em conjunto. <http://intermitencias.com.br/2010/10/26/coletivos-culturais-na-pb-a-arte-em-conjunto> Acessado em 8/6/2011.

EXAME. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/brasil-lidera-em-crescimento- no-facebook-em-2012>. Acesso em: 23 de abril de 2013.

FURTADO, Celso. *Introdução ao desenvolvimento*: enfoque histórico-estrutural. 3.ed. Rio de Janeiro:
Paz e terra, 2000.

GUATTARI, Felix. As três ecologias. 20ª ed. Campinas: Papirus, 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

JENKINS, Henry. A Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação. 1ª ed. São Paulo: Aleph, 2008.
LÉVY, Pierre. A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo; Edições Loyola, 2006.
LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro; Editora 34, 1993.
LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo; Editora 34, 1999. LÉVY, Pierre. O que é o virtual? São Paulo; Editora 34, 1996.
NEGRI, Antonio; COCCO, Giuseppe. Global – Biopoder e Luta em uma América Latina globalizada. São Paulo: Editora Record, 2005.
SAVAZONI, Rodrigo. Os novos bárbaros: a aventura política do Fora do Eixo. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.
SEN, Amartya. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LUXO CONTEMPORÂNEO

Letícia Mitidieri Pereira; leticiamitidieri@hotmail.com

RESUMO

Este artigo aborda o surgimento do luxo, abordando aspectos de toda sua história, abrangendo seu inicio, no período Paleolítico, passando pela Idade Média, até sua transição para o mundo contemporâneo. Repensando o consumo de um mercado que recusa tudo o que é mais econômico, que mesmo tendo uma grande qualidade e exclusividade, acaba por gerar o consumo inconsciente. O contemporâneo vê surgir um novo mercado, um novo pensar sobre o consumo, uma reformulação do obsoleto. Assim, o novo luxo, mesmo que ainda tenha que se estabelecer, já desenvolve uma grande iniciativa para mudança, que mesmo tardiamente, infere o desenvolvimento do antigo mercado. O novo luxo abarca o pensamento de que, mesmo com a tradicional concepção de luxo, esse mercado não necessita ser inalcançável e caro, mas sim, ter valor agregado, sustentabilidade, consciência e cultura. O tema em questão converte o pensamento-imagem de uma classe unânime para uma imagem particular.

Palavras-chave: Luxo. Consumo. Novo luxo. Contemporâneo. Sustentabilidade.

Abstract

The article reflects on the appearance of luxury, addressing aspects of its history, including its beginning in the Paleolithic period through the Middle Ages and until his transition to the contemporary world. Rethinking the consumption of a market that refuses everything is more economical, even with a great quality and uniqueness, ultimately generates the unconscious consumption. The contemporary sees emerging a new market, a new thinking on consumption, a reformulation of obsolete. Thus, the new luxury, even if it has yet to be established, is already developing a major initiative to change, even late, infers the development of the old market. The new luxury embraces the thought that, even with the traditional concept of luxury, this market does not need to be unattainable and expensive, but have added value, sustainability, consciousness and culture. The issue at hand converts the thought - image of a unanimous class for a particular image.

Keywords: Luxury. Consumption. New luxury. Contemporary. Sustainability.

1 INTRODUÇÃO

O tema deste artigo tem como arranjo central a importância de repensar sobre as perspectivas de um mercado que, muitas vezes, se mostra inalcançável

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e com excessos. Um mercado que contempla o *status*, a exclusividade e o consumo inconsciente. Assim, este recua dando espaço ao que se define como o novo luxo.

Na contemporaneidade, esse novo mercado surge com outros valores, outra ideologia, e outras características bem distintas do que era o mercado do luxo antes de uma nova concepção. Mesmo não estando completamente em pauta na sociedade, o novo luxo tem sua ideologia, exemplificações, e é um mercado em ascensão.

Os objetivos deste artigo estão ligados fundamentalmente à explicação e exposição minuciosa do que é o novo luxo, contextualizando seus pontos positivos, e transmitir informações aos indivíduos. Assim, vai-se fortalecendo uma ideologia oposta ao luxo tradicional, pois o novo mercado traz informação e contribui diretamente para o mundo através de diferentes aspectos, de caráter cultural, econômico, sócio-econômico e ambiental.

Ele se desenvolve na explicação do que é o luxo tradicional, seu surgimento, quais os seus tipos, indo até o pensamento que caracteriza o novo luxo.

Dessa forma, almeja-se contribuir de forma assídua para com os profissionais da área.

O LUXO

2.1 O QUE É

Encontra-se no Dicionário da Língua Portuguesa (BUENO, 1975, p. 794) a definição de luxo como: "Ostentação ou magnificência; ornamento; superfluidade; viço; vigor; esplendor". Então, o termo luxo está relacionado a coisas exuberantes e desnecessárias, e que se caracteriza como despesas que são irracionais que possuem um alto valor.

O luxo nem sempre apresentou a mesma ideia e lógica que possui nos dias atuais. Para Lipovetsky nos tempos antigos, a única maneira que se tinha para estabelecer uma ligação com o divino, era por meio de objetos e cultos, estes que tinham significação de prestígio (LIPOVETSKY, 2005), dessa forma o luxo estava mais relacionado à religião e crenças. Antes, o luxo era como os fenômenos religiosos e sociais, e os objetos possuíam sua individualidade, um nome e um poder com origem espiritual (LIPOVETSKY, 2005).

Todas as sociedades praticaram alguma forma de luxo, cada uma possuindo uma concepção própria deste, mesmo em sua mais primitiva história, vários povos praticou a acumulação de bens. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

Sempre houve em vários tipos de sociedades e indivíduos que tinham acesso mais facilmente à forma de luxo que aquela sociedade adotava, por exemplo, aristocratas, patrícios, nobres, etc., indivíduos esses que possuíam objetos e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ornamentos que carregavam uma representação própria de luxo.

Esses objetos, para se denominarem luxuosos, têm que ser produzidos com uma matéria prima de alto padrão, feito por meio artesanal, e em uma quantidade reduzida (ROUX, 2005), a característica de o objeto possuir uma produção artesanal faz com que tenha por si só um valor agregado e uma exclusividade própria.

Os artigos de luxo têm sua identidade e também sua subjetividade. Para uns, ele apenas representa um meio de evidenciar exclusividade, admiração, ou apenas demonstrar que pertence a determinado grupo. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

O SURGIMENTO DO LUXO

O luxo sempre esteve presente na história da humanidade, desde tempos remotos, como no Paleolítico. Para Lipovetsky (2005), o luxo surgiu no Paleolítico, apesar de não possuir nenhum tipo de esplendor material, além de vestes rústicas e a não reserva de alimentos, a forma de representação luxuosa nesse período vinha por meio das vestimentas e ornamentos.

Os guerreiros constituíam um elemento importante dessas sociedades primitivas que viviam da pesca e da caça, eles se adornavam com as peles e os dentes dos animais que matavam, e para a época, esse era um sinônimo de luxo "[...] podemos dizer que o luxo é inapreensível, de difícil e complexa obtenção e historicamente também sempre esteve de alguma forma relacionada à forma de decorar e revestir o corpo humano." (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 40).

Além disso, também tinham um grande consumo em suas cerimônias, sem mesmo guardar nada para o dia seguinte. Mesmo não sabendo o que era luxo e seu significado, eles o consumiam inconscientemente. O luxo do período Paleolítico também estava relacionado a um caráter espiritual e religioso. Na sociedade primitiva, não era a posse de materiais de valor o importante, mas sim o elemento social e espiritual que se dava a aquisição de prestígio (LIPOVETSKY, 2005).

A religião e o luxo estiveram sempre co-relacionados no andar da história da humanidade, no período do Antigo Egito, por exemplo, joias e diversos outros objetos de luxo sempre fizeram parte das tumbas e sarcófagos de importantes reis e faraós.

As representações do luxo ligadas a uma intenção religiosa permearam diversos momentos históricos, chegando até a Idade Média, o clero e a realeza no período medieval possuíam um poder extremamente excessivo e uma das principais formas de representação de poder se dava através da vestimenta, eles

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

faziam uso da simbologia como autoridade pelo elemento luxuoso através da ostentação de trajes adornados.

Chegando ao fim da Idade Média, o luxo era toda a aparência do indivíduo, era completa questão de individualidade (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006). A partir do século XV novas interpretações do luxo surgem na sociedade, com o Renascimento, diversos setores das artes se transformam completamente, uma contraposição à arte da Idade Média, as vestimentas e o luxo também tomam novas perspectivas. Como afirma Castilho, "[...] podemos assinalar o fim da Idade Média e o inicio do Renascimento como o período de maior importância para a forma de vestir luxuosa." (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 42)

No Renascimento o luxo perdeu seu *status* espiritual, que anteriormente era retratado de forma religiosa, a partir do ano de 1500 o luxo excluiu o elemento religioso, os compradores começaram a impor aos artistas que fizessem seus retratos em obras-de-arte (quadros) para que assim elas ganhassem aspectos individuais (LIPOVETSKY, 2005).

A partir da Renascença, o luxo foi tomando uma forma cultural. Os indivíduos com um recurso financeiro maior começaram a querer se cercar de obras de arte, e com isso, a arte se tornou uma forma de prestígio.

A partir do Renascimento surgiu, na sociedade, diversas mudanças de caráter social e econômico. No âmbito social, surgiu uma nova camada que rapidamente adquiriria uma enorme importância: a burguesia. Segundo Avelar (2011, p. 42), "o luxo é adquirido pelo mundo burguês". Mais a frente no âmbito econômico, surgiu o capitalismo, elemento fundamental que revolucionou a forma de produção e consequentemente a imagem e o lugar do luxo. "O gosto excessivo por luxo surge nos primórdios do capitalismo, nas cortes modernas da Baixa Idade Média europeia e posteriormente na burguesia em ascensão." (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 35)

Com o decorrer dos tempos, o luxo continuou no âmbito do capitalismo e foi se constituindo em um formato de inclusão e exclusão do indivíduo. Ele teve um forte impacto no âmbito tanto social quanto econômico, e foi se transformando em tática e, ao mesmo tempo,em modo de vida. Afirma Neves (2006):

> Se é bem evidente que o luxo constitui diferencialmente ao longo do tempo, é do mesmo modo claro que não é só interpretado socialmente como constitui culturalmente suas formas de inclusão, exclusão, afastamento e compromisso. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 94).

MODA E LUXO

Nem sempre o luxo foi sinônimo de moda e nem moda sinônimo de luxo. Considerando que a moda propriamente dita surge em meados do século XVI e que o luxo se consagra em meados do século XIX.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Mais tardiamente, ambos viraram uma só indústria. Isso decorreu pelo fato dos costureiros começarem a produzir objetos artesanais para seus clientes, e é a partir desse momento que moda e luxo se concretizam e viram uma indústria criativa (LIPOVETSKY, 2005). A ligação entre moda-luxo deixa de ser uma institucionalização e o luxo vira marca e começa a ser vendido em lojas.

O produto até então luxuoso era feito com um padrão bastante minucioso, sendo feito quase ou totalmente de modo artesanal, e com matéria prima nobre e rara (AVELAR, 2011), e era por causa deste modo artesanal que ele possuía um preço mais elevado, por ser exclusivo, e pelos indivíduos se distinguir dos demais na sociedade. Para Gazurek (2013), desde seu surgimento, até hoje, a moda vem sendo uma das maiores protagonistas, e também servindo como vitrines para o universo luxuoso.

No entanto, no mesmo momento que a alta-costura se consagrava, a arte e a indústria aparecem em um mercado que visa à propagação de objetos, e como consequência, o consumismo, é então que começa a aparecer um produto denominado semiluxo, estes são destinados às classes inferiores, sendo que nesse momento o consumismo fica mais forte, pois forma o pensamento: "Luxo, porque não pra mim?" (LIPOVETSKY, 2005, p. 58). A partir daí a relação entre os materiais utilizados para os produtos e a rentabilidade ficam inseparáveis, pois se tratando de classes inferiores, os produtos deixam a exclusividade e a matéria prima com alta qualidade.

Os produtos do semiluxo estão diretamente ligados a necessidade do sentimento em que as pessoas possuem de se destacar, realizando suas necessidades de auto-estima e de realização pessoal.

Para Lipovetsky (2005, p. 51)

> O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca da distinção social pelos signos demonstrativos, tudo isso está longe de ter sido enterrado pelos últimos desenvolvimentos da cultura democrática e mercantil.

Os consumidores não estão se preocupando e principalmente se questionando sobre o necessário, a necessidade de se mostrar para o outro é um sentimento que se estabelece e acaba virando uma necessidade, e assim, o supérfluo ganha mais vida com o 'esquecimento' do bem-estar. Como afirma Garcia (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 30):

> Consumidores de classes intermediárias investem nesses bens tornados caros justamente porque eles lhe dão a sensação de aproximação com oque consideram próprio do universo dos abonados: passado imponente e onipresença global.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Para Pascolato (1999), o consumidor que é vítima da moda, deixar de pagar suas contas mensais para comprar uma peça de roupa caríssima.

Um fato importante sobre o consumo de bens, principalmente no cenário feminino foi a etapa de feminização do luxo, onde as mulheres param de depender do universo masculino e entram no mercado de trabalho. Com isso, elas conseguem se presentear e até mesmo consumir o que tem vontade, passando a se oferecerem bens luxuosos. Com a independência financeira feminina, o consumo de produtos, principalmente luxuosos aumentam, fazendo com que o mercado se desenvolva ainda mais.

Lipovetsky (2005) afirma que:

> Todas essas continuidades históricas não excluem notáveis transformações. O processo de feminização do luxo caminhou ao lado do principio do homem provedor: se a mulher estava em destaque na cena do consumo, o homem detinha o poder de financiamento. Isso muda à medida que as mulheres trabalham, são autônomas e podem, em particular, oferecer a si mesmos artigos de luxo, que daí em diante caracteriza-se pelo fim da "mulher outdoor" do homem, pela independência financeira da mulher nas decisões de compra. (LIPOVETSKY, 2005, p. 78)

Em face às várias mudanças políticas e sociais e as transformações em todo o mundo, o luxo se desenvolve de uma forma inexplicável nos anos 1980, ele foi reconhecido economicamente e industrialmente (ROUX, 2005). Também nos anos 1990, que se seguiu com a consolidação da democracia, capitalismo e a globalização, os produtos são apresentados aos consumidores com ar mais conceitual, e com isso, a marca também carrega e começa a passar um estilo de vida, e não somente um produto (GAZUREK, 2013).

Passando por essas mudanças, e a ideologia do consumo, o luxo sempre teve um sistema independente da região, estado ou país. O luxo hoje é o encontro entre o tradicionalismo e a moda, é a reinterpretação do passado no presente. Hoje, o luxo tem vínculo com o efêmero (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

O LUXO INACESSÍVEL

O luxo inacessível é o típico mercado inalcançável, que compartilha de produtos que possuem exclusividade, pois são produzidos em pequena escala, ou até mesmo composto de peças únicas, criadas sob medida para o cliente e feita de uma forma artesanal com matérias nobres.

O público desse tipo de luxo se encaixa na classe A[1], que é composta por famílias com renda *per capita* acima de R$ 13.560 mil, pois os preços são exacerbados. Para Avelar (2011, p. 45) diz que: "na moda, o luxo inacessível é representado pela alta-costura".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Essa indústria é um mercado que possui produtos de última qualidade, usando materiais nobres e raros. Possui o objetivo dessa indústria é voltado para produtos que possui excelente qualidade, e com uma quantidade de opções relativamente alta, fazendo com que eles ficassem também acessíveis à classe média alta.

Mas, conservando, ao mesmo tempo, a ideologia dos produtos luxuosos, como por exemplo, os produtos raros. No trecho podemos destacar a afirmação de Castilho (2006).

> Os consumidores de classes mais altas são estimulados ao consumo, não por real necessidade dos produtos, mas sim como urgências postas como "primeira necessidade", e o sentimento de prazer e bem- estar que sentem ao ato de consumir. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006)

Para alguns consumidores, consumir um produto de luxo pode ser algo extraordinário, e para outros, esse momento é algo visto como uma necessidade. Porém, esses consumidores que sentem uma grande satisfação ao fazer consumo de produtos luxuosos, possuem um *déficit* em objetos com consciência, sustentabilidade e cultura, que no caso é a parte em que menos se tem valor.

Do mesmo afirma Kathia (2006) que:

> Na contrapartida das possibilidades de entrar em conjunção com a satisfação que o dinheiro pode trazer ao sujeito, as sociedades do excesso sofrem de modo paradoxal, uma disforia que é desencadeada justamente pelo acúmulo de bens, que muitas vezes nem serão ostentados, uma vez que o comprador é infinitamente mais importante que o próprio possuir. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006, p. 52)

Um exemplo de luxo inacessível é o das atrizes no Oscar, no *Grammy Award,* no baile do *Met* em Nova York, e entre outras celebrações. Elas fazem um contrato com uma marca e usam tanto o vestido como também as joias e sapatos de grandes marcas, esse tipo de marketing existe há mais de 50 anos.

Também há o exemplo dos videoclipes que começaram na década de 1970 e 1980, sendo um grande veículo para transmitir uma ideia, estilo de vida e consumo por meio de imagem de vídeo. Todos esses exemplos fazem parte do lado ostentatório do luxo, que muitas vezes, nem os artistas usufruem desse mercado.

E de acordo com Grau (2000, p. 12) o número de clientes da alta-costura passaram de 20.000 em 1943 para 2.000 em 1970 e 200 em 1990.

Percebe-se assim que o consumo foi diminuindo com o passar do tempo, mas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

mesmo com a diminuição do consumo do luxo, ele ainda é valorizado, e até a massa esquece-se do necessário e assume como elemento principal o consumo do supérfluo.

O LUXO INACESSÍVEL ACESSÍVEL

O luxo inacessível acessível é voltado para a classe média[2]. Ainda que não percam originalidade, são produtos que remetem a uma diferenciação de classe, pois são confeccionados com o mesmo material que é feito para o luxo inacessível, porém, eles não têm o intuito de serem exclusivos e muito menos terem um preço exacerbado.

Lipovetsky (2003, p. 15, apud GARCIA, 2006, p. 23):

> Antes reservados aos círculos da burguesia endinheirada e brilhante, os produtos de luxo são progressivamente 'descidos' à rua. No momento em que os grandes grupos demandam gestores adeptos da logística e formados no espírito do marketing, o imperativo é abrir o luxo a uma maioria numerosa, de tornar 'o inacessível acessível'.

Esse mercado é representado pelo *prêt-à-porter*[3] de luxo, que significa um mercado intermediário e tem uma produção altamente organizada. Muitos deles são advindos de marcas históricas e confiáveis, e muitas delas são administradas por grifes de luxo.

O LUXO ACESSÍVEL

Esta definição se dá pelo fato de encontrarmos autores, como por exemplo, Lipovetsky falando sobre este mercado. Nem tudo o que está denominado como luxo, se posiciona como tal.

O luxo acessível é derivado de todos os outros tipos de luxo. Ele tem como alvo a classe menos privilegiada, a classe de massa. Esses produtos descendem até mesmo de grandes marcas, porém os produtos são fabricados em série, com um custo menor, e modelos e materiais comuns, assim o produto possui uma qualidade e preço inferior se for comparado aos demais tipos de luxo.

Se tratando da parte criativa deste segmento, no que diz respeito à pesquisa, tecidos e cores, ela será um pouco limitada, pois quanto maior o gasto, mais o produto irá encarecer, e esse não é o objetivo do acessível. Podemos citar o Fast Fashion como uma exemplificação dessa segmentação de mercado que utiliza grandes magazines para uma produção rápida e contínua de novidades, e que são peças vendidas em baixos valores.

Dessa forma, o luxo acessível se define como uma estratégia de marketing para conquistar os consumidores, e o preço e a qualidade do produto são condizentes. Mesmo que este não se pareça com os outros segmentos luxuosos, ele ainda se insere como uma outra extensão do luxo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O NOVO LUXO

O luxo no contexto contemporâneo assume novas configurações, adquire outras ideologias e codificações. Essa é a nova realidade de um mercado que em muitos anos foi só um "luxo exteriorizado" que visava à magnificência.

Atualmente, não só no contexto mercadológico, o luxo contemporâneo vem com uma mudança de pensamento, que se dá pela falta de valorização pelo o que é "essencial". Com isso, nasce os conceitos de "luxo individual" e o "luxo coletivo".

A forma de mercado que temos atualmente advém das novas necessidades e demandas que o mundo contemporâneo exige. Assim como todos os tipos de consumo, este (o novo luxo) tem também um meio mais sustentável de produção. Esse sistema transforma o pensamento, o consumo e a relação destes com aquilo que é considerado luxuoso. É uma maneira de relacionar a comunicação e o luxo a fim de acompanhar os caminhos complexos da cultura e também da política (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

O conceito (novo luxo) surge devido a uma nova silhueta de entendimento do luxo. O "antigo luxo" ao longo da História possuía uma caracterização ao pertencimento de classe, e no momento, o novo surge sobre novas formas singulares de uso (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006)

Como já dito, o novo luxo se distingue em duas vertentes, o "luxo individual" e o "luxo coletivo". O primeiro preza o bem-estar, o prazer sentido por cada um, a cultura, e o conhecimento para o indivíduo, já o segundo está baseado no âmbito econômico do luxo, fundamentado em uma economia que possui produtos de qualidade, feitos de forma sustentável, com materiais naturais, como por exemplo, o linho, o algodão, o cânhamo, o *rayon*, e também aqueles que são produzidos de uma forma que não agride os animais e nem o meio ambiente.

Assim, afirma Garcia sobre a primeira vertente:

> Com essa nova presença, o significado dos objetos e das relações entre eles e seus possuidores migrou para outro terreno, disseminando uma idéia de luxo que se distancia da escassez, da exclusividade e do preço exorbitante para fincar raízes na posse de outro bem intangível, o acesso ao conhecimento. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006, p. 22)

O "novo" tem como ideal tratar valores como experiência, cultura, tradição histórica e valorização do passado com todo o contexto no qual o cidadão vive e insere um amplo valor ao objeto. Ele traz o lado qualitativo quanto ao conhecimento, ao bem estar do indivíduo e também social, emana o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

crescimento do ser humano junto com a consciência.

Assim, o luxo ligado aos bens imateriais, tende a pôr-se a serviço do indivíduo privado e de suas sensações subjetivas, de tal modo, cada um interpretará o novo luxo de uma forma diferente, será como "um luxo para si" (LIPOVETSKY, 2005).

A arte de viver parte de princípios como ressuscitar a emocionalização, democratizar a cultura contemporânea. Essa que traz ao cotidiano passagens simples, sensação de vida, o movimento, a regeneração, essas que possuem um grande valor aos prazeres dos sentidos. A mudança da mentalidade vai se transformando em requinte cultural e, no momento, é importante repensar sobre alguns pequenos detalhes no cotidiano que faz diferença em nosso dia.

> [...] algumas culturas, e os elementos da natureza são os que significam artigos de luxo, como o sol para o continente europeu; como a água para o continente africano; como a terra para as grandes metrópoles do mundo. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006, p. 52),

Esse pensamento demonstra o quão importante ou quão luxuoso pode ser um elemento em uma região, devido à sua escassez, e como esse mesmo pode ser algo não valorizado em outra ou outras culturas. Consecutivamente, cada um entende luxo de uma maneira particular. Abaixo um pensamento de (CASTILHO; VILLAÇA(Org.) 2006)

> Contudo o luxo, na contemporaneidade, vai se destacando e valorizando outros objetivos, sentidos e características e constrói um caminho daquilo que é projetado e concebido para servir e para possibilitar à interação, o compartilhamento, a mobilidade, a troca mais democrática na construção do conhecimento e no acesso à informação. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006, p. 186)

Hoje se percebe um excesso de bens materiais, e uma busca desenfreada pelo prazer. A busca do gozo privado ganha prioridade sobre a exigência de exibição de reconhecimento social, é um momento de afirmação do luxo que preza as sensações intimas (Lipovetsky, 2005). Chama-se *neoluxo* um atalho que diminui as distâncias entre os seres humanos e seus ideais de vida (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

Portanto, essas afirmações não permanecem somente à ideologia de vida ou uma representação de luxo para algumas localidades, também se tem extensões para vários tipos de produtos, que vão além do poder econômico e que não restringe as classes mais favorecidas.

O novo atinge o mercado, com todo o excesso de bens, o gasto exacerbado, chegando um momento em que se precisa de reformulação, e atualização. E com

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

a nova ideologia, o mercado se reorganiza, e isto gera um desencadeamento de vantagens que valorizam o produto culturalmente, mais sustentável, e com um trabalho de materiais conscientes.

O produto nesse mercado vem para o consumidor que não quer mais comprar produtos que ele não sabe ao certo o quanto vale, onde foi produzido e principalmente o contexto do porque está ali. Esse foco para um produto que possua uma vasta variedade de formas em produtos e também preços, e que tenham uma abundância intelectual. Este é o mesmo que se destina àqueles que dispõem de capital cultural suficiente para decodificar pequenas e fundamentais diferenças (CASTILHO; VILLAÇA(Org.) 2006)

Com esse grande dispositivo de luxo, a moda abandona o supérfluo e caminha para o imaginário cultural (LIPOVETSKY, 2005).

Hoje se tem uma vasta variedade de opções para construir um produto mais sustentável, como na reutilização de materiais, reformulação de modelos, menores gastos em materiais, diminuição de gastos de fontes naturais e reformulação de processos químicos como em processos químicos, como por exemplo, a opção em tingimento natural, com frutas e o pó de café. Mesmo que o produto final acabe custando um pouco mais se comparado aos modos convencionais e por ter uma demora maior para finalização, ele possui um processo sustentável, e que por isso, poderá alterar o valor do produto.

Contudo, estes produtos possuem um alto valor agregado, por conta de possuir uma identidade cultural, o produto do novo luxo não dispensa o material nobre, mas esse nobre vem com uma reformulação, até mesmo de ideais, fazendo então com que esse mercado preze por conforto, o belo e a felicidade. "Contudo, hoje vemos o despertar de um "novo luxo", com variedade de formatos e preços, tendo uma relação intelectual, espiritual e emocional." (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006).

No entanto, o produto precisa ser nobre e ao mesmo tempo sustentável.

> [...] as noções que fundamentam a sociedade do novo luxo se modificam na contemporaneidade, especialmente marcada pela idéia de aceleração de tempo, do uso e implemento de novas tecnologias, da divisão e coexistência de espaços (o virtual e o tangível), da predominância do trabalho intelectual e criativo, na produção em escala de bens imateriais, na valorização do saber e na busca de melhor qualidade de vida. (CASTILHO; VILLAÇA (Org.) 2006), p. 45)

O que se denomina como novo luxo é um prazer, uma sensação de conforto, harmonia e, principalmente o consumo consciente. Ele trás vantagens ao ser humano de que o bem-estar, a sustentabilidade, o conhecimento, a valorização das coisas simples, momentos raros, o crescimento espiritual e cultural, uma vida

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

saudável, são questões simples, porem são denominadas como o novo luxo.

Porém, mesmo em ascensão, esse mercado ainda necessita se estabelecer, mesmo que esteja cada vez mais no âmbito contemporâneo.

4 CONSIDERAÇÕES

Neste artigo abordamos o surgimento do luxo até o contemporâneo, e como ele é importante tanto para a economia e o modo de vida dos indivíduos. Analisando o consumo exacerbado e desnecessário que as pessoas praticam, e no modo pelo qual, aqui se trata de expor a ideologia do novo luxo, visando uma diferenciação do pensamento sobre um novo modo de consumo e de atitudes e hábitos que esse mercado preza. Consumo que cada vez mais se prolifera de um modo inconsciente e que só existe por uma imagem que os consumidores procuram passar com a identidade do produto.

Considerando que, ainda se tem poucos autores que escrevem sobre o assunto, entendendo-se que o tema ainda expansão, ainda não possui um estabelecimento concreto no mercado-mundo. E que com essa deficiência, ainda não se possui um vasto conteúdo sobre tal, mesmo com ele em expansão. Um tema que ainda por não estar em completa ascensão, anda crescendo e mudando conceitos de pessoas que desconhecem ou que conhecem porem não sabiam muito sobre.

O objetivo principal deste foi o de abordar as necessidades do quanto a mudança pode favorecer um mercado, que antes era só visto com um olhar de magnificência e preços exuberantes, e que agora passa por uma nova formatação, tendo uma ramificação.

A ramificação pela qual possui um grande valor, um valor de crescimento na forma de pensar, refletir conceitos e o modo do consumo contemporâneo. Chegando assim à proposição de que o novo luxo está em processo de estabelecimento, e que futuramente, pode fazer com que o luxo primitivo deixe seu posto de principal para esse "novo" mercado em ascensão, que agrega cultura, sustentabilidade, consciência e ações sociais. E se acontecer o contrário disto, continuaremos com o desperdício material, social e o ideal humano.

A intenção deste artigo foi de "promover uma ramificação do mercado", um novo olhar para o luxo no contexto da atualidade. Um mercado que tem como o espírito do tempo, buscando pautas nas necessidades e nos desejos da sociedade. Com isso, o "novo luxo", é que propõe e contribui para a nova ideologia do mercado em desenvolvimento.

Assim, com toda a pesquisa, o processo e todo o desenvolvimento dos produtos será a partir desta ideologia. Serão produtos pensados a partir da utilização de materiais naturais, como o algodão, favorecendo a união entre o sofisticado e o simples.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

AVELAR, Suzana. **Moda**: globalização e novas tecnologias. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
BUENO, Francisco da Silveira. **Dicionário escolar da língua portuguesa**. 9. Ed. Rio de Janeiro.
Fename, 1975.
CASTILHO, Kastilho; VILLAÇA, Nizia (Org.). **O novo luxo**. São Paulo. Anhembi Morumbi, 2006. DE MASI, Domenico. **A sociedade pós-industrial**. São Paulo: Senac, 1999.
_____. **O ócio criativo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
GAZUREK; Marie-Océane. **Consumir para pertencer**. São Paulo: Grupo Troiano de Branding, 2013
LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. 5. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas.São Paulo:
Companhia das Letras, 2005.
PASCOLATO, Costanza. **O essencial**: o que você precisa saber para viver com mais estilo. Rio de
Janeiro: Objetiva, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O PAPEL DA AMBIENTAÇÃO NO DESEJO DE COMPRA ESTUDO DE CASO DA LOJA BO.BÔ – RIBEIRÃO PRETO/SP

Vitória Dias Gomes (Centro Universitário Moura Lacerda); vic.gomes@gmail.com*
Luciana de Castro Avellar Maeda (SENAC); lutiavellar@yahoo.com.br

RESUMO:
No mundo contemporâneo, com a gama de informações disponível e a facilidade de se conseguir essas informações, o consumidor está cada vez mais difícil de ser alcançado, ele não mais é atraído por qualquer informação ou qualquer produto, ele precisa de mais estímulos na hora da compra para efetivá-la, principalmente os consumidores de produtos de luxo. Como os produtos de luxo são vistos como ícones de comportamento e não apenas itens de consumo, as marcas de luxo devem se preocupar com os valores agregados ao produto, o conceito que o produto carrega, e a relação da marca com seu consumidor, isso antes, durante, e após o ato da compra. Desse modo, é necessário que os lojistas entendam as necessidades de seu público e usem diversos artifícios para atraí-lo. O presente artigo discute a hipótese de que as marcas de moda devem buscar, dentre outras ferramentas, atrair o consumidor através da ambientação do varejo para despertar o desejo de compra nos consumidores, utilizando as técnicas do *visual merchandising.* O *layout* da loja, a disposição de produtos, a iluminação, o mobiliário, os expositores; todos os artifícios encontrados dentro do espaço da loja devem ser usados a favor de aguçar o desejo de compra dos consumidores. Através de pesquisas bibliográficas sobre o conceito de *visual merchandising*, ambientação e desejo de compra, e através do estudo de caso da loja da marca de luxo Bo.Bô – que está no mercado desde 2006 -, de Ribeirão Preto/SP, foi comprovado que a ambientação de fato afeta no desejo de compra dos consumidores.

Palavras-chave: *Visual merchandising*. Ambientação de varejo. Desejo de compra. Moda. Bo.Bô.

ABSTR ACT:
In the contemporary world, with such available and easy to get information, it has been hard to achieve the customers with any information or product, he needs more stimulation to make the purchase, especially of luxury goods. As luxury products are seen as role icons and not just items of consumption, luxury brands should care about the added values to the product, the concept that the product carries, and the relationship of the brand with the costumers, this being before, during, and after the purchase. Therefore, shopkeepers shall understand the needs of their customers and find ways to attract them. This paper presents the hypothesis that fashion brands need seek, among other tools, attracting consumers through retail setting to stoke consumer desire, using the techniques of visual merchandising. The layout of the store, product placement, lighting, furniture, exhibitors; all devices found within the store space should be used in favor of whet the desire to purchase. Through bibliographical researches on the concept of v*isual merchandising*, atmosphere and wish to purchase and also through the case study of the store of the luxury brandBo.Bô – that's been in the market since 2006 -, Ribeirão Preto / SP, it was proven that atmosphere does affect the purchase desire of consumers.

Keywords: *Visual merchandising*. Retail design. Fashion. Bo.Bô.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INTRODUÇÃO

O consumo, especificamente o dos produtos de moda, vem se expandindo cada vez mais no Brasil. Os produtos de luxo, principalmente, são fundamentais para a economia do país, sendo que em 2012 o setor movimentou 12 bilhões de dólares, atingindo um crescimento 24% maior em relação a 2011. (Site TV Globo, 2013.). Esses produtos acabam

> Tendo um envolvimento mais íntimo com a moda, pois, além do setor ser um dos principais responsáveis pelo crescimento do mercado brasileiro, também é associado de maneira direta ao conceito de luxo, já que as principais marcas são verdadeiros ícones de comportamento (VIEIRA; SILVA, 2011, p. 82).

Por serem ícones de comportamento, as marcas voltadas ao comércio desses produtos não podem simplesmente vendê-los sem se preocuparem com a relação que terão com o cliente, pois "quanto mais o consumidor percebe a importância da marca, mais ele tende a se identificar com ela" (COBRA, 2007, p.43), e mais ele consome.

Atualmente, o consumidor dispõe de muitas informações e muitos meios para buscá-las, sendo muito mais consciente e exigente em relação aos seus hábitos de consumo. "O consumidor em geral procura maximizar os benefícios recebidos em uma compra por meio de produtos cujo preço ou cujas marcas melhor retribuam o dinheiro despendido" (COBRA, 2007, p.62). Ele não mais busca os produtos apenas por seus atributos, mas também pelos valores embutidos nele, se expressando através dos *valores interiores.* Esses valores englobam tanto os atributos do produto como seus benefícios, e como o consumidor se envolve com a marca.

Desse modo, as marcas - não só as de luxo, pois todas devem procurar meios para sobreviver no mercado - devem conquistar o consumidor através desses valores citados, pois são os que serão carregados pelo consumidor se ele consumir tal marca. "Tendo sentimento, nós temos a possibilidade de tomar consciência daquilo que aconteceu em relação a certo objeto. Permite-nos também colocar na memória essa ligação" (DAMÁSIO apud COBRA, 2007, p.72). Sabendo disso, as marcas devem buscar a ligação com o consumidor através do varejo, pois é nele que os fatores racionais e emocionais devem se unir para influenciar o consumidor a compra (COBRA, 2007).

Assim, as marcas devem usar as ferramentas do *visual merchandising* para transmitir na atmosfera de varejo os valores que querem que sejam percebidos pelo consumidor. Dentro dessa ferramenta, uma das etapas para se construir um bom *visual merchandising* no varejo é a ambientação do espaço. Pensando

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

nessa etapa, o presente estudo se constrói para entender a importância dessa ambientação no desejo de compra, ou seja, como a ambientação do espaço pode despertar o desejo de compra e potencializar o mesmo. Assim, serão realizadas pesquisas bibliográficas para o entendimento de conceitos sobre ambientação e *visual merchandising*, e para provar se a ambientação, de fato, afeta o desejo de compra do consumidor, e como isso acontece; e, ao final do estudo, será realizado um estudo de caso da loja franqueada Bo.Bô, situada na cidade de Ribeirão Preto/SP, no bairro Boulevard, na rua Altino Arantes, nº780 – uma marca fundada em 2006, que comercializa roupas, sapatos e acessórios femininos de luxo, cujo público-alvo, segundo definição da própria marca, são mulheres jovens, independentes e autenticas - para comprovação dessa hipótese.

1 *VISUAL MERCHANDISING*: A AMBIENTAÇÃO DO VAREJO

O *visual merchandising* começou a surgir durante a década de 1840, quando se tornou possível a produção de grandes vidraças, e as lojas de departamento começaram a usar o espaço das vitrinas para construir grandes cenários. Assim, as lojas de departamento foram pioneiras do vitrinismo, surgido na França, que, no início, era restrito à cidade de Paris. Em 1909, o empresário norte-americano Gordon Selfriedge foi o primeiro a incorporar inovações no interior de sua loja. Ele construiu um "espaço para servir bebidas aos mais sociáveis e uma sala tranquila e mais reservada para os mais introspectivos" (MORGAN, 2011, p.13), percebendo, nesse momento, que não só a vitrine era importante para atrair os consumidores, mas que a ambientação das lojas era igualmente importante, pois o interior da loja deve ser o prolongamento da vitrina (DEMETRESCO, 2001).

A profissão de *visual merchandiser* surgiu, com essa terminologia, por volta da década de 1980, e, com ela, se percebeu que a ambientação interna tinha tanta importância quanto as vitrinas. Na última década, as marcas introduziram novas técnicas às estratégias de *visual merchandising*, pois

> No século XXI, o grande desafio a ser enfrentado pelas lojas físicas é a internet, pois o processo de compra em lojas virtuais está associado a uma maior comodidade para os clientes, além de possibilitar a comparação de preços (MORGAN, 2011, p.15).

A partir daí podemos dizer que as marcas perceberam a importância do *visual merchandising* para o varejo. É uma operação importante para que aquelas consigam despertar o desejo de compra nos consumidores atraindo-os para o interior de suas lojas, já que "observamos que a resposta à ideia de comprar é condicionada pelas sugestões existentes ao seu redor" (MIRANDA;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GARCIA, 2005, p.66).

Comportamento de compra

A vitrina é o primeiro contato do público (consumidor) com o privado (marca), mas percebeu-se que somente a vitrina não era suficiente para vender o produto, que era necessário um espaço maior para atrair e consolidar essa relação. O ambiente, por definição, traduz o comportamento de quem o *habita*. No caso, quem habita a loja é a marca, ou seja, a ambientação do espaço deve traduzir o seu espírito. Assim, desse modo, a loja deve fazer o gancho entre a marca e o consumidor, para que esse passe a conhecer o seu conceito. Uma vez que o consumidor entra no estabelecimento, deve estar entrando no universo retratado. Quando se integra como parte desse ambiente, e passa a viver as experiências propostas, se sente parte do grupo, mesmo depois de sair da loja. Portanto, o lojista deve se preocupar para que o cliente viva uma experiência positiva no varejo, não apenas compre (MORGAN, 2011).

Por isso a marca deve conhecer o seu público e buscar nele inspirações para a construção da sua identidade e, consequentemente, para a construção da ambientação. O consumidor analisa e se identifica com o que está exposto quando nela existem também significados presentes em seu cotidiano, da sua história, pois ele percebe aquilo de acordo com a sua bagagem cultural, com seu repertório de valores, sentindo uma proximidade do que está exposto com o seu viver (SIQUEIRA, 2007). Cada indivíduo carrega uma identidade, composta por diversos valores que os influenciarão na hora da compra, incluindo as emoções pelas quais aquele passa ao adquirir um produto, proporcionadas através da ambiência da loja.

> O aspecto simbólico proporciona aos produtos identidade que vai ser avaliada pelo consumidor como congruente, ou não, com sua própria. Produtos entendidos como símbolos servem ao indivíduo para construir significados que causem reações desejadas em outras pessoas. (MIRANDA; GARCIA, 2005, p.29).

Hoje, preço justo, bom produto e serviços adequados não são mais sinônimos de venda. "A necessidade do consumidor moderno é cada vez maior: ele quer conveniências que giram em torno do quanto, do onde, do como e do jeito que ele demanda" (DEMETRESCO, 2005, p.131), buscando atrativos além do próprio produto.

A ambientação de varejo de moda

Para construir uma boa ambientação de varejo de moda deve-se entender que a partir da difusão de um conceito apresentado pelas marcas, o consumo é

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estimulado, a partir de um incentivo muitas vezes oculto, que leva as pessoas a comprarem. "A marca penetra na mente das pessoas e registra no consciente os valores tangíveis do produto – isto é, seus atributos físicos, seu 'corpo', por assim dizer – e, no inconsciente, os valores intangíveis do produto – ou seja, sua alma" (COBRA, 2007, p.40).

O *visual merchandising* de interiores é o

> Conjunto de técnicas aplicadas para orientar a circulação dos clientes do interior do estabelecimento através de uma sequência lógica, incentivando-os a parar em determinados pontos e motivando a compra (MORGAN, 2011, p.112).

Assim, alguns aspectos fundamentais devem ser pensados na hora da construção do ambiente da loja. São esses: correlação de produtos; *layout;* os expositores e complementos; disposição de produtos; apresentações internas e estandes de temporada; pontos de venda; sinalizações, iluminação; música, aromas e adornos decorativos.

A correlação dos produtos diz respeito à proximidade entre um produto e outro, quais produtos devem estar próximos uns dos outros. Assim, o cliente não fica confuso e, às vezes, acaba comprando algo que não havia planejado, pois estava perto de algo que ele precisava e o complementava. O varejo deve ser organizado de acordo com a mercadoria vendida, e de acordo com a atmosfera que se deseja criar. Normalmente, perto do caixa, estão os pontos de venda, que são os displays que expõem itens baratos, e são a última oportunidade presente na loja para que se consolide uma venda (MORGAN, 2011).

Porém, nenhum tipo de *layout* deve afetar a circulação dos consumidores ou confundí-los de alguma maneira. As linhas de visão e os pontos focais são úteis e auxiliam para que isso não aconteça.

> As linhas de visão e os pontos focais são utilizados para motivar a circulação dos clientes pelo interior do estabelecimento. As linhas de visão são linhas imaginárias que orientam o consumidor para determinadas áreas ou produtos específicos. Os pontos focais podem ser um expositor no interior da loja, uma série de mercadorias cuidadosamente dispostas ou um display que exibe uma marca líder que atrai imediatamente a atenção. O ideal é utilizar os pontos focais associados às linhas de visão (MORGAN, 2011, p.120).

Normalmente, os *visual merchandisers* setorizam a loja em quatro zonas para localizar os produtos: a zona platina, considerada o espaço mais nobre para as vendas, é localizada na entrada da loja, e é onde devem ficar os artigos em promoção e os lançamentos; a zona bronze fica situada no fundo da loja, por

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

isso, chama menos atenção dos clientes, então é onde devem estar os produtos de primeira necessidade, ou que têm mais circulação; e existem as zonas ouro e prata, que ficam localizadas no centro da loja, onde devem ser organizados os produtos da coleção atual e clássicos da loja, e devem ser de fácil circulação, sem deixar o cliente confuso.

Para uma boa circulação também é preciso uma boa sinalização, na qual podem ser usadas, telas de plasma, LED, neons, obtendo uma comunicação com o cliente de forma inovadora. O texto e a cor das sinalizações da loja não devem ficar visualmente poluídos nem confusos, mas devem conter todas as informações das quais o cliente necessita. Esse sistema de sinalização deve seguir um padrão visual entre a logomarca e a papelaria da loja. Isso porque a marca, tendo seu conceito e seu posicionamento no mercado, é vista pelo consumidor a partir de sua imagem, uma imagem característica, que se comunica com seus consumidores. Assim, a padronização é necessária para criar unidade na marca e reproduzir uma imagem que traduza ao consumidor o posicionamento da mesma.

Parte fundamental de qualquer projeto de ambientes, o mobiliário pode criar uma atmosfera cenográfica ou funcional, dependendo da intenção que a marca tem. Os expositores, sendo móveis ou de parede, devem ser usados de forma correta para não saturar o ambiente, e devem ser combinados de forma a criar um espaço único na loja. Os expositores móveis podem ser gôndolas, mesas, mobiliário, araras; cada um usado de acordo com o conceito de marca. Normalmente, mobiliários clássicos, como mesas, sofás, poltronas, são muito utilizados, pois remetem a um ambiente residencial, deixando o cliente confortável e familiarizado com o espaço.

As araras são expositores fundamentais para lojas de roupa, e devem ser usadas com cautela. Existem três tipos clássicos: de grande capacidade, usadas principalmente em lojas de departamento; de barra única, usadas principalmente por lojas de roupas de luxo e exclusivas; e circulares, muito utilizadas na década de 1970, mas atualmente são mais úteis para expor peças em ofertas ou uma peça com toda sua variedade de cores e tamanhos, isso porque são pouco flexíveis e transmitem um ar desordenado ao espaço. Essas nunca podem estar saturadas de peças, devendo conter dois dedos entre uma peça e outra para o cliente não se confundir. Quando as peças estão organizadas por cor, devem estar arrumadas da esquerda para a direita, começando pelas peças mais claras. Do mesmo modo, as peças menores devem começar a ser expostas na esquerda, até as maiores, na direita. É importante lembrar, também, que os cabides devem ter unidade entre si, tanto na cor e no modelo quanto na forma de arrumação nas araras, devendo estar sempre com o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

gancho voltado para o lado oposto ao do cliente (MORGAN, 2011).

Os expositores de parede podem ser: painéis canaletados e aramados, araras fixas e prateleiras fixas. Os painéis não são muito atraentes, por isso, devem ter a mesma cor da parede, para não ofuscar a roupa; ou, devem-se manter os suportes dos painéis próximos entre si para que o produto exposto oculte o sistema. As araras fixas, apesar de serem mais elegantes que os painéis citados acima, não oferecem muita versatilidade, assim como as prateleiras fixas, apesar de serem visualmente interessantes.

Em relação a disposição de produtos, existem nove tipos: por grupo de cores, a disposição mais simples, na qual a cor é utilizada para criar impacto visual; disposição horizontal, mais indicada para expositores de parede, e os produtos podem ser organizados de acordo com a cor ou com estilo; disposição vertical, com o mesmo princípio da horizontal; disposição por categorias de produtos, ideal para mercadorias em grande quantidade; disposição simétrica, na qual os produtos são expostos de forma espelhada; disposição por cores alternadas, semelhante a um tabuleiro de xadrez; disposição anatômica, na qual é composto um traje completo específico; disposição coordenada, por coleções e temas agrupados, para mostrar como os produtos podem ser usados em conjunto; e disposição por coleção, para apresentar coleções corrente no momento, demonstrar a variedade de produtos à venda.

Porém, nenhum expositor ou instalação terá sua missão cumprida se a iluminação do ambiente não for devidamente planejada, então, nunca pode ser pensada por último na ambientação. A iluminação deve destacar corretamente o(s) ponto(s) focal(ais) da loja, e destacar de forma adequada os expositores. Não é um item muito econômico, mas deve ter qualidade, pois não é necessário apenas ter boa apresentação, mas deve estar também devidamente iluminada. Usar um sistema de trilhos eletrificados com luminárias reguláveis gera grande flexibilidade para as instalações, pois nelas podem ser utilizados vários tipos de luminárias. A luminária tipo spot, cujas lâmpadas utilizadas podem ser dicroicas, par 20 ou 40/AR 111, 115, deve ter uma distância padrão entre o produto e a lâmpada, pois emite calor e pode danificar o produto. É esse tipo de luminária, juntamente com uma lâmpada amarelada, o que dá destaque a determinada mercadoria. Os refletores fazem uma iluminação mais ampla, pois o facho de luz da lâmpada é grande, o que é recomendado para iluminação geral. Na hora de instalá-las deve-se considerar a tensão, a potência e o grau de abertura do facho de luz. Normalmente, a área dos caixas e das araras costuma ser iluminadas com lâmpadas fluorescentes tubulares, brancas ou amarelas, pois essas garantem uma iluminação geral do ambiente, emitindo menos calor, por serem iluminações frias. No provador é onde

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

o cliente irá decidir comprar a roupa ou não, porque é onde ele a vê em seu corpo; por isso, é preciso tornar a roupa o mais atraente possível nesse momento, e, para isso, é preciso ter uma iluminação amarela, com lâmpadas incandescentes, que deixa o produto mais atraente. O mesmo tipo de iluminação deve ser usado na vitrina, pelo mesmo propósito.

Considerando todos os itens citados acima, "os lojistas de todo o mundo se esforçam para oferecer aos seus clientes uma experiência não só orientada ao consumo" (MORGAN, 2011, p.172), mas também proporcionando prazer ao consumidor, fazendo com que ele se sinta parte da identidade da marca e da loja, criando um vínculo com o mesmo. Por isso, usam complementos como música ambiente, aromas e fragrâncias que marcam e fixam a marca na mente do consumidor, e o uso de adornos no espaço, como plantas, obras de arte, tapetes. Todos esses elementos devem estar de acordo com o estilo dos produtos, da marca, e principalmente com o estilo dos clientes. Isso porque devem estimular o mesmo.

Além dos complementos, as lojas apostam, também, em espaços de convivência, servindo cafés, água, bebidas, petiscos. Essa estratégia tem como objetivo envolver os sentidos do consumidor, apelando para o seu emocional. Isso é, faz parte do chamado *branding sensorial*, que tem como base o marketing experiencial, uma estratégia que foca no consumidor e em suas ações. Segundo essa estratégia, os lojistas devem estimular o consumidor para que ele passe por experiências positivas dentro do espaço da marca, focando em percepções sensoriais e emocionais, buscando novas técnicas para isso, visando que o consumidor contemporâneo está sempre em busca de novidades e não se impressiona mais tão facilmente (FLÔR; UMEDA, 2009). Desse modo, a marca atinge o consumidor num diferente nível, buscando agregar valor ao seu produto e conquistar o consumidor. "Toda vivência que o consumidor tem com a marca [...] são experiências e geram um histórico que, somados a seu desempenho econômico, produzem o valor de mercado da marca" (FLÔR; UMEDA, 2009, p.07).

ESTUDO DE CASO: BO.BÔ

A marca Bo.Bô foi criada em 2006, pelas estilistas Carla di Palma e Flávia Viacava. O nome *Bo.Bô* vêm da união de duas expressões: *Bourgeois*, que representa a faceta dos profissionais bem sucedidos e cosmopolitas, que vivem num ambiente cultural e intelectual; e *Bohême*, que representa a liberdade de espírito, a modernidade, a atitude progressista e o humanitarismo (LOJA BO.BÔ, 2013).

No ano de 2008, foi comprada pela Restoque Comércio e Confecções de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Roupas S.A., que manteve as fundadoras da marca na equipe de criação. Nesse momento, a marca possuía apenas uma loja e fazia operações com atacado. Atualmente, a marca possui 45 lojas e é uma das grifes mais renomadas e mais luxuosas do Brasil. Seus produtos são todos de alta qualidade e autênticos, trazendo tecidos sofisticados como couro, seda, rendas, bordados, crochês; além da venda de sapatos, acessórios e fragrâncias. Segundo informações de Cristina Abreu, vendedora responsável da loja Bo.Bô de Ribeirão Preto/SP, o público da marca são "mulheres com alto poder aquisitivo, com estilo próprio, sofisticadas, modernas e independentes, atingindo uma larga faixa etária, de mulheres de 20 até 50 anos" (ABREU, 2013, conversa informal). De modo geral, as consumidoras da marca são mulheres de alto poder aquisitivo, que buscam produtos duráveis com materiais novos e design diferenciado, que estão na faixa etária de 20 a 35 anos.

A marca Bo.Bô faz parte do universo das marcas de luxo. Desse modo, deve buscar um envolvimento significativo com seus consumidores, pois as marcas de luxo, como já dito anteriormente, mostram-se como ícones de comportamento para os mesmos. Esse envolvimento se dá também graças a modificação da relação entre os consumidores e os bens de luxo que, segundo Lipovetsky e Roux (2008), está mais afetiva na contemporaneidade. A partir da metade do século XIX o universo do luxo se encontra associado a um nome, prestigiando as grifes e as marcas. Assim, a competição dentro desse campo se encontra não somente entre os consumidores, mas também entre os produtos e os produtores (LIPOVETSKY; ROUX, 2008). As marcas então precisam se sobressair para encantar o consumidor. Atualmente, a palavra *emoção* está sempre presente nas estratégias de marketing das grandes marcas de luxo, pois os consumidores das mesmas estão com o foco nos "valores de verdadeiro, de profundo e de necessário, colocando em evidência o autêntico, os materiais nobres e raros bem como a noção de duração" (LIPOVETSKY; ROUX, 2008, p.131). Isso acontece porque a tendência contemporânea é a de viver mais para si do que para os outros, ou seja, procurar os produtos de luxo mais por interesse próprio do que para ostentação, seguindo a lógica neo-individualista. Portanto, a partir dos anos 2000, o consumidor passou a se identificar com as marcas que sabem projetar sua identidade de maneira criativa e coerente.

Pensando nisso, a loja foi também analisada nesse quesito, concluindo-se que a identidade da marca se mostra claramente no ambiente de modo geral, tanto a partir de objetos da decoração como nas peças expostas, apresentadas num espaço sofisticado e com valores embutidos que vão de encontro com o emocional do consumidor, apresentando a ambientação também como estratégia do *branding sensorial*.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A loja da marca analisada neste estudo de caso, da cidade de Ribeirão Preto/SP, localizada na Rua Altino Arantes, nº 780, no Jardim Sumaré. O espaço da loja é aconchegante, semelhante a uma sala de estar, devido a alguns elementos presentes no ambiente, como poltronas, tapetes, mesas; conforme fotos a seguir.

Imagem 1 – Espaço interno da Bo.Bô de Ribeirão Preto/SP

Fonte: Autora.

O ambiente é amplo e espaçoso para que o cliente circule com conforto. As roupas são divididas em araras individuais, por cor e por estilos, sendo que cada instalação traz uma proposta de looks especifica da coleção. Essas araras são móveis, distribuídas estrategicamente pelo espaço para que não tumultue a circulação ao serem manuseadas pelas clientes.

Abaixo de todas as instalações há dois pares de sapatos, que podem ser combinados com todas as roupas expostas, e são pendurados alguns cintos que complementam as peças expostas, ajudando o cliente que procura montar um visual completo com os produtos propostos pela loja.

No centro se encontra um calçado exposto dentro de uma cúpula de vidro, da mesma forma que, no centro da loja, um *shape* se encontra exposto. Essas são as peças mais renomadas da coleção, que merecem destaque, são colocadas no centro e na altura do olhar para chamar a atenção do consumidor. Essas se encontram na zona platina da loja.

No canto direito da loja, há uma instalação que possui algumas peças penduradas, algumas em gavetas, sapatos, e a fragrância da marca. Essa instalação se assemelha a um armário, mostrando ao consumidor um guarda-roupa completo composto por peças da marca. Isso faz com que o consumidor se imagine em sua residência e possuindo aquele armário, fazendo-o desejá-lo, o que o deixa mais próximo de consumir os produtos da marca. Para deixar o cliente ainda mais confortável se sentindo parte daquele universo, é oferecido a ele água; e, se

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

o consumidor se tornar cliente da loja e consumir os produtos, é oferecido a ele, também, durante as compras, champagne.

A iluminação geral do espaço é aconchegante, complementando o ambiente sem ser carregada, contendo algumas luminárias delicadas que remetem a um ambiente familiar.

O provador se assemelha a um *closet*, contendo uma arara no canto esquerdo, e cada cabine possui um banco e um tapete, onde a cliente pode ficar bem a vontade, podendo até experimentar as peças descalça.

A iluminação do provador foi colocada atrás dos espelhos, o que faz com que a luz se reflita na roupa, quando a cliente se olhar no espelho. Isso enriquece a roupa, levando toda atenção para a cliente e o produto na hora de provar. É nessa hora que a cliente decide se irá comprar a roupa ou não, e esse tipo de iluminação ajuda a destacar a roupa no corpo da cliente. O mesmo tipo de iluminação usada nas cabines do provador é usada para destacar as araras no ambiente da loja.

Todos os aspectos citados acima, somados ao atendimento personalizado que os vendedores oferecem, atendendo apenas uma cliente por vez e dando total atenção a cada uma delas, fazem com que as consumidoras se sintam únicas e inseridas dentro do ambiente da loja, o que resulta numa apreciação cada vez maior da marca e o possível consumo dos produtos. No mercado de luxo, o envolvimento com o consumidor e o envolvimento com a marca e os produtos são fundamentais (LIPOVETSKY; ROUX, 2008).

CONCLUSÃO

Por meio do estudo realizado na loja de Ribeirão Preto/SP da marca Bo.Bô, pôde-se perceber que os aspectos de ambientação do *visual merchandising* são, de fato, uma estratégia que gera resultados de venda. Depois de 2008, com a reestruturação da marca Bo.Bô, a ambientação entrou como item fundamental nas lojas. No momento da aquisição, a marca possuía apenas uma loja, e no ano de 2013 já adquiriu 45 lojas no território brasileiro (RESTOQUE, 2013). O atendimento personalizado, juntamente com o ambiente da loja, envolvem o consumidor e o incluem na encenação da loja, mexendo com seu emocional, levando-o a viver a experiência de estar dentro do universo da marca, levando-a a crescer no mercado cada vez mais. Segundo uma das clientes da marca, L.A.R. (20 anos), quando se entra na loja a ambientação envolve o consumidor, juntamente com o atendimento personalizado. A cliente se sente única, parte do conceito da marca, consumindo muito mais pelo envolvimento com a marca do que apenas pelo produto em si.

Existem alguns aspectos fundamentais que motivam o consumidor a comprar.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A motivação é quando uma necessidade alcança um nível alto de intensidade, a que se torna suficientemente importante para levar o consumidor a agir. Existem três teorias principais sobre a motivação: a de Freud, que defende que a avaliação das marcas é feita pelo consumidor por estímulos declarados e inconscientes, nos quais as cores, formas e tamanhos podem estimular associações e emoções; a de Maslow, que defende uma hierarquia de necessidades humanas, onde, em ordem de importância, estão as necessidades fisiológicas, as necessidades de segurança, as necessidade sociais, as necessidades de estima, e as necessidades de auto-realização; por fim, a teoria de Herzberg, que defende a teoria dos dois fatores, os *insatisfatores* (que causam insatisfação) e os *satisfatores* (que causam satisfação), sendo que os vendedores deveriam fazer o possível para evitar os *insatisfatores*, e o fabricante deve fazer identificar os *satisfatores* presentes no mercado e agregá-los a seu produto (KOTLER, 2000).

As três teorias se encaixam no tipo de motivação realizada pela loja Bo.Bô, pois através da ambientação da loja, a marca busca que o cliente faça associações, às vezes, inconscientes, para lembrar-se de um ambiente confortável, aconchegante, para que os produtos o lembrem de boas experiências. Ao mesmo tempo, a marca busca sempre os melhores *satisfatores* do mercado para seus produtos, e entende as necessidades do consumidor e busca atender as que estão a seu alcance, como necessidades socais, de estima e de auto-realização, pois ao comprar um produto na loja o cliente se sente inserido e ganha status, alcançando a realização pessoal, alcançando um envolvimento emocional com a marca.

Ao ficar motivado, o consumidor quer agir. Porém, ele age influenciado pela percepção da situação. O consumidor cria uma imagem do mundo através de informações percebidas, de acordo com estímulos físicos, suas relações com ambiente e suas condições interiores. Através da atenção seletiva, processo que faz o consumidor filtrar as informações recebidas; da distorção seletiva, processo pelo qual o consumidor interpreta as informações de acordo com sua bagagem cultural e significados pessoais; e da retenção seletiva, processo que faz com que as pessoas retenham apenas informações que sustentam suas crenças e atitudes; o consumidor percebe cada produto de forma diferenciada, e se posiciona a comprar aquele que o mais agrada (KOTLER, 2000).

A marca deve fazer com que o consumidor aprenda algo com a experiência vivida, para aquela se tornar algo significante para ele. Por exemplo, se eu comprar uma roupa na loja e ela servir perfeitamente, for confortável, e atender todas as minhas necessidades, ao precisar de outra peça ou um calçado, voltarei na mesma loja. Porém, as crenças, que são pensamentos descritivos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que a pessoa mantém sobre algo; e as atitudes, que são avaliações, sentimentos e tendências de ação duradouros, favoráveis ou não a algum objeto ou ideia, também afetam no comportamento de compra, e podem conter carga emocional (KOTLER, 2000). Por isso, é interessante que a marca de adapte às crenças e atitudes de seus consumidores potenciais, pois essas são difíceis de serem transformadas. Assim, o consumidor pode se identificar de forma mais convicta com a marca, e se tornar um cliente da mesma.

Todos os aspectos citados acima estão presentes tanto no posicionamento quanto na ambientação da loja Bo.Bô de Ribeirão Preto/SP. A marca compreende a importância desses aspectos para motivarem o consumidor a comprar, que despertam o desejo de compra e a fazem adquirir mais clientes. Toda a estratégia da marca resultou em seu crescimento e seu sucesso, tornando-a uma marca influente no mercado.

REFERÊNCIAS

ABREU, Cristina, vendedora responsável. Informações sobre a marca Bo.Bô. Ribeirão Preto – São Paulo. Outubro de 2013. Conversa informal.

COBRA, M. **Marketing & moda.** São Paulo: Senac, 2007.

DEMETRESCO, S. **Vitrina**: construção de encenações. São Paulo: Senac, 2001.

DEMETRESCO, S. **Vitrinas em diálogos urbanos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

FLÔR, P. P.; UMEDA, G. M. ***Branding sensorial***: a integração do marketing de experiências às estratégias de comunicação. São Paulo, 2009.

Site TV Globo, 23 de outubro de 2013. Disponível em <http://tvg.globo.com/programas/mais-voce/O- programa/noticia/2013/10/com-salario-de-ate-r-15-mil-mercado-do-luxo-no-brasil-exige- qualificacao.html>. Acesso em novembro de 2013.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2000. LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. **O luxo eterno**. São Paulo: Companhia das letras, 2008. LOJA Bo.bô. Disponível em <www.bobo.com.br>. Acesso abr. 2013.

MIRANDA, A. P.; GARCIA, C. **Moda é comunicação:** experiências, memórias e vínculos. São Paulo:
Anhembi Morumbi, 2005.

MORGAN, T**. Visual merchandising**: vitrines e interiores comerciais**.** Tradução por Elizabeth Ardions. Londres: Gustavo Gili, 2011,

RESTOQUE Comércio e Confecções de Roupas S.A. Disponível em <www.restoque.com.br>. Acesso set. 2013.

VIEIRA, M. F.; SILVA R. D. de O. O consumo de produtos de luxo: um estudo teórico sobre o mercado da moda. **Revista da Unifebe**. Brusque, SC, 2011, p. 81 a 99.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

IMPLANTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GERENCIAMENTO ELETRÔNICO DE DOCUMENTOS

Luciana Braz Tanaka (SENAC); lb_tanaka@yahoo.com.br *
Danilo Roberto Maciel 1 (SENAC); danmaciel@hotmail.com
Edmar Soares de Moura (SENAC); edmar_s_moura@yahoo.com.br
Leonardo Gomes Lelis (SENAC); leolgl@hotmail.com

Resumo
Hoje em dia existem muitas mudanças acontecendo ao redor dos processos. Com todas essas mudanças, o tempo é um fator muito importante para decidir o sucesso do negócio. As tecnologias têm sido melhoradas dia a dia e suas velocidades de atualização movem as empresas no sentido de realizarem a mesma atividade de uma forma diferente. Todas as empresas têm muitos tipos de documentos, aqueles que são necessários na forma física e outros que podem ser digitalizados. Para os últimos, o gerenciamento eletrônico de documentos (GED) pode ajudar e fornecer benefícios dos processos. Este artigo exemplifica como as empresas que buscam melhorias e competitividade podem usar esta ferramenta para obter sucesso e como podem implementá-la de forma eficaz seguindo as práticas do *Project Management Institute* (PMI) através do guia de conhecimentos em gerenciamento de projetos (PMBOK). O caso aborda dois dos quarenta e sete processos do PMBOK: escopo e partes interessadas que são dois dos processos críticos que podem levar ao sucesso ou fracasso do projeto. Durante o estudo foi possível identificar que a maioria das pequenas empresas não possui conhecimento em gerenciamento de projetos e por isso perdem oportunidades de economizar tempo e dinheiro durante a implementação.

Palavras-chave: GED, PMI, PMBOK, digitalização.

Abstract: Nowadays there are many changing happening around the processes. With all of these changing, the time is a very important point to decide the success of the business. The technologies have been improving day by day and its updating speedy moves on the companies in order to achieve the same activity in a different way. All of the companies have many kinds of documents, those which is necessary to keep in a physic way and other which can be digitalized. For the last ones, the management of electronic documents can help and supply benefits to reach the effectiveness of process. This article exemplify how companies who looking for improvements and competitiveness can use this tool to reach the success and how to implement it in a effectiveness form following the practices of Project Management Institute (PMI) through the Project management body of knowledge (PMBOK). The case approaches two of the forty seven process of PMBOK: scope and stakeholders which are two of critical process of the project that can take to the project success or failure. During the studying, it was possible to identify that most of small companies do not have knowledge of project management and because that they lost the opportunity to save time and money during the implementation.

Keywords: GED, PMI, PMBOK, scanning.

1 INTRODUÇÃO

Diante da dinâmica constante e mutante que o mercado promove para empresas privadas e públicas, fica evidente a necessidade de tratar o conteúdo de informações recebidas e geradas com eficiência, pois o tempo e o espaço determinados para execuções de tarefas diárias estão inerentes na busca do sucesso contínuo das organizações.

Nesse contexto de transformações rápidas, as rotinas de acesso, por parte das instituições, aos documentos físicos requisitam muito tempo para armazenagem

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e localização, além de ocupar espaço. Trabalhar com uma grande quantidade de documentos gera uma atividade complicada, pois é preciso estoca-los e ao mesmo tempo encontrá-los enquanto que o principal objetivo é atender ao cliente ou membro da empresa o mais rápido possível, para dar condições de a empresa ser competitiva no mercado.

Por isso, sendo de extrema importância uma empresa ser competitiva, é necessário saber conduzir de forma eficaz e eficiente a informação que chega e é gerada pela organização. Assim, surge uma tecnologia para o gerenciamento eletrônico de documentos (GED) que permite à empresa acessar seu banco de dados por meio da internet ou rede local, proporcionando a disseminação da informação além das fronteiras da instituição.

O objetivo desse artigo é demonstrar como as práticas do Instituto de gerenciamento de projetos (PMI – Project Management Institute), com base no Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos (PMBOK), podem contribuir para o alcance de melhores resultados na execução de um projeto para implantação de um sistema informatizado.

O artigo abordou as áreas de conhecimento das partes interessadas e escopo que foram as áreas que sofreram mais impacto durante a implantação do sistema de gerenciamento de documentos.

O PMBOK (2013) define como parte interessada "um indivíduo, grupo ou organização que pode afetar, ser afetada ou sentir-se afetada por uma decisão, atividade ou resultado de um projeto". Identificar todas as partes interessadas do projeto e mapear a influência de cada uma no desenvolver do projeto é tão importante quanto as demais áreas de conhecimento para se obter o sucesso do projeto.

Tão quão importante é também a área de gerenciamento de escopo, que de acordo com Verzuh (2008), é um dos componentes de sucesso ou fracasso do projeto. Assim definido também no Guia, o escopo do projeto é "o trabalho que deve ser realizado para entregar um produto, serviço ou resultado com as características e funções especificadas".

Verzuh (2008) cita o gerenciamento de projetos como uma disciplina, que possui métodos, teorias e técnicas que auxiliam no gerenciamento das complexidades do projeto que será executado.

Para Valle, et al. (2007), muitas vezes um projeto pode perder sua viabilidade comercial por ser mal gerenciado. Seguindo as práticas do gerenciamento de projetos é possível criar e manter uma comunicação entre os envolvidos no projeto e as partes interessadas, estimar esforços, custo e tempo para o término da implementação, monitorar o progresso e produtividade do projeto.

Gerenciamento eletrônico de documentos

Segundo Pereira et al 2002, p.107:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> O GED é definido como o reagrupamento de um conjunto de técnicas e de métodos que tem o objetivo de facilitar o arquivamento, o acesso, a consulta e a difusão dos documentos e das informações que ele contém. Pode-se entender, que é o somatório de todas as tecnologias e produtos que visam gerenciar informações e conhecimentos de forma eletrônica.

De acordo com a Lei nº 12.682, de 9 de julho de 2012, a digitalização é uma cópia idêntica de uma imagem transformada em uma linguagem digital. O Art. 3º desta lei exige que a digitalização mantenha a integridade da imagem e autenticidade do documento. Desta forma, as tecnologias disponíveis hoje no mercado permitem que se tenham sistemas informatizados capazes de transformar informações físicas em digitais sem perder a qualidade da informação e garantindo o armazenamento e recuperação do documento.

A implantação do GED tem o objetivo contribuir com a melhoria organizacional, velocidade de acesso e performance no manuseio de documentos, reduzir espaço físico, reduzir custo com impressões e otimizar tempo acesso às informações.

Existem outras leis, medidas provisórias e decretos que abordam esse tema, porém, mais em relação à documentação jurídica do que se referindo a ambientes industriais. Após realizar pesquisas relacionadas ao tema, verificou- se que pouco se aborda sobre GED no ambiente industrial focando a otimização dos processos. Observa-se que cada empresa estabelece sua própria política de armazenamento, recuperação e segurança da informação digital.

Considerando que esse projeto aborda o tema GED no âmbito industrial, o foco foi dado aos tópicos de produtividade do processo e aumento de competividade.

Definição de projeto

As empresas buscam ser mais competitivas no mercado devido a sua rápida transformação, por isso procuram desenvolver projetos, dentro de um espaço de tempo curto, que trarão benefícios financeiros, estruturais, administrativos e estratégicos.

> Um projeto tem **objetivo** claro, que estabelece o que deve ser realizado. É o produto final tangível que a equipe deve produzir e entregar. O objetivo do projeto geralmente é definido em termos de *produto final ou entrega, cronograma e orçamento*. Isso implica completar seu escopo de trabalho e realizar todas as entregas no tempo estipulado e dentro do orçamento. [...]. (CLEMENTS; GIDO, 2013, p. 3).

Segundo o PMBOK (2013), "projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado único". Os projetos configuram um esforço para criar resultados para clientes internos e externos à organização, além de ter um início, meio e fim definidos e objetivos claros.

O gerenciamento de um projeto se preocupa em definir requisitos, estabelecer uma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

comunicação eficiente, atender às expectativas dos clientes, administrar as partes interessadas para que suas necessidades sejam atendidas e manter um equilíbrio entre as restrições do projeto.

Portanto, desenvolver um projeto é utilizar técnicas e conhecimentos com a finalidade de satisfazer as necessidades dos clientes, inter-relacionando as áreas necessárias para concluí-lo dentro do prazo, orçamento e qualidade requerida pelo cliente.

Escopo

Planejar o escopo requer a realização de uma tarefa minuciosa, já que é por meio dele que será retratado tudo o que pertence e não pertence ao projeto, onde a definição e controle permitem desenvolver um projeto com metas que vão ao encontro da estratégia da empresa.

> O gerenciamento do escopo do projeto inclui os processos necessários para assegurar que o projeto inclui todo o trabalho necessário, e apenas o necessário, para terminar o projeto com sucesso. O gerenciamento do escopo do projeto está relacionado principalmente com a definição e controle do que está e do que não está incluso no projeto. (PMBOK, 2013, p. 105).

O mau planejamento e controle do projeto são uma das maiores falhas dos gerentes de projetos o que acaba proporcionando o fracasso do projeto, pois no escopo tem-se a preocupação de definir o que será realizado, como será desenvolvido e como será controlado para seguir uma linha coerente e permitir que o resultado final seja positivo.

Durante o planejamento do escopo é necessário estabelecer claramente os serviços e produtos que compõem o projeto para definir o escopo do produto e escopo do projeto, sendo que aquele assume os requisitos e características solicitadas pelas partes interessadas e este aborda o que deverá ser realizado para efetivar as entregas, além de ser representado pela Estrutura analítica do projeto (EAP).

Pensar no escopo é direcionar esforços para estruturar de forma coordenada todos os processos que serão envolvidos para realizar as atividades, sendo que equacionar esses processos com os diversos objetivos do projeto significa atender ou superar as expectativas das partes interessadas. A linha de base do escopo que é formada por: declaração do escopo do projeto, (EAP) e dicionário da EAP, são documentos que permitem ao gerente de projeto ter um controle sobre o projeto.

Segundo Xavier (2006), a declaração de escopo tem a função de relatar o que foi acordado entre as partes interessadas, sendo o suporte para decisões de mudanças. Ela é constituída de justificativa do projeto, produto do projeto e objetivos do projeto. Já a estrutura analítica do projeto é uma ferramenta utilizada para detalhar o escopo e depois de aprovada se torna uma referência para o escopo do projeto. O dicionário da EAP está relacionado aos elementos que pertencem a EAP com o objetivo de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

especificar as atividades que serão desenvolvidas e seus critérios de aceitação para efetivar a entrega de acordo com o que foi estabelecido pelo cliente.

2.1 Partes interessadas (*stakeholders)*

O termo *stakeholders* que traduzindo para o português significa "partes interessadas" foi criado pelo filósofo *Robert Edward Freeman* e adotado em 1963 pelo *Stanford Research Institute* para se referir a grupos que sem seu apoio a organização deixaria de existir.

O sucesso de um projeto tem um de seus pilares relacionado à capacidade do gestor em identificar e gerenciar os *stakeholders* e suas expectativas, pois as ações das partes interessadas podem afetar os objetivos do projeto positivamente ou negativamente e da mesma forma os resultados e as expectativas podem ser interpretados de maneira positiva ou negativa. Esta responsabilidade quase sempre é difícil, pois as partes interessadas têm objetivos diferentes e conflitantes.

De acordo com o PMBOK (2013), nos casos em que as expectativas dos stakeholders são positivas, seus interesses serão bem atendidos se o projeto alcançar o sucesso. De outra forma os que têm interesses negativos terão seus objetivos atendidos pelo fracasso do projeto. Negligenciar os interesses desse último grupo pode aumentar a probabilidade de ocorrer fracassos, atrasos ou consequências negativas no decorrer do projeto.

Outro fator importante para o gerenciamento das partes interessadas é a habilidade de fazer a gestão da comunicação identificando e atendendo as necessidades dos stakeholders e resolvendo os problemas e conflitos por eles gerados.

De acordo com Hurtado (2014), gerenciar o planejamento das comunicações consiste em basicamente pensar de que maneira a equipe de projeto irá lidar com os interesses das diversas partes interessadas ao longo do projeto em execução. O plano deve ser adequado para que o gerente de projeto possa gerir as comunicações e facilitar o envolvimento das principais partes interessadas sempre que necessário, mantendo os objetivos do projeto e partes interessadas alinhados.

3 ESTUDO DE CASO

3.1 A empresa

A empresa estudada é uma rede de concessionárias especializada na venda de veículos importados, está no mercado há mais de vinte anos com matriz na cidade de Ribeirão Preto, região metropolitana do interior paulista e outras três filiais no estado, São Paulo capital, Campinas e São José do Rio Preto, filiais em outros estados como Uberlândia, Brasília, Porto Alegre, Londrina e Campo Grande.

Devido ao aumento no fluxo de vendas a empresa vem buscando a otimização dos recursos e através deste projeto, implantou um sistema de digitalização de documentos para melhoria no armazenamento e recuperação dos registros garantindo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sua integridade e facilidade na recuperação dos dados.

3.1.2 Processo antigo

O cadastro de clientes da empresa era realizado no sistema mediante a apresentação de documentos, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Esses documentos eram copiados fisicamente e direcionados ao arquivo físico principal da empresa, localizado no espaço físico da administração da unidade matriz. Após a impressão, as cópias eram enviadas via malotes e correios ao destino onde existe uma ordem de arquivamento para facilitar a busca por esses documentos quando necessários.

Quando o cliente já tem seus documentos guardados no arquivo da empresa, durante a negociação é solicitado por telefone à administração da matriz.

Quando se trata de um cliente que já possui cadastro na empresa, após efetivação da compra, o vendedor precisava contatar a matriz e solicitar os documentos do cliente. Até que o funcionário da matriz verificasse os dados do cliente nos arquivos físicos, gastava-se um determinado tempo para retornar a solicitação. E se fosse preciso atualizar algum dado do cliente, era necessário novamente tirar uma cópia dos documentos e encaminhar para a central de documentos na matriz.

A implantação do GED

3.2.1 O gerenciamento da implantação

O projeto de implantação do GED foi coordenado pelo departamento de Tecnologia da informação (TI), que possui conhecimentos técnicos da ferramenta. O custo da implantação também foi levantado pela equipe de TI e sujeita à aprovação da diretoria da empresa. Pouco se levou em consideração as necessidades e deficiências dos usuários e demais áreas envolvidas que seriam impactadas com o projeto.

Içamento e prazo

O projeto foi orçado em R$ 206.000,00 considerando equipamentos, softwares, instalação e treinamento, conforme detalhado na tabela 1.

Tabela 1 – Estimativa do orçamento do projeto.

Equipamentos (PC e Scanner)	46.000,00
Aquisição do sistema	150.000,00
Despesas gerais	10.000,00
Total	**206.000,00**

Fonte: autores.

O prazo para o término da implantação foi estimado em cinco meses.

Aquisição e instalação dos equipamentos

A compra dos equipamentos e do software ficou sob responsabilidade do departamento de Compras que seguiu cegamente o que foi solicitado para comprar. O recebimento dos equipamentos foi realizado pela equipe de TI e uma verificação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

funcional foi realizada dentro do período de sete dias após o recebimento da mercadoria. Nenhum problema técnico foi identificado nesses testes.

O fornecedor do software realizou uma visita à unidade da empresa para apresentar as funcionalidades do sistema e seus benefícios. Nesta reunião participaram o diretor da empresa e a equipe de TI. Alguns pontos foram abordados e negociados com o fornecedor para adaptação do sistema aos processos da empresa.

Como toda a parte de instalação dos equipamentos ficou como responsabilidade do fornecedor dos servidores, a equipe de TI não se preocupou com esta etapa.

A programação da instalação dos novos servidores foi planejada para um dia de domingo, quando a empresa não estivesse operando, pois o funcionamento acontecia aos sábados também. Durante as instalações, foi identificada pelo fornecedor uma incompatibilidade técnica com relação às entradas dos cabos do servidor, não sendo possível concluir em um único dia as instalações. Verificou-se que o departamento de Compras havia adquirido o equipamento exatamente da forma como a área de TI tinha solicitado. Houve uma falha no levantamento dos requisitos técnicos do servidor pois não foi previsto o tipo da entrada dos cabos. Foi necessário adquirir uma peça sobressalente para que a falha fosse corrigida.

A partir da instalação dos equipamentos, o diretor da empresa tomou a decisão de iniciar o novo processo mesmo sem o treinamento das pessoas que usariam o novo sistema, pois já se passavam 5 meses da implantação. Havia sido acordado que o fornecedor do software daria um treinamento básico para os usuários no mesmo momento do *startup*.

3.2.5 Treinamento

Na semana seguinte, ao término das instalações, dois técnicos do fornecedor do software permaneceram na empresa durante dois dias para acompanhar os usuários na execução das atividades usando o novo sistema. No processo de utilização do scanner, não houve problemas, pois como o funcionário já manuseava a máquina copiadora, ele não teve muitas dificuldades. Porém, com a equipe que processava a venda no sistema, teve algumas dificuldades em recuperar os documentos no sistema novo. Foi preciso dedicar um certo tempo com esta equipe para sanar as dificuldades levantadas.

Por fim, foi necessário realizar algumas mudanças no sistema em função de incompatibilidade com os processos existentes na empresa. Havia partes importantes do processo que era feito manualmente mas não foi contemplada no software de gerenciamento de documentos. Isto fez com que o orçamento final fosse maior do que o previsto, conforme descrito na tabela 1.

Após os dos dois dias de acompanhamento dos técnicos do fornecedor, a equipe de TI ainda precisou acompanhar os usuários por mais duas semanas para que não houvesse

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

impacto nas vendas correntes e até que eles estivessem aptos e seguros para manipular o sistema.

4 Análise dos Resultados

Após o período de adaptação, a implantação do GED trouxe um aumento da produtividade, ganho de tempo e de espaço físico, além da redução dos custos com impressões e envio de malotes, porém, o projeto de implantação como um todo não foi eficiente.

A implantação do sistema teve uma duração de seis meses, ou seja, um mês de atraso do planejado, um custo adicional de R$ 5.000,00 em função da falha no levantamento dos requisitos técnicos do servidor e uma insegurança por parte dos usuários que não tiveram muito tempo para se adaptarem ao sistema antes de seu início.

De acordo com Verzuh (2008), o gerenciamento do escopo é uma das áreas que podem levar ao fracasso ou sucesso de um projeto. No caso da implantação do GED na empresa só não foi um fracasso, por ter sido possível reverter os problemas identificados em função da situação financeira em que a empresa se encontrava no momento da implantação. Entretanto, o projeto não teve eficiência uma vez que, por falta de detalhamento do escopo, o custo do projeto aumentou e o prazo não foi atendido.

Baseando-se nas práticas que o PMI adota, um plano de gerenciamento do projeto poderia ter dado visibilidade das etapas básicas de execução. Considerando que a equipe que coordenou a implantação tinha conhecimentos técnicos basicamente, sugere-se que o responsável por um projeto tenha habilidades tais, que possibilite uma abordagem sistêmica de projeto.

A coordenação da equipe de TI não foi capaz de identificar algumas entregas essenciais para o sucesso do projeto, tais como: aquisição do novo software, computadores e scanners; implantação e treinamento; testes de validação; migração do sistema; start-up do sistema.

Uma estrutura analítica destas etapas consideradas como entregáveis, traria um controle maior das execuções.

Ainda com base no PMBOK (2013), não considerar a análise e o envolvimento das partes interessadas, pode impactar negativamente o projeto. No caso do diretor ter decidido dar início ao uso do sistema realizando o treinamento ao mesmo tempo, trouxe um desconforto e insegurança por parte dos envolvidos, mostrando a negligência com relação às partes interessadas.

Dessa forma, com o resultado da implantação do GED nesta empresa, pode-se ilustrar alguns pontos que servirão de reflexão para projetos futuros conforme mostra a tabela 2.

Tabela 2 – Lições aprendidas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Processo	Area de conhecimen	Lições aprendidas	Ação
Planejamento	Escopo	Falta detalhe do requisito do produto	Elaborar uma matriz de requisitos
		Falta declarar as entregas	Elaborar a EAP
	Partes interessadas (stakeholders)	Não identificar e envolver as partes interessadas	Identificar as partes interessadas e suas influências

Fonte: autores.

CONCLUSÃO

O estudo de caso abordou um projeto simples, mas de extrema utilidade para as pequenas empresas que buscam referências para executar melhorias em seu negócio através de pequenos projetos. Ter uma base de como gerenciar um projeto, de quais são os pontos críticos na condução de uma implantação, ou de uma mudança nos processos da empresa, colabora positivamente no alcance dos resultados e na eficiência do projeto.

O objetivo deste artigo foi alcançado uma vez que foi possível ilustrar com um exemplo simples como as práticas de gerenciar projetos do PMI podem trazer benefícios aos negócios mesmo sendo empresas de pequeno porte.

Observou-se que o escopo é uma das áreas de conhecimento mais importantes no gerenciamento para o sucesso de um projeto, pois é deste planejamento que surgem as necessidades para a condução do projeto. Dar importância aos envolvidos direta e indiretamente promove o alinhamento das expectativas com relação ao resultado esperado.

Conclui-se, portanto, que empresas de menor estrutura organizacional podem otimizar seus processos através de melhorias planejadas, que se executas seguindo uma metodologia de gerenciamento, pode obter sucesso nessas modificações. Projetos desenvolvidos para que essas melhorias aconteçam, devem levar em consideração principalmente o planejamento do escopo, ou seja, os requisitos a serem seguidos e envolver todas as partes que direta ou indiretamente podem influenciar o resultado do projeto.

REFERÊNCIAS

CASA CIVIL. **LEI Nº 12.682, DE 9 DE JULHO DE 2012.** Disponível:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/Lei/L12682.htm, acesso 03 out. 2015. CLEMENTS, James P; GIDO, Jack. **Gestão de projetos.** São Paulo: Cengage Learning, 2013. HURTADO, Maristela. **Gerenciamento das partes interessadas em projetos.** Editora ELSEVIER, Rio de Janeiro, 2014.

PEREIRA, Fernando Flávio Pessoa. OMELCVUK, Siclinda. FERREIRA, José Antônio Ulhôa Cintra. CUNHA, Luiz Eduardo de Abreu. **A Prática da Gestão de Conhecimento em Empresas Públicas**. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

PMI – PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos (Guia PMBOK®).** Pensilvânia: Project Management Institute,
2013. Disponível: https://brasil.pmi.org/

XAVIER, Carlos Magno da Silva. **Gerenciamento de projetos:** como definir e controlar o escopo do projeto. São Paulo: Saraiva, 2006.

VALLE, André Bittencourt; SOARES, Carlos Alberto Pereira; JR., José Finocchio; SILVA, Lincoln de Souza Firmino. **Fundamentos do gerenciamento de projetos.** Editora FGV, Rio de
Janeiro, 2007.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

APRENDIZAGEM NA ERA DIGITAL

Joseane Aparecida Ipolito (Senac Ribeirão Preto); joseane.aipolito@sp.senac.br
Maria de Fátima da Silva Costa Garcia de Mattos (CUML); mffmattos@mouralacerda.edu.br
Rosilene Batista de Oliveira (CUML); rosilene.oliveira@mouralacerda.edu.br

Resumo: Dentro de um contexto histórico, o sistema escolar é caracterizado pelas formas de se relacionar com a sociedade oferecendo a ela sujeitos formados dentro dos padrões por ela estabelecidos. A escola dentro de um contexto socioeconômico e político sempre foi fortemente influenciada pela indústria e pelo Estado, estes dois poderes sempre determinaram seu currículo, ou seja, o que devia ou não ser ensinado. As relações existentes entre escola e sociedade estão sujeitas ás formas de linguagens que se baseiam nas tecnologias que marcaram as mais variadas épocas. Num contexto histórico, no início a linguagem falada era responsável pelos processos de aprendizagem caracterizados pela memorização e repetição. Com o advento da escrita se sobrepondo a linguagem falada cria-se um processo onde reina a razão, pois é necessária a total compreensão dos textos para a realização da aprendizagem. Neste ponto o tempo começa a ser um fator importante na contextualização do ambiente escolar e nos processos de ensino-aprendizagem, o tempo de quem escreve não é o mesmo de quem lê. A linguagem digital, consequência tecnológica, traz velocidade, multiplicidade e reina soberana fora dos portões escolares. Os conceitos de tempo e espaço se apropriam de características variadas, o tempo é o tempo da exposição e o espaço não representa mais apenas o espaço físico. Assim as formas de apreensão do conhecimento são condicionadas a duas, uma dentro e outra fora da escola. Dentro da escola reina a transmissão hierárquica e linear (relacionada a imagem da árvore) e fora da escola o mundo está submergido na forma de transmissão de informações e conhecimentos onde a velocidade atua transformando o tempo da apreensão em tempo imediato, ou seja, todas as relações e associações são possíveis por meio de interações, a multiplicidade acontece nas mais variadas formas de inter-relações, as conexões transformam a sociedade (esta forma de transmissão se dá através da imagem do rizoma). A escola entra em crise, pois o objetivo dela é formar um sujeito crítico, para isso precisa trabalhar métodos para promover uma aprendizagem que garanta ao aluno construir seu próprio conhecimento e não mais apenas o transmitir. Ao mesmo tempo, não consegue se apropriar das novas tecnologias. Mas a inovação tecnológica não é o único fator responsável pela inovação pedagógica, extremamente necessário para tal é a inovação nas relações entre os poderes socioculturais, políticos e econômicos. A escola se torna então, algo complexa e contraditória, pois ao mesmo tempo em que está totalmente inserida no contexto político e socioeconômico, está também isolada da sociedade globalizada. As tecnologias devem fazer parte do currículo e ao mesmo tempo precisam ser práticas naturais e constantes no cotidiano dos indivíduos pertencentes ao ambiente escolar. Nossas escolas passam por momentos de variadas reflexões sobre o currículo acadêmico, os profissionais ligados de forma direta ou indireta ao contexto escolar necessitam de uma conexão mais estreita, para que dessa forma, consigam chegar a aquisição de resultados passíveis de serem colocados em prática.

Palavras-chave: Tecnologias e Educação. Currículo. Cotidiano Escolar. Ensino-aprendizagem.

Abstract: Within a historical context, the school system is characterized by ways of relating with society offering her subjects formed within the standards established by it. The school within a socio-economic and political context has always been heavily influenced by the industry and the state, these two powers always determined a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

resume, or what should or should not be taught. The relationship between school and society are subject ace forms of languages that are based on technologies that marked the most varied times. In a historical context, at the beginning spoken language was responsible for the learning process characterized by memorization and repetition. With the advent of writing overlapping spoken language creates a process ruled by reason, for a full understanding of the texts for the accomplishment of learning is required. At this point the weather starts to be an important factor in the context of the school environment and teaching-learning processes, the time of the writer is not the same of the reader. Digital language, technological consequence, brings speed, multiplicity and reigns supreme outside the school gates. The concepts of time and space take ownership of varied characteristics, time is the exposure time and space no longer represents only the physical space. Thus forms of acquisition of knowledge are conditioned to two, one inside and another outside of school. Within the school reigns hierarchical and linear transmission (related to tree picture) and out of school the world is submerged in the form of transmission of information and knowledge where the speed acts changing the time of arrest in immediate time, ie all relationships and associations are possible through interactions, the multiplicity happens in various forms of inter-relationships, connections transform society (this form of transmission of information and knowledge is the rhizome of the image). The school is in crisis because her goal is to form a critical subject, for it must work methods to promote learning that ensures the student build their own knowledge and not just the stream. At the same time, can not take ownership of new technologies. But technological innovation is not the only factor responsible for the pedagogical innovation, sorely needed for this is innovation in relations between the socio- cultural, political and economic powers. The school then becomes somewhat complex and contradictory, because at the same time it is fully inserted in the political and socio-economic context, it is also isolated from the global society. The technologies must be part of the curriculum and at the same time need to be natural and constant practices in daily life belonging to the school environment. Our schools go through moments of varied reflections on the academic curriculum, professionals linked directly or indirectly to the school context require a closer connection to that way, able to reach the acquisition of results that can be put into practice.

Keywords: Technology and Education. Curriculum. School Daily Life. Teaching- Learning.

INTRODUÇÃO

Este artigo trabalha uma análise reflexiva sobre os textos que abordam assuntos correlatos ao tema: Tecnologias e Educação. Busca-se com este artigo relacionar alguns pontos que afetam direta e indiretamente o ambiente escolar nos tempos contemporâneos.

Os textos aqui citados possuem em comum temas como: Currículo, Cultura e Escola, o uso das Tecnologias no cotidiano escolar, espaços e tempos nos ambientes educacionais, entre outros que serão trabalhados ao longo do desenvolvimento do referido artigo. Tentaremos entender através dos estudos destes escritos, como estes processos estão presentes no ambiente escolar, e no cotidiano dos estudantes.

Foram selecionados quatro textos, para compor esta reflexão, cujos autores são: Imenes (2002), Kenski, (1998); Labrunie, (2004) e Pestana; Pacheco, (2013).

Os autores destes textos baseiam-se em estudos de teóricos que dão peso as suas reflexões, alguns deles tornam-se presentes em mais de um texto, por exemplo Lévy (1993,1994), onde a sua teoria enriquece as reflexões da dissertação de Labrunie

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

(2004). Pestana (2013) junto com Pacheco (2013) recorrem às tecnologias da inteligência de Lévy (1993), tema utilizado por Kenski (1998) ao usar essa teoria para falar sobre os diversos tipos de linguagens; Kesnki (1998) apresenta também as metáforas criadas por Deleuze e Guattari (1995) para explicitar tais formas distintas de apreensão do conhecimento.

Nos artigos escolhidos encontramos também, autores ligados ao currículo e a cultura como: Forquin (1993) presente na dissertação de Labrunie (2004); Pacheco (2013), que além de orientador também é usado como referência nos dizeres de Pestana (2013); formação e cultura com Nóvoa (1996) mencionado por Kenski (1998); Imenes (2002) coloca em suas considerações autores como Viñao Frago (1998) e Alves (2000) falando sobre cultura e cotidiano escolar; Esteban (2001) quando se refere a processos de ensino e aprendizagem e Santos (2000) tecendo fortes reflexões sobre tecnologias e meio de expressão.

Muitos outros estudiosos ajudam a compor o referencial desses autores para a produção dos textos acima mencionados, porém, o presente artigo tratará em uma abordagem simples, temas de relevância para o estudo que se pretende.

Este artigo tem por objetivo relacionar os escritos que foram escolhidos, e selecionar temas comuns, como Currículo, Cultura e Escola, correlacionando o que os teóricos referenciados nestes textos falam sobre o ambiente escolar, sempre lembrando que o foco principal é procurar entender de que maneira estes autores pensam sobre o cotidiano escolar, seu tempo e espaço; sobre a cultura presente nestes ambientes; de que maneira o currículo e suas variadas manifestações influenciam neste universo escolar, transportando estas ideias para o processo de formação escolar e consequentemente, como essa formação pode influenciar as escolhas profissionais destes sujeitos.

DESENVOLVIMENTO

Comecemos então pela conceituação e formação da escola, segundo Labrunie (2004), no Brasil o sistema educacional manteve no início do sec. XIX uma estreita relação com a política e com a economia, a ideia era formar um cidadão contextualizado em seu tempo de acordo com os critérios postos pelo Estado e pelo Mercado.

> Nosso sistema educacional teve sua origem no final do século XIX e respondeu às exigências políticas do processo de construção da democracia e dos Estados nacionais e às exigências econômicas de construção do mercado. Na situação típica do século XIX, a escola era uma continuação da família em tudo o que se referia à socialização moral e aos estilos de vida. A escola formava a criança segundo os aspectos e valores que fortaleciam a coesão social, como a adesão à nação, aceitação da disciplina e dos códigos de conduta, etc. (LABRUNIE, 2004, p.33)

A instituição escolar era comparada a instituição familiar, o conceito de hierarquia era

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

marcadamente a característica considerada mais importante pela sociedade, pois conduzia aos demais conceitos como ordem e disciplina, entre outros necessários para formar um cidadão que pudesse trabalhar de forma disciplinar e servir a sua Nação de maneira exemplar.

Labrunie (2004) cita as formas utilizadas no processo de aprendizagem, no início do sec. XIX, pelas instituições escolares, ela faz referência sobre a linguagem escrita e as formas de aprendizado por meio da memorização:

> [...] a criança passava de uma instituição de coesão, a família, para outra, a escola, na qual vigoravam as mesmas categorias de sequência e hierarquia. Para dar conta de sua função, a escola impunha modelos, oferecia pacotes de soluções pré-fabricadas, estimulava a obediência e a memorização com ênfase na linguagem escrita. (LABRUNIE, 2004, p.33).

Kenski (1998) retoma esse assunto em seu artigo, baseada em Lévy (1993), e relaciona as três linguagens que constituem o ambiente escolar: A linguagem falada, a linguagem escrita e a linguagem digital. Situando estas linguagens em um contexto histórico, num primeiro momento, a transmissão de saberes se dá pela linguagem falada, onde prevalece os métodos de memorização e repetição; depois veio a linguagem escrita, se sobrepondo a falada, os métodos de construção do conhecimento passam então pela razão, a compreensão se faz necessária, e a noção de tempos se enfatiza, pois, o tempo de quem escreve pode não ser o mesmo tempo de quem lê:

> Se nas sociedades orais prevalecia/prevalece a memorização e a repetição como formas de aquisição de conhecimentos, na sociedade da escrita há a necessidade de compreensão do que está sendo comunicado graficamente. Existe uma distância – correspondente ao plantar e colher da agricultura – entre a pessoa que escreve e a outra que lê e interpreta o escrito. (KENSKI, 1998, p. 62).

Assim o tempo na linguagem escrita é mais complexo, pois se caracteriza de diversas formas, "[...] tempo vivido, tempo recuperado na lembrança, ou no relato escrito é o tempo perspectivo e espacialmente definido [...]" (KENSKI, 1998, p. 63). Sobre a conceituação de tempo e espaço Imenes (2002) traça um quadro histórico mostrando as diversas concepções que tiveram ao longo da história; tempo e espaço na modernidade assumem então um caráter de independência e pluralidades. No ambiente escolar:

> Não há um só tempo, mas sim uma variedade de tempos. No cotidiano escolar, por exemplo, temos os tempos vividos individual e coletivamente pelos sujeitos envolvidos na trama escolar, os institucionais com seus cronogramas e calendários de avaliação e reuniões, os culturais, que indicam as festas e comemorações tradicionais ou não, além de tantos outros, como

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> os tempos sociais, políticos e econômicos que também fazem parte da vida escolar. (IMENES, 2002, p. 117-118).

O tempo da linguagem digital se altera, assim como as formas de transmissão do conhecimento, a velocidade então é uma realidade marcante da contemporaneidade. No ambiente escolar a linguagem digital vem marcada pelas mudanças proporcionadas pelo conceito de inovação tecnológica. O tempo aqui é o tempo da exposição, e o espaço, não é mais apenas o espaço físico, "[...] podemos estar em todos os lugares sem sairmos do mesmo lugar [...]" (KERCKHOVE, 1997 apud KENSKI, 1998, p. 64).

Perante as novas tecnologias o ser Humano é conduzido a vivenciar uma experiência de sentidos descontínuos e ao mesmo tempo complexos e variados, pois:

> [...] a amplitude das novas tecnologias nos coloca diante de escolhas de possibilidades variadas de ação e de comunicação. Através de todas as novas formas tecnológicas somos permanentemente convidados a "ver mais, ouvir mais, a sentir mais" (KERCKHOVE, 1997) [...] A tecnologia digital rompe com a narrativa contínua e sequencial das imagens e textos escritos e se apresenta como um fenômeno descontínuo. (KERCKHOVE, 1997 apud KENSKI, 1998, p. 63, 64).

Nas falas da autora, fica claro, que diante dessas mudanças não podemos ser neutros diante das tecnologias que modificam as formas de relacionamentos, consequentemente, transformam as maneiras de ensinar. A palavra inovação tecnológica ganha campo, porém, de maneira errônea, muitos atribuem à tecnologia a responsabilidade do sucesso ou fracasso do processo de ensino/aprendizagem, "[...] a tecnologia por si só, não é inovação, podendo resultar em constrangimento ou servir para fazer mais do mesmo. " (PESTANA; PACHECO, 2013, p. 52).

Imenes (2002) enfatiza que o tecnicismo não garante a solução dos "[...] inúmeros e profundos problemas da educação. " (IMENES, 2002, p. 122). Nos estudos que teceu sobre o cotidiano escolar Imenes (2002) deixa claro que:

> [...] as tecnologias em si não garantem suposta "qualidade" ao processo pedagógico. É por meio dos usos, das múltiplas maneiras que os sujeitos em seu cotidiano a utilizam, enfim, do fazer com, que se pode fazer dela um instrumento que crie possibilidades de reconhecer e validar a presença da diversidade, da pluralidade, da multiplicidade dos diálogos estabelecidos pelos alunos e professores na (con) vivência, o que não a coloca como único meio de obter qualidade na educação escolar. (IMENES, 2002, P.127).

De acordo com Pestana (2013), em sua pesquisa a inovação só faz sentido se o seu conceito estiver presente em vários âmbitos do contexto escolar, como exemplo, nas práticas curriculares,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> [...] incluindo as de natureza administrativa, ligadas à gestão e suas formas de realização, as de natureza curricular, relacionadas com o conteúdo do processo educacional, e as de natureza pedagógica, circunscritas ao espaço relacional da formação. ” (PESTANA; PACHECO, 2013, p. 48).

Na escola da contemporaneidade cabe uma outra reflexão, nos escritos de Kenski (1998) são abordados os conceitos de aprendizagem criados por Deleuze e Guattari (1995) em Mil Platôs, onde se serviram de metáforas para explicar duas formas de apreensão de conhecimento, o da árvore e o do rizoma.

Percebemos que nossos alunos vivenciam dois mundos que não se interconectam, pois, a escola, oferece uma estrutura curricular onde a forma de transmissão de conhecimento é baseada na metáfora da árvore, que como coloca Kenski (1998) em seu artigo:

> Deleuze e Guattari (1995) a apresentam como a imagem do pensamento ocidental, a forma clássica de reflexão [...]. Para os autores, a imagem da árvore relaciona-se com um pensamento que “nunca compreendeu a multiplicidade: ele necessita de uma forte unidade principal, unidade que é suposta para chegar a duas [...] (três, quatro, cinco) mas sempre com a condição de dispor de uma forte unidade principal, a do pivô que suporta as raízes secundárias. ” (p.13). [...] Estes sistemas arborescentes de compreensão são sistemas hierárquico [...] A linearidade desses sistemas arborescentes de pensamento exclui qualquer possibilidade de se atingir a multiplicidade. (DELEUZE; GUATTARI, 1995 apud KENSKI, 1998, p.64)

A forma de transmissão rizomática está presente no mundo fora da escola, no cotidiano dos nossos alunos.

> O conhecimento rizomático teria como características os princípios de conexão e de heterogeneidade [...] não existe um ponto central, escalas de importância ou tipologia ideal. Todos os tipos de associações são possíveis de serem realizadas através das interações. [...] outra característica do rizoma é a sua multiplicidade. [...] no rizoma não existem pontos ou posições definidas mas somente linhas, interconectadas, planas, em que se inter-relacionam as mais variadas possibilidades: “acontecimentos vividos, determinações históricas, conceitos pensados, indivíduos, grupos e formações sociais” (p18). Outro princípio apontado por Deleuze e Guattari para o rizoma é o de ruptura a-significante. Uma ideia, um conceito ou saber, zelosamente retido no tronco de uma ciência específica, pode assim ser retomando em outra área, ressignificado e conectado a outras concepções que satisfaçam as necessidades momentâneas de conceitualização. (DELEUZE; GUATTARI, 1995 apud KENSKI, 1998, p.65).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Como consequência dessa forma de viver e se relacionar, os alunos trazem para dentro dos ambientes escolares suas vivências, já habituados a se relacionar com o mundo pelo paradigma das tecnologias, onde tempo equivale ao "tempo da exposição", pois vivenciam a transmissão de conhecimentos através da linguagem digital. "Verticais, descontínuas, móveis e imediatas, as imagens e textos digitalizados a partir da conversão das informações em bytes, têm seu próprio espaço: o tempo e o espaço fenomênico da exposição" (KENSKI, 1998, p.64), onde então as formas de construção do conhecimento se dão de formas ramificadas, interconectadas, espaços não mais delimitados pela arquitetura escolar, pois o aluno ao mesmo tempo em que está sentado em sua cadeira na sala de aula pode estar em vários outros lugares através de um simples aparelho celular.

Independente da escola possuir ou não recursos para aquisição dos aparatos tecnológicos, nossos alunos os trazem para dentro delas e os utilizam, querendo ou não, pois estão o tempo todo conectados.

Diante desse contexto, a escola tem por objetivo fundamental a formação de um sujeito crítico capaz de se tornar um cidadão consciente de seu papel na sociedade. Para atingir este objetivo a escola se utiliza de métodos e processos que têm por meta não mais apenas transmitir o conhecimento, mas se vê na obrigação de trabalhar nos alunos métodos em que eles possam construir seus conhecimentos, portanto nas palavras de Kenski (1998) a escola precisa trabalhar:

> Não mais, apenas, a perspectiva estrutural e linear de apresentação e desenvolvimento metodológico, do conteúdo a ser ensinado; nem tampouco a exclusiva perspectiva dialética. [...] espaço social por excelência, a sala de aula, nesta última perspectiva, pode assumir para si a perspectiva rizomática de interação com o conhecimento e com os atores do ato educativo. Assume também a função de ser o principal lugar em que se desenvolva a inteligência coletiva, como é defendida por Lévy (1994), em que ocorra a negociação permanente da ordem das coisas, da linguagem, do papel de cada um, do recorte e da definição dos objetos, da reinterpretação da memória social da comunidade. (KENSKI, 1998, p.68)

Assim, ao falarmos em comunidade devemos voltar nossa reflexão para a sociedade onde as escolas estão inseridas, contextos socioeconômicos e políticos englobam e definem os rumos e metas que nossos sistemas educacionais devem atuar, Labrunie (2004) coloca:

> [...] que a instituição escolar tem como uma das funções sociais mediar a relação entre os estudantes e o conhecimento e, desde que passou a existir na sociedade industrial, sempre determinou o que se deve ou não ser ensinado e a maneira como se deve aprender e comportar. Ela é uma instituição especializada em socialização (Belloni, 2001) e suas ideias e formas organizacionais têm grande legitimidade na vida social. (BELLONI, 2001 apud LABRUNIE, 2004, p. 37).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Pacheco (2013), ao ser mencionado por Pestana (2013) em seu artigo, considera que "a relação ensino/aprendizagem/tecnologias não pode ser dissociada de quadros políticos mais globais" (PESTANA, PACHECO, 2013, p. 54), óbvio falar então, que currículo e práticas pedagógicas fazem parte do cotidiano em que vivemos, porém, a escola se caracteriza também pela sua complexidade, pois ao mesmo tempo em que faz parte do contexto político e socioeconômico ao qual está inserida, ela se isola através de um currículo tradicionalista, se desconectando da sociedade globalizada.

Nesse sentido inovação pedagógica não se resume a inovação tecnológica, mas sim em uma inovação nas formas de relação existentes estre os poderes da sociedade enquanto cultura, das políticas onde estão inseridas e por último e não menos importante, da economia.

CONCLUSÃO

O que nos instiga a esta reflexão é a possibilidade de podermos analisar como trabalhar curricularmente as constantes inovações tecnológicas. O currículo nesse aspecto passa a ser algo que deve estar em constante atualização, como foi dito por Pestana (2013), o termo inovação não deve ser pensando apenas no sentido tecnicista, ela também não deve ser procurada nas reformas curriculares (PESTANA; PACHECO, 2013, p. 48) de modo isolado. Inovação tecnológica deve ser trabalhada de forma coletiva, segundo Imenes (2002), "[...] a tecnologia entra na escola como uma prática solidária [...]" (IMENES, 2002, p. 126), pois inovação só se dá realmente quando os sujeitos se apropriam da mesma, a colocando em seus usos diários, como nossos alunos já o fazem. A tecnologia deve ser pensada em dois momentos, que devem se mesclar para tornarem-se práticas cotidianas, estes momentos são: o momento curricular, com a inserção das tecnologias e suas consequentes formas de construção de conhecimento, e o momento das práticas e usos, professores e alunos construindo o conhecimento se apropriando da tecnologia e de das novas formas que se dão no processo de ensino/aprendizagem.

É fato dizermos que nada está findado, ao contrário, demonstra-se por meio deste, que muitas pesquisas e reflexões sobre estes complexos temas precisam ser mais amplamente trabalhados. Nossas escolas passam por momentos de variadas reflexões sobre o currículo acadêmico, os profissionais ligados de forma direta ou indireta ao contexto escolar necessitam de uma conexão mais estreita, para que dessa forma, consigam chegar a aquisição de resultados passíveis de serem colocados em prática.

REFERÊNCIAS

IMENES, Carla. Os espaços/tempos do cotidiano escolar e os usos das tecnologias. In: FILÉ, Valter e LEITE, Márcia (Orgs.) **Subjetividades, tecnologias e escolas.** Rio de Janeiro: DP&A, 2002, p. 115 – 128.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

KENSKI, V. M. Novas Tecnologias: o redimensionamento do espaço e do tempo e os impactos no trabalho docente. **Revista Brasileira de Educação**. Mai/jun/sul/agost, n.8, 1998. p.58-71. LABRUNIE, Maria das Graças Lino. Cultura e tecnologias. In: LABRUNIE, Maria das Graças Lino. **Máquinas didatizadas:** uma análise dos usos das tecnologias da comunicação e da informação na escola. Dissertação (Mestrado). PUC-RJ, 2004, p. 33-46.

PESTANA, Tania Cristina; PACHECO, José Augusto. Currículo, tecnologias e inovação: para uma discussão da aprendizagem em contextos educacionais. **Revista Linhas**, Florianópolis, v. 14, n. 27,
jul./dez. 2013. p. 45
– 58.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE A INFLUÊNCIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW NA PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES

Erika Sirino Biasioli Gama; erika.sirino@yahoo.com.br
Eduardo Soares; eduardo.vsoares@sp.senac.br

RESUMO

A percepção do colaborador, suas necessidades e interesses podem influenciar a avaliação sobre uma empresa, principalmente se esta é ou não um bom lugar para se trabalhar. Em uma sequência de fatos envolvendo resultados de pesquisas de clima e análises, esta e outras conclusões iniciais aparecem e dão sentido ao desenvolvimento de um trabalho amplo e estruturado com foco em engajamento, orgulho de pertencer e motivação, direcionado a um grupo específico de profissionais. Ao mesmo tempo questões abordadas por Abraham Maslow na teoria da hierarquia das necessidades são relacionadas a conforto térmico e acústico, quase completa falta de preocupação com saúde, desconhecimento sobre conceitos relacionados a direitos trabalhistas, benefícios e premiações em dinheiro, além do interesse em ampliar conhecimentos técnicos e práticos por meio de treinamentos e cursos são o pano de fundo apontado por um censo social realizado com 89% de colaboradores de uma empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Necessidades. Maslow. Hierarquia. Motivação. Orgulho. Engajamento.

ABSTRACT

The perception of the employee, necessities and interests can affect the evaluation about a company, including if this company is a good place to work in or not. In a sequence of facts involving climate survey results and examinations, this and other initial conclusions show up and give sense to the development of a wide and structured project focused in engagement, pride in belonging and motivation, to a specific group of professionals. At the same time, questions discussed by Abraham Maslow in the Hierarchy needs theory are related to thermal and acoustic comfort, almost complete lack of health concern, lack of knowledge about labor rights concepts, benefits and remunerative incentives, besides the interest in increasing the technical and practical skills through training and courses are the background indicated in a social census conducted more than 89% of the employees of a company.

KEY WORDS: Necessity. Maslow. Hierarchy. Motivation. Pride. Engagement.

Ao longo deste ano, tenho sido frequentemente movida a entender o que faz uma empresa ser um bom lugar para se trabalhar. A motivação passa especialmente por uma espécie de desafio traduzido em missão da empresa na qual trabalho atualmente, sendo assim parte integrante do objetivo estratégico da companhia.

Seria um pacote de benefícios adequado? Processos e procedimentos definidos e divulgados? Ou tudo estaria relacionado à cultura e aos valores organizacionais somados ao equilíbrio entre vida pessoal e trabalho, às oportunidades de carreira e ao estilo de liderança?

Como jornalista e profissional atuante na área de comunicação interna em uma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

empresa de grande porte de Ribeirão Preto, elaboro frequentemente hipóteses e busco conceitos, teorias e práticas que possam me apoiar no entendimento das razões que levam empresas a serem consideradas boas ou ruins para se trabalhar. Talvez não exista uma resposta correta, talvez existam diferentes respostas.

Minha primeira análise, que agora considero bastante superficial, conduziu- me a acreditar que a resposta está diretamente relacionada à opinião dos colaboradores da empresa, sendo eles os principais influenciados e influenciadores de pares, subordinados e chefia. Se a resposta pode envolver opinião, então considerei que também estará relacionada à percepção, já que psicólogos e filósofos sustentam a tese de que as pessoas criam um modelo mental de como o mundo funciona, sendo a percepção tratada como um conceito com diferentes considerações conforme a abordagem teórica.

Na Psicologia, "a percepção define-se como processo de organizar e interpretar dados sensoriais recebidos para desenvolver a consciência do ambiente que nos cerca e de nós mesmos" (DAVIDOFF, 1983, p.59).

Ainda sobre o processo de perceber há considerações que o coloquem como sinônimo de compreender e criar. Como explica Ostrower "O ser humano é por natureza um ser criativo. No ato de perceber, ele tenta interpretar e, nesse interpretar, já começa a criar. Não existe um momento de compreensão que não seja ao mesmo tempo criação." (OSTROWER, 1988, p.167).

Se neste trabalho de análise observássemos apenas as considerações sobre percepção, provavelmente chegaria a uma série de respostas envolvendo como as pessoas percebem elementos em desfavor de outros elementos, seja por fatores internos ligados ao organismo seja por fatores externos ligados ao ambiente.

Resolvo então retornar para teorias e estudos relacionados à minha área de atuação na busca por outras prováveis razões que possam servir como respostas ao meu questionamento inicial. É então que me deparo com o conceito de endomarketing, área recente da administração que adapta estratégias e elementos do marketing para utilização no ambiente interno. Se endomarketing é o marketing aplicado para dentro da própria empresa, então o meu holofote segue inicialmente para o marketing. A minha principal intenção é compreender o conceito, sua aplicabilidade e transposição para o endomarketing.

Com uma área de atuação muito ampla, o marketing possui conceitos específicos direcionados para cada atividade. Para Al Ries e Jack Trout: "O marketing não é uma batalha de produtos. O marketing é uma batalha de percepções." (RIES; TROUT, 1993, p.XI).

Segundo Kotler e Keller (2006), o marketing envolve a identificação e a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

satisfação das necessidades humanas e sociais, sendo definido como uma forma de suprir necessidades lucrativamente. Neste sentido, Casas (2007, p.15) menciona que:

> Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade. (CASAS, 2007 p.15)

Ao transpor a relação entre marketing e endomarketing e realizar a extração de fundamentos de um para o outro, fico intrigada em conhecer teorias que tratem especificamente de necessidades e desejo na visão do marketing. Fazendo inicialmente buscas na internet, sou naturalmente jogada à teoria de Maslow. É começo de uma extensa e prazerosa pesquisa para compreender as necessidades específicas das pessoas que trabalham nas organizações, aglomerados humanos com interesses comuns e distintos.

Lendo livros e vasculhando sites sobre o assunto entendo que Abraham Maslow, um psicólogo americano nascido no começo do século passado, dedicou grande parte de sua vida profissional ao estudo e desenvolvimento da teoria das necessidades. Sua teoria baseia-se em uma hierarquia das necessidades de acordo com o grau de importância e influência no comportamento do indivíduo, definindo cinco níveis de necessidades: fisiológicas, de segurança, sociais, de autoestima e de autorrealização.

De acordo com Maslow, "as necessidades não satisfeitas são os motivadores principais do comportamento humano, havendo precedência das necessidades mais básicas sobre as mais elevadas".

Em um primeiro nível hierárquico, Maslow enquadra como necessidades fisiológicas, consideradas as necessidades mais básicas e físicas. Segundo ele, quando não temos estas necessidades satisfeitas ficamos mal, com desconforto, irritação, medo e doentes. Estes sentimentos e emoções nos conduzem à ação na tentativa de diminuí-las ou aliviá-las rapidamente para estabelecer o nosso equilíbrio interno. Uma vez satisfeitas estas necessidades, abandonamos estas preocupações e passamos a nos preocupar com outras coisas.

Em um nível acima, Maslow coloca as necessidades de segurança, explicando que procuramos fugir dos perigos, buscando por abrigo, segurança, proteção, estabilidade e continuidade.

No terceiro nível hierárquico, Maslow lista as necessidades sociais, relacionando-as diretamente ao amar e ao pertencer. Em sua argumentação, o ser humano tem a necessidade de ser amado, sentir-se querido e aceito. Nós

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

queremos nos sentir necessários a outras pessoas ou grupos de pessoas.

No quarto e penúltimo nível hierárquico estão as necessidades de status também chamadas de estima. O ser humano busca ser competente, alcançar objetivos, obter aprovação e ganhar reconhecimento. Neste nível estão tanto características de autoestima como de heteroestima, sendo a autoestima derivada da proficiência e competência em ser a pessoa que se é, gostar de si, acreditar em si e dar valor a si próprio enquanto a heteroestima é o reconhecimento e a atenção que se recebe das outras pessoas.

No último nível estão as necessidades de autorrealização, as quais são diretamente relacionadas à realização como pessoa, à demonstração prática da realização permitida e alavancada pelo seu potencial único e à busca por conhecimento.

Conhecida como Pirâmide das Necessidades Humanas de Maslow, a imagem abaixo mostra a hierarquia estabelecida na teoria e exemplifica como as necessidades se traduzem em satisfação no trabalho e fora do trabalho:

Após conhecer a pirâmide e entender a teoria, faço uma rápida análise do cenário da empresa onde atuo e verifico que um grande número de colaboradores não tem sequer satisfeitas as necessidades fisiológicas dentro do trabalho, uma vez que a empresa frequentemente opera com horas extras e em alguns postos não oferece conforto físico.

As primeiras perguntas que vêm à minha cabeça são "com que frequência um mesmo colaborador faz hora extra?", "A empresa oferece segurança na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

execução de todas as atividades?" e "O ambiente de trabalho é acolhedor?". Essas perguntas somam-se a outras, que somadas a outras e mais outras enchem minha mente de dúvidas e me conduzem a entender sobre motivação e que características possuem as empresas consideradas "melhores empresas para trabalhar" por consultorias como a Great Place to Work (GPTW), um instituto global de consultoria presente em 53 países e que anualmente divulga listas a partir de estudos realizados em diversos países, inclusive no Brasil.

Em uma revista especializada com foco em gestão e liderança, tenho a oportunidade de ler uma matéria que abordava a edição de 2015 do ranking das 100 melhores empresas para trabalhar na América Latina. Na reportagem, a própria GPTW identificava características em comum entre as empresas selecionadas. E não foi minha surpresa verificar que todas elas estavam relacionadas aos níveis hierárquicos mais altos da pirâmide de Maslow. As seguintes relações foram por mim estabelecidas:

Posicionada no meio da pirâmide, as necessidades sociais dos colaboradores das empresas do ranking latino-americano, segundo a pesquisa da GPTW, são atendidas. Na pesquisa, os funcionários apontaram a boa comunicação como uma importante característica de suas empresas, traduzindo-a na capacidade de se comunicar internamente com eficiência e permitir que todos saibam o que está acontecendo na empresa, sem insegurança e que se sintam confortáveis como emissores e receptores de opinião e informação. Ainda dentro do nível necessidade social, outro item que se repete é o acesso à liderança, incluindo nas respostas os feedbacks constantes, o repasse de novas diretrizes e acompanhamento conjunto de indicadores de desempenho.

Uma das características comuns entre as melhores apontadas na pesquisa da GPTW está relacionada ao nível hierárquico das necessidades de estima da teoria de Maslow. Trata-se da ampliação de horizontes de carreira dos profissionais, gerando aos colaboradores mais oportunidades de serem promovidos. Segundo a GPTW, a mobilidade interna, que faz com que os talentos sejam priorizados, é um dos atrativos mais apreciados pelos profissionais das empresas bem avaliadas.

A necessidade de autorrealização também é satisfeita quando observo duas características comuns às empresas do ranking. A primeira delas é a meritocracia. É o reconhecimento sendo respeitado em conjunto à diversidade. A segunda característica é o investimento em treinamento e desenvolvimento atuando como outra oferta de valor que as melhores empresas para trabalhar fazem a seus colaboradores.

Feita esta análise, sinto-me então ainda mais interessada em conhecer detalhes do relatório fornecido por empresas que realizaram, nos últimos anos,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pesquisas de clima dentro da empresa em que trabalho, entre elas a GPTW e a Você S/A. Os dados dos relatórios apontam pouca confiança na liderança e baixo reconhecimento de participação em decisões estratégicas ou que possam mudar algo na área de trabalho, questões diretamente relacionadas às necessidades dos dois últimos níveis da pirâmide de Maslow.

Percebo que o questionário utilizado é um questionário padrão no qual não há qualquer oportunidade de alterar ou incluir perguntas. Perguntas com foco em avaliação do processo de feedback e nas ferramentas de avaliação individual demonstram o pouco ou quase nenhum direcionamento para as necessidades fisiológicas e de segurança. Seriam as boas empresas para se trabalhar totalmente realizadas em questões envolvendo necessidades tão básicas?

Também participo ativamente da realização de um censo social dentro da empresa, em parceria com a área de assistência social. Uma rica oportunidade para conhecer questões envolvendo a vida pessoal e profissional do público interno. No total, 89% dos colaboradores participam do censo, um número significativo se comparado aos 35% de aderência nas pesquisas de clima da Você S/A e Great Place to Work. Uma diferença intrigante que me faz levantar a hipótese de que o grande interesse do público interno da empresa em que atuo está em questões e temas relacionados às necessidades fisiológicas, de segurança e sociais. No censo, questões como religião, educação, saúde, benefícios, direitos trabalhistas, estrutura física da empresa e segurança dos filhos ganham um peso extra ao apontar preocupações dos colaboradores não antes imaginadas pela gestão.

Algumas descobertas permitem um olhar mais atento ao plano de trabalho desenhado para 2015, exigindo que sejam repensadas e priorizadas algumas campanhas de endomarketing. Outras descobertas sinalizam a necessidade de antecipar ações programadas para 2016, voltadas especificamente para uma avaliação, revisão e revitalização dos canais internos. Para isso, uma enquete de comunicação interna foi realizada em 16 de outubro de 2015, com resultados ainda a serem apurados e analisados.

Para mim, o que é notório nesta vivência são os conceitos de marketing e sua vasta aplicabilidade em endomarketing, abrindo caminhos não antes planejados e conduzindo-me para uma análise mais profunda do perfil do colaborador e das características que compõem o clima interno da empresa. Muito mais trabalho prático certamente está por vir.

Referências

CASAS, A. L. L., **Marketing de serviços**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.

DAVIDOFF, Linda. L. **Introdução à psicologia**. 3ª edição. São Paulo: Makron Books, 2001. GUEDES, Paulo. **Os 5 níveis das necessidades humanas.** Empreender Negócio

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Digital. Disponível em http://virtualmarketingpro.com/blog/pauloguedes/os-5-niveis-das-necessidades-humanas/ Acesso em 15/10/2015.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 12ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
MASLOW, A. H. ***A Theory of Human Motivation***. 1943. Disponível http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm. Acesso em 18/09/2009
NOBREGA, Hamilton F. **A teoria da hierarquia das necessidades de Maslow e o processo de ensino-aprendizagem**. Webartigos. 2010. Disponível em <http://www.webartigos.com/artigos/a- teoria-da-hierarquia-das-necessidades-de-maslow-e-o-processo-de-ensino- aprendizagem/50860/#ixzz3olAXQbQl> Acesso em 13/10/2015.
OSTROWER, Fayga. A construção do olhar. In NOVAES, Adalto. **O Olhar.** São Paulo: Companhia das Letras,1988.
WERNECK, Ticiana, 100 melhores empresas para trabalhar. **Revista HSM Management**, edição 110, maio-junho de 2015, p.54

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

EXPERIÊNCIA EM GRUPO DE PESQUISA DE DESENVOLVIMENTO DE FÁRMACOS

Thais Tognoli Paterlini (Universidade de São Paulo); thaispaterlini@gmail.com*

RESUMO: O processo de descoberta e desenvolvimento de novos fármacos é complexo, longo e de alto custo, sendo dividido em duas grandes fases: (i) descoberta (pesquisa básica) e (ii) desenvolvimento (clínica). Nos estágios iniciais da fase de descoberta, o foco das pesquisas é a identificação de moléculas pequenas capazes de representar novas entidades químicas com potencial de desenvolvimento clínico, ou seja, uma molécula ativa. Essa primeira etapa é aquela em que se deve investir mais tempo e dinheiro. Dentro desse contexto está o desenvolvimento de novos fármacos para as doenças tropicais negligenciadas (DTN). Essas doenças são endêmicas em várias regiões geográficas, afetando milhões de pessoas e elevando os índices de mortalidade. Para essas doenças existem, atualmente no mercado, algumas opções terapêuticas, mas essas são insuficientes e apresentam uma série de problemas, tais como baixa eficácia, elevada toxicidade e elevados efeitos colaterais. Todo esse cenário é agravado ainda mais pelo número limitado e pela falta de inovação nos programas de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de novos fármacos na área de DTN. Atualmente, muitas iniciativas estão sendo executadas com sucesso para inserir o Brasil em um panorama cada vez mais expressivo no campo da ciência e tecnologia, principalmente em pesquisas de novos fármacos para as doenças negligenciadas. Um exemplo disso é o Grupo de Estudos em Química Medicinal (NEQUIMED), da Universidade de São Paulo, em São Carlos, que tem como foco o estudo de antiparasitários para a doença de Chagas e as leishmanioses. Hoje em dia, a competitividade das empresas brasileiras se restringe ao mercado doméstico e aos produtos genéricos, devido à ausência de atividades de P&D nas empresas e falta de capacidade de investimento por parte do empresariado nacional. Assim, dentro de todo esse contexto, fica claro o crescimento de novas oportunidades nas áreas de P&D nas indústrias, principalmente na farmacêutica, além das oportunidades de gestão de carreira dentro das Universidades, com enfoque em pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento, como por exemplo, nas áreas de química, biologia, biotecnologia, entre outras. O presente trabalho apresenta uma revisão da literatura e uma experiência em um Grupo de Estudos em Química Medicinal, abordando as primeiras fases de desenvolvimento de fármacos.

PALAVRAS-CHAVE: Fármacos. Doenças Tropicais. Pesquisa e Desenvolvimento. Química Medicinal. NEQUIMED.

ABSTRACT: The process of discovery and development of new drugs is complex, long and with cost, being divided in two phases: (i) Discovery (Basic Research) and (ii) Development (clinic). Initial stages in the discovery phase, the focus of research is the identification of small molecules able of representing new chemical entities with clinical development of potential, so an active molecule. This first stage is which must be invested more time and money. In this context it is the development of new drugs to neglected tropical diseases (NTDs). These endemic diseases are endemics in geographic regions, affecting millions of people and raising the mortality rates. For these diseases there are currently on market, some therapeutic options, but these are inadequate and present a series of problems such as low efficacy, high toxicity and high side effects. This whole scenario is exacerbated even more with the limited number and by lack of innovation in program Research and Development (R & D) of new drugs in the DTN area. Currently, many initiatives are being implemented with success to insert Brazil in a panorama or wide every time more significant in the area of science and technology, especially or mainly on research of new drugs and neglected diseases. An example is the Medicinal Chemistry Study Group (NEQUIMED), of the University of São Paulo, in São Carlos, which has as focuse on the antiparasitic

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

study of Chagas disease and the leishmaniasis. Nowadays, the competitiveness of Brazilians companies is restricted to the domestic market and generic products, due to the absence of R & D activities in the companies and lack of capacity forinvestment by the national business community. So, in whole this context get cleartheincrementof new opportunities in areas of R & D on industries, mainly in the pharmaceutical, beyond of the career management opportunities within the universities, with focus on research in various knowledge areas as example, in theareas of chemistry, biology, biotechnology and others. This paper presents a literature review and an experience in a Medicinal Chemistry Study Group, addressing the early stages of drug development.

KEYWORDS: Drugs. Tropical diseases. Research and development. Medicinal chemistry. NEQUIMED.

INTRODUÇÃO:

No contexto da Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de fármacos está a química medicinal, uma disciplina com base em química, que envolve a invenção, a descoberta, o planejamento, a identificação, a preparação e a interpretação do mecanismo de ação molecular de compostos biologicamente ativos, além de englobar os estudos do metabolismo e das relações entre a estrutura química e atividade. A química medicinal se destaca também nesse meio devido ao seu caráter multidisciplinar, já que abrange diversas especialidades, como química orgânica, bioquímica, farmacologia, informática, biologia molecular e estrutural (IUPAC, 2015).

A descoberta e o desenvolvimento de um novo fármaco é um processo bem complexo, longo, de alto custo e envolvido diretamente às inovações científicas e tecnológicas, como por exemplo, aos avanços da química e biologia e a melhor compreensão das vias bioquímicas e alvos moleculares (GUIDO *et al*, 2010).

Todo esse processo de descoberta e desenvolvimento pode ser dividido em duas grandes fases: (i) descoberta, também conhecida como fase de pesquisa básica; (ii) desenvolvimento ou clínica (LOMBARDINO & LOWE, 2004). A primeira fase é aquela em que mais tempo e dinheiro são investidos, já que se trata de uma fase crucial para a continuação das pesquisas. Nessa fase, as pesquisas se concentram na identificação e otimização de moléculas pequenas capazes de representar novas entidades químicas com potencial de desenvolvimento clínico, ou seja, há a busca por uma molécula bioativa.

A identificação das moléculas bioativas pode ser feita a partir de triagens reais (biológica) ou virtuais (computacional) de produtos naturais, compostos sintéticos ou coleções combinatórias. Nessas triagens, determinam- se experimentalmente as propriedades biológicas e uma série de propriedades farmacodinâmicas e farmacocinéticas, para que assim, haja seleção dos compostos otimizados que seguirão na pesquisa para posterior desenvolvimento de uma nova entidade química candidata a fármaco. (GUIDO *et al*, 2010).

Uma área que merece atenção nesse contexto é a pesquisa e desenvolvimento de fármacos para as doenças tropicais negligenciadas (DTN), que são doenças predominantes em várias regiões geográficas importantes, afetando milhões de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pessoas e aumentando o índice de mortalidade (DIAS *et al*., 2009).

Existem vários fármacos para as mais diversas DNTs (malária, doença de Chagas, dengue, lepra, leishmaniose, esquistossomose, entre outras), porém essas opções terapêuticas são insuficientes e apresentam uma série de problemas, tais como baixa eficácia, elevada toxicidade e elevados efeitos colaterais (GUIDO & OLIVA, 2009). Além disso, esse problema é agravado pelo número limitado e pela falta de inovação e esforços globais (governo, universidades e indústria) nos programas de P&D de fármacos na área de DTN.

Atualmente, muitas iniciativas estão sendo executadas com sucesso e inserindo o Brasil em um panorama cada vez mais expressivo no campo da ciência e tecnologia, principalmente na área de desenvolvimento de fármacos para as DTNs (GUIDO *et al*, 2010). Um exemplo disso é o Grupo de Estudos em Química Medicinal (NEQUIMED) da Universidade de São Paulo, em São Carlos.

O NEQUIMED, que conta com a participação de vários colaboradores das mais diferentes áreas de interface com a química medicinal, atua na busca de novas substâncias químicas bioativas de interesse em doenças tropicais (Chagas e leishmanioses). Além disso, algumas pesquisas com substâncias antitumorais também são realizadas. Várias ferramentas são empregadas em quimioinformática, diretamente integradas aos ensaios experimentais guiados por enzimas-alvo e células (NEQUIMED, 2015).

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA:

Uma das pesquisas desenvolvidas no NEQUIMED foi o estudo das interações fármaco-enzima do Citocromo P450, principalmente a CYP3A4, que teve como objetivo principal utilizar uma metodologia para avaliar o potencial de inibição dessas enzimas por pequenas moléculas, selecionadas a partir de um programa de planejamento e desenvolvimento de inibidores enzimáticos do *Trypanosoma cruzi*, conduzidos em outros estudos no presente Grupo.

A relevância do estudo foi selecionar, em um primeiro momento, quais moléculas, em estudo pelo Grupo, inibiam as enzimas dessa família. Vale ressaltar que o Citocromo P450 é uma superfamília de enzimas essencial para o metabolismo e a inativação de compostos endógenos e xenobióticos, inclusive para a maioria dos fármacos utilizados na terapêutica. Assim, fármacos que inibem essas enzimas podem causar o acúmulo tóxico de outro fármaco coadministrado, resultando em interações do tipo fármaco-fármaco.

A fluorimetria foi a técnica utilizada para avaliar esse potencial de inibição. Os ensaios foram realizados no modo cinético, medindo-se o sinal de fluorescência continuamente. A ausência ou a diminuição desse sinal indicou a inibição da enzima.

Essa triagem de candidatos a fármacos com potencial de inibição das enzimas do

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Citocromo P450 é conduzida ainda no início do processo de desenvolvimento dos mesmos, evidenciando o elevado critério de seleção utilizado durante a escolha dos compostos-matrizes promissores para adentrar na fase pré-clínica de desenvolvimento. Assim, as moléculas em estudo que inibiram as enzimas, foram desclassificadas, não seguindo nos passos seguintes da pesquisa.

RESULTADOS E CONCLUSÕES:

Atualmente, a palavra-chave na competitividade entre as empresas é a inovação tecnológica. A indústria farmacêutica é baseada em ciência e se destaca como sendo uma das mais lucrativas, e assim, inovar é essencial para sua sobrevivência no setor industrial.

As empresas estão utilizando várias estratégias para inovar. Uma delas é a terceirização, tanta das etapas da produção, como também dos ativos tecnológicos complementares, através de parcerias com outras empresas e principalmente com as universidades.

A área de P&D de fármacos vem crescendo de forma acentuada no Brasil, e essa tendência deve aumentar cada vez mais, diante dos grandes investimentos que já se pode ver, tanto em infraestrutura, qualificação de pessoas e pesquisa, quanto em uma maior parceria entre as universidades, governo e indústria.

Portanto, dentro de todo esse contexto, é notável o aumento das oportunidades nas áreas de P&D nas indústrias, além das oportunidades de gestão de carreira dentro das universidades em pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento.

REFERÊNCIAS

DIAS, L. C. *et al*. *Chemotherapy of chagas' disease*: *state of the art and perspectives for the development of new drugs.* **Química nova**, v.32, n.9, p.2444-57, 2009.

GUIDO, R. V. C.; OLIVA, G. *Structure-based drug design for tropical diseases*. ***Curr. Top. Med. Chem***., v.9, n.9, p.824-43, 2009.

GUIDO, R. V. C.; ANDRICOPULO, A. D.; OLIVA, G. Planejamento de fármacos, biotecnologia e química medicinal: aplicações em doenças infecciosas. **Estudos avançados**, v.24, n.70, p.81-98, 2010.

IUPAC. Disponível: www.iupac.org. Acesso em 13 ago. 2015.

LOMBARDINO, J. G.; LOWE, J. A. 3rd. *The role of the medicinal chemist in drug discovery –*
then and now. ***Nat. Rev. DrugDiscov***., v.3, n.10, p.853-62, 2004.

NEQUIMED. Disponível: nequimed.iqsc.usp.br. Acesso em 13 ago. 2015.

PATERLINI, T. T.; RIBEIRO, J. F. R.; MONTANARI, C. A.; Estudo das interações fármaco- enzima do Citocromo P450, 19° **SIICUSP**, 2011.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

SANTO ANDRÉ

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DO PEDAGOGO EM AMBIENTES HOSPITALARES

Maicy Cristina Quintilhano de Souza (UNIESP)

Tamara Rodrigues Dias (UNIESP)

RESUMO: Após a Segunda Guerra Mundial, com um grande número de crianças e adolescentes mutilados e impossibilitados de irem à escola, as equipes médicas passaram a trabalhar com os profissionais da educação para um melhor desenvolvimento do aluno. O pedagogo da classe hospitalar teria a função de dar continuidade aos estudos da criança ou adolescente internado, porém ficando sempre atento a pré-disposição de cada um e adaptando o currículo para que atenda as necessidades educacionais especiais do internado. Na brinquedoteca o professor teria a função de motivar o internado a várias atividades lúdicas e recreativas, ocupando seu tempo ocioso e relacionando com a prática. Além da ocupação e da continuidade dos conteúdos escolares, estes pacientes tem suas questões psicoafetivas trabalhadas, e por muitas vezes a de suas famílias também por entender que o momento de dor, sofrimento e afastamento de suas atividades rotineiras afetam e abalam o lado emocional destas crianças e adolescentes. Para que este respaldo aconteça da melhor maneira possível é necessário o apoio da equipe médica, todos trabalhando em conjunto visando sempre o bem estar do internado e a qualidade do ensino prestado. O trabalho do pedagogo desta área vai muito além do trabalho de um pedagogo em uma classe regular, ele é pensado de uma maneira a dar um tratamento humanístico aos pacientes internados, ou seja, um olhar atento às questões afetivas destas crianças e adolescentes.

Palavras Chave: Qualidade, motivar, humanístico.

ABSTRACT: After World War II, with a large number of children and adolescents maimed and unable to go to school, medical teams started working with professional education for better development of the student. The teacher of the class hospital would have the task of continuing the child studies or hospitalized teen, but getting ever mindful of predisposition of each and adapt the curriculum to meet the special educational needs of the hospital. In the playroom the teacher would have a role to motivate hospitalized several play and recreational activities, taking his downtime and relating to the practice. In addition to the occupation and continuity of school subjects, these patients have their affective psychological issues worked, and often their families also to understand that the moment of pain, suffering and expulsion of their routine activities affect and undermine the emotional side of these children and adolescents. For this support as best as possible support of the medical staff is necessary, all working together always seeking the welfare of the hospital and the quality of the education. The work of the teacher in this area goes far beyond the work of a teacher in a regular class, it is thought of a way to make a humanistic treatment to inpatients, in a close look at the emotional issues of these children and adolescents.

Keywords: Quality, motivate, humanistic.

INTRODUÇÃO

O pedagogo é um profissional cujo campo de atuação é muito vasto. Um destes campos de atuação é a área hospitalar, que visa proporcionar a crianças e adolescentes, que se encontram hospitalizada, a continuidade e o acompanhamento nos estudos durante o período de internação, para que os mesmos não sejam prejudicados quando retornarem à escola regular.

Este profissional também visa o carinho, alegria e momentos de aconchego, proporcionados aos pacientes que necessitem deste apoio.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O objetivo deste trabalho é demonstrar a importância do pedagogo no ambiente hospitalar, visando o bem estar da criança internada, de forma que a mesma possa continuar seus estudos, propiciando uma melhor recuperação. Para isso, visa responder a algumas questões.

Primeiro, iremos fazer um levantamento de como surgiu a pedagogia hospitalar. Segundo, a função do pedagogo na classe hospitalar e na brinquedoteca. Terceiro, responder qual é o papel do pedagogo e sua importância no ambiente hospitalar.

Para respondermos a essas questões, foram feitos levantamentos bibliográficos sobre este tema.

A HISTÓRIA DA PEDAGOGIA HOSPITALAR

Em meados do século XX, no período da Segunda Guerra Mundial, houve um grande número de crianças e adolescentes que foram atingidos, mutilados e impossibilitados de irem à escola, e para suprir essas necessidades, em 1939, foi criado o CNEFEI – Centro Nacional de Estudos e de Formação para a Infância Inadaptadas de Suresnes, tendo como objetivo a formação do profissional da educação para atuar em ambientes hospitalares.

Juntamente com o Ministério da Educação, na França, a equipe médica passou a trabalhar com os profissionais da educação, criando, em 1939, o cargo de Professor Hospitalar.

No Brasil, foi através da Resolução nº 41 de outubro de 1995, no item 9, do Estatuto da Criança e do Adolescente Hospitalizado, que a legislação reconheceu o "direito de desfrutar de forma de recreação, programas de educação para a saúde, acompanhamento do currículo escolar durante sua permanência hospitalar". (BRASIL, 1995)

Todo o aluno que frequentasse a classe hospitalar possuía um cadastro com seus dados pessoais, de hospitalização e da escola que estava frequentando e, ao final de cada aula, o professor faria registros sobre o desenvolvimento do aluno, e também dos conteúdos que foram trabalhados. E somente após a alta hospitalar, seria enviado um relatório descritivo das atividades realizadas, seu desempenho, novas posturas adotadas e dificuldades apresentadas.

Para que isso fosse legitimado, seriam necessários o carimbo e a assinatura do diretor, a fim de encaminhar à escola todo o histórico do aluno hospitalizado.

Na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (MEC, 1996), a proposta é que todas as crianças e adolescentes tenham oportunidades que possibilitem o progresso do desenvolvimento, e a aprendizagem não seja suspensa, para que seu pleno desenvolvimento escolar não seja prejudicado.

O MEC também denomina essa modalidade de atendimento como classe hospitalar (Brasil, 2002).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FUNÇÃO DO PEDOGOGO NA CLASSE HOSPITALAR E NA BRINQUEDOTECA

A palavra classe tem um significado variado, pode ser entendida como um grupo de alunos, turma ou até mesmo como um grupo determinado por condições socioeconômicas, ou também pela atuação do profissional na área da saúde.

Essa implantação de Classe Hospitalar em hospitais pretende incluir a criança e o adolescente doente em seu novo modo de vida, criando um ambiente acolhedor e humanizado, privilegiando suas relações sociais e familiares, e mantendo contato com seu mundo exterior.

A sua criação deve ser vista com seriedade e responsabilidade, promovendo uma melhor qualidade e vida, pois é uma questão social.

Para melhor entendermos essa proposta, o documento define Classe Hospitalar Como:

> Denomina-se classe hospitalar o atendimento pedagógico-educacional que ocorre em ambientes de tratamento de saúde, seja na circunstância de internação, como tradicionalmente conhecida, seja na circunstância do atendimento em hospital-dia e hospital-semana ou em serviços de atenção integral à saúde mental. (BRASIL, 2002, p.13)

Segundo Fonseca (2010), o "atendimento escolar hospitalar", refere-se ao acompanhamento dos processos de desenvolvimento e de aprendizagem da criança doente durante sua internação no hospital, ou seja, de acordo com o MEC (2002) denomina-se Classe Hospitalar.

A função do pedagogo na classe hospitalar é de dar continuidade aos estudos da criança ou do adolescente internado, mas sempre ficando atento à predisposição dos mesmos para o desenvolvimento das atividades que são diferentes das de uma escola, dada a situação momentânea dos internados, pois a estrutura e a equipe profissional não são as mesmas, e esses fatores interferem no processo educativo.

Tendo em vista esse processo, o professor deve adaptar um currículo que atenda às necessidades educacionais de cada criança ou adolescente internado, desenvolvendo atividades mais lúdicas, mas não deixando de lado as educativas.

Um projeto que foi criado para ajudar as crianças que estão hospitalizadas, e trazer a tecnologia virtual foi o Projeto EureK@Kids, proporcionando aos hospitalizados um estimulo às atividades colaborativas de aprendizagem, à socialização e ao desenvolvimento do pensar criativo.

De acordo com Matos:

> Como os escolares hospitalizados precisam de estímulos mais intensos de motivação, a proposta busca amenizar a problemática que uma doença pode causar. Para isso, é importante que o ambiente possa oferecer uma interação com ludicidade, para que os alunos se sintam instigados a interagirem com seus colegas, professores da escola e do hospital e com o próprio ambiente (MATOS, 2009, p. 214).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Pois com essas experiências, Matos afirma que:

> Tais experiências integram professores, equipes médicas, enfermos, familiares, realidades escolares e outros profissionais envolvidos, promovendo assim novos olhares, novos fazeres, novo sentido ao ambiente hospitalar. Minimiza-se no escolar hospitalizado o sentimento de enfermoesperando a cura, tornando-o agente ativo no seu processo de recuperação (MATOS, 2009, p. 203).

Os professores das classes hospitalares devem manter uma rotina de horário para cada aluno, bem como disponibilizar um local adequado dentro do hospital para que as aulas aconteçam, sempre respeitando a saúde do aluno/paciente e sua predisposição para realizar as atividades propostas.

No ambiente hospitalar também há uma brinquedoteca. No Brasil, ela ainda é recente e pouco conhecida, pois só se tornou obrigatória em 2005, em hospitais públicos e privados. A função da brinquedoteca é de desenvolver as práticas educativas, recreativas e artísticas, funções essas que não precisam ser desenvolvidas somente pelo pedagogo, mas, também, podem ser desenvolvidas por voluntários, brinquedistas.

A função do pedagogo na brinquedoteca é de motivar a criança e o adolescente enfermo, e está ligada às variadas atividades lúdicas e recreativas como a arte de contar histórias, brincadeiras, jogos, dramatização, desenhos e pinturas, contribuindo para a continuação dos estudos no hospital, ocupando o tempo ocioso, e relacionando a teoria com a prática.

Segundo Friedmann (1992, p.30),

> A brinquedoteca é um espaço privilegiado que reúne a possibilidade e o potencial para desenvolver as características lúdicas. É hoje, um dos cominhos mais interessantes que pode ser oferecido às crianças de qualquer idade e faixa socioeconômica. O intuito é de resgatar, na vida das crianças, o espaço fundamental da brincadeira, que vem progressivamente se perdendo e comprometendo de forma preocupante o desenvolvimento infantil como um todo.

Quando a criança e o adolescente entram em uma brinquedoteca, os mesmos devem ser tocados pela magia proporcionada pelo ambiente através da sua decoração, pois a alegria e o afeto pelo que veem devem ser palpáveis.

> Quando alguém chega à porta de uma brinquedoteca deve ser tocado, deve ser atingido pela magia do lugar; precisa sentir que chegou a um lugar muito especial, pois é um lugar onde se respeita o ser humano criança e o mistério do seu vir a ser. (CUNHA, 1994, p.15).

Sendo assim, a brinquedoteca favorece as trocas afetivas, as brincadeiras e a convivência alegre e descontraída, tirando o valor do brinquedo e abrindo portas para o brincar, possibilitando a aprendizagem e o compartilhamento com os outros.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DO PEDAGOGO HOSPITALAR

O atendimento escolar a crianças e adolescentes hospitalizados é um meio de lutar contra a exclusão da criança ou adolescente doente.

Quando crianças ou adolescentes tem oportunidade de terem contato com uma sala de aula hospitalar e/ou uma brinquedoteca no período em que se encontram hospitalizados, suas dores e medos tendem a serem minimizados, já que, neste contexto, também são trabalhadas as questões psicoafetivas, humanísticas e emocionais destes pacientes e, por muitas vezes, suas famílias também recebem estes cuidados.

O artigo 205 da Constituição Federal de 88, diz que:

> A educação é direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando seu pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Isto quer dizer que se a Constituição Federal diz que a educação é um direito de todos, ela garante que a educação atinja a todos independentemente de onde e de como o educando esteja, se ele está em um ambiente escolar ou não.

O sucesso do trabalho feito pelo pedagogo hospitalar depende do trabalho coletivo e cooperativo de todos profissionais da saúde do hospital onde a criança ou adolescente se encontra, pois, um trabalho em conjunto é mais bem sucedido, já que tem o apoio e as ideias de todos.

A criança é também um cidadão, com direitos a serem respeitados e a serem atendidos, mesmo que se encontrem hospitalizados.

Embora estas crianças e adolescentes estejam inseridas em um ambiente incomum para elas, deve ser trabalhado o que diz a legislação educacional brasileira, fazendo as intervenções e adequações necessárias, pensando sempre nas necessidades e interesses de cada aluno hospitalizado. Pensando em nortear o trabalho feito com estes alunos hospitalizados, o documento Classe Hospitalar e Atendimento Pedagógico Domiciliar: estratégias e orientações (Brasil, 2002), orienta a escola em ambiente hospitalar nos meios e métodos a serem seguidos.

Freire nos diz que "Ler, escrever e contar são domínios essenciais a qualquer condição social, econômica ou mesmo de saúde". Portanto este direito deve ser assegurado e pensado com um olhar mais atento a estas crianças e adolescentes que precisam de uma atenção especial em um momento difícil pelo qual estão passando.

O PAPEL DO PEDAGOGO

A pedagogia se preocupa com o processo de ensino-aprendizagem das crianças, bem como lança um olhar atento aos cuidados e ao bem estar das mesmas. Por este motivo, cada vez mais, os pedagogos vão ao encontro das crianças e adolescentes independentemente de onde elas estejam.

O papel do pedagogo vai muito além do que apenas acompanhar pacientes na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

continuidade dos estudos fora da escola, este profissional também visa oferecer a estes pacientes um tratamento mais humanístico, cuidando do lado emocional de crianças e adolescentes hospitalizadas.

> Ao compartilharmos, no dia a dia do ensinar e do aprender, atitudes e modos de ação, cada um, vamos internalizando conhecimentos, habilidades, experiências, valores, rumo a um agir crítico reflexivo, autônomo, criativo e eficaz, solidário. Tudo em nome do direito a vida e a dignidade de todo o ser humano, do reconhecimento das subjetividades, das identidades culturais, da riqueza de uma vida em comum, da justiça e da igualdade social (Libâneo, 1998, p. 5).
> A escuta se refere à apreensão/compreensão de expectativas e sentidos, ouvindo através das palavras, as lacunas do que é dito e os silêncios, ouvindo expressões e gestos, condutas e posturas. [...]. Numa perspectiva de atenção integral, como escuta a vida, o desenvolvimento da escuta se dirige a promoção da saúde (promoção de vida e de sentidos) e não só ao tratamento, por isso, se volta tanto aos processos interativos de percepção e sensibilidade as condutas infantis e sintomas somatórios, quanto ao acompanhamento dos processos assistenciais. (Ceccim, 1997, p. 31).

A escuta e a observação são fundamentais a um pedagogo, esteja ele em qualquer área de atuação, pois são estes dois elementos que proporcionam a elaboração de um bom planejamento e que subsidiam uma reflexão acerca do que se vê e se ouve no processo de aprendizagem da escolarização hospitalar.

Este planejamento deve se adequar às diferentes necessidades e diversidades em que o pedagogo irá encontrar em um ambiente hospitalar. As estratégias, os recursos e o modo de trabalhar devem ser pensados de uma maneira que supere o ambiente físico de uma sala convencional, já que as situações vividas no cotidiano hospitalar vão além do saber pedagógico. Este ambiente nos faz enxergar de uma maneira diferente nossas práticas, e o quanto elas interferem no desenvolvimento da criança ou adolescente hospitalizado.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Declaração dos direitos da criança e do adolescente hospitalizados.** Resolução nº 41 de 13 de outubro de 95. Brasília: Imprensa Oficial, 1995.

BRASIL, M. J. **Estatuto da criança e do adolescente.** Diário Oficial da União, 13 de julho de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm>. Acesso em: 19 jul. 2015.

CECCIM, R; CRISTÓFILO, L; KULPA, S; MODESTO, R. Escuta pedagógica à criança hospitalizada. IN CECCIM, R; CARVALHO, P. (org.). **Criança hospitalizada: atenção integral como escuta à vida.** Porto Alegre: ed. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 1997.

CUNHA, N. H. S. **Brinquedoteca: definição, histórico no Brasil e no mundo.** In: FRIEDMANN, A. (org.). **O direito de brincar: a brinquedoteca.** São Paulo: Scritta. 1992.

ESTEVES, C. R. Pedagogia hospitalar: um breve histórico. D Disponível em: <http:// educacao.salvador.ba.gov.br>. Acesso em: 06 jul. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FONSECA, E. S. **Atendimento escolar no ambiente hospitalar.** Ed. Memnom: São Paulo, 2003.

FONTES, A. R; SCARELLI, G. **Educação no ambiente hospitalar: classe hospitalar, escolarização hospitalar ou pedagogia hospitalar?** Disponível em: <http://www.unit.br/pdf>. Acesso em: 18 jul. 2015.

JUSTI, E. M. Q; FONSECA, E.S; SOUZA, L. R. S. **Pedagogia e escolarização no hospital.** Ed. IBPEX. Curitiba. 2011.

LIBÂNEO, J. C. Didática. São Paulo: Cortez 1998.

MATOS, E. L. M. (org.). **Escolarização hospitalar: educação e saúde de mãos dadas para humanizar.** Petrópolis/ RJ: Vozes. 2009.

MEC/SEESP. **Política nacional de educação especial.** Educação Especial: um direito assegurado. Livro 1. Brasília: Secretaria de educação especial. 1994.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DA PSICOLOGIA DA EDUCAÇÃO NA FORMAÇÃO DOCENTE

MARCOS MESSIAS DA SILVA JUSTINIANO (SENAC SANTO ANDRÉ);
mamesiju@gmail.com

RESUMO
O processo de aprendizagem está repleto de conteúdos de natureza psicológica. Na relação professor-aluno, encontramos fenômenos de natureza psíquica que podem e devem ser trabalhados em prol da construção do conhecimento. Muitas questões psicológicas estão envolvidas no processo educacional. Desta forma, a Psicologia da Educação configura-se como uma disciplina indispensável na formação do professor, trazendo para o futuro docente entendimentos e ferramentas que contribuirão com seu trabalho, possibilitando a compreensão das emoções, das angústias, das resistências, das motivações e dos sentimentos envolvidos na educação. O entendimento de que o aluno não é um receptáculo esperando que nele sejam lançados conhecimentos pode ser propiciado pela Psicologia da Educação. Conceitos como a atenção, a memória, os sentidos, as interações com o ambiente e com o outro, e também as emoções fazem parte do processo educativo. Conteúdos referentes ao fenômeno psíquico aparecem em muitas outras disciplinas. A pedagogia, a didática e as metodologias de ensino estão repletas de conteúdos de natureza psicológica. Compreender como se dá a observação, a assimilação e a apreensão do conhecimento pelo aluno é relevante para o ensino e primordial como ferramenta para o professor. A Psicologia da Educação, por meio dos estudos sobre a aprendizagem e desenvolvimento, oferece subsídios teóricos e práticos que auxiliam substancialmente os profissionais envolvidos nas práticas educacionais. Desta forma, as teorias da psicologia podem ser aplicadas na educação para facilitarem a aprendizagem, bem como podem possibilitar maior desenvolvimento intelectual, social, pessoal e emocional. O professor deve considerar seus alunos em toda sua complexidade como pessoa, proporcionando uma aprendizagem para a vida, onde cada indivíduo tem sua própria capacidade para receber e processar informações.

PALAVRAS-CHAVE: Psicologia da Educação. Professor. Aluno. Aprendizagem. Trabalho docente.

ABSTRACT
The learning process is full of psychological content. In the teacher-student relationship, we find phenomena of psychic nature that can and should be worked out for the construction of knowledge. Many psychological issues are involved in the educational process. Thus the Educational Psychology appears as an indispensable discipline in the training of teachers, bringing to the future teachers the understandings and tools that will contribute to their work, enabling the understanding of emotions, the anguish, the resistances, motivations and feelings involved in education. The understanding that the student is not a vessel waiting for knowledge is released and can be offered by the Educational Psychology. Concepts such as attention, memory, consciousness, the interactions with the environment and with others, as well as emotions are part of the educational process. Content related to psychic phenomena appear in many other disciplines. The pedagogy, teaching, teaching methods, are full of psychological content. The understanding of how observation, assimilation and acquisition of knowledge by the student happens is relevant to teaching and primordial as a tool for the teacher. The Psychology of Education through studies on learning and development offers theoretical and practical subsidies that can help, substantially, professionals involved in educational practices. Thus, the psychological theories can be applied in education and make learning easier, giving greater intellectual, social, emotional and personal development. The teacher should consider their students in all its complexity as a person providing a learning for life, where every individual has their

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

own ability to receive and process information.

KEYWORDS: Educational psychology. Teacher. Student. Learning. Teaching.

INTRODUÇÃO

No processo de aprendizagem, todos os recursos sensoriais do indivíduo estarão envolvidos, bem como questões relacionadas ao seu desenvolvimento e seus processos psicológicos, como a memória, o pensamento, a atenção, a motivação, a prontidão, a interação social, a maturação. Compreender como se dá a observação, a assimilação e a apreensão do conhecimento pelo aluno é relevante para o ensino e primordial como ferramenta para o professor. Mesmo no ambiente de sala de aula, somos bombardeados pelos mais variados estímulos, o tempo todo, como a fome, a sede, o tênis que aperta nossos pés, lembranças, sons que vêm do lado externo, e saber como fazer para prender a atenção do aluno, sabendo que esta é seletiva, favorecerá o aprendizado, por exemplo.

Sendo assim, as teorias psicológicas terão muito a contribuir e facilitar o processo educacional. A psicologia tem servido e pode servir à educação, considerando que no conjunto das ciências que fundamentam o ensino, ela é vista por muitos como a principal subsidiária.

Podemos nos questionar como a Psicologia da Educação pode colaborar com o professor em sua atividade docente, mas não podemos esquecer que os alunos são indivíduos que possuem emoções, expectativas, angústias, desejos e percepções que, se levadas em consideração durante o processo de ensino, este poderá ser facilitado. Sendo assim, voltando ao questionamento, podemos entender que a Psicologia da Educação pode ajudar o professor em seu trabalho com pessoas.

É provável que todos os professores tenham, algumas vezes, feito a si próprio perguntas como estas: que poderei fazer para que João se esforce mais em aritmética? Que fiz hoje para tornar a classe interessada? Tais questões são basicamente psicológicas. São psicológicas no sentido de que se referem a complexos processos do comportamento humano (FALCÃO, 2000). O domínio da matéria e de determinada área do conhecimento pode ser insuficiente para o êxito do trabalho docente. Um professor que entra em sala de aula seguro por que sabe o que vai ensinar precisa lembrar que ele necessita saber, também, como deve ensinar. Ele (o professor) já tem "o conhecimento", e seus alunos estarão ali esperando aprender, porém, em muitas ocasiões, serão impedidos por uma infinidade de questões psicológicas que, se trabalhadas pelo professor, o ensino será facilitado.

Para Falcão (2000), a contribuição especial da Psicologia da Educação na formação do docente, é preencher as lacunas na compreensão que o futuro professor tem dos processos educacionais e corrigir suas noções errôneas. De acordo com o autor, o professor perceberá possibilidades, relações e problemas que nunca viu antes. E, pelo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

fato de haver adquirido este novo discernimento, provavelmente que se tornará um educador mais eficiente do que teria sido se não tivesse estudado Psicologia Educacional.

Apesar de, em uma sala de aula ou em um ambiente de ensino, o objetivo ser que os alunos aprendam, não se pode entender todos como sendo iguais. A individualidade deve ser respeitada e apreciada no processo de ensino, cada um com suas preferências e diferenças. No processo de aprendizagem é necessário que se leve em consideração os recursos sensoriais do aluno, a individualidade, as interações inerentes ao contexto e todos os processos psicológicos ocorridos neste momento. Desta forma, as teorias da psicologia podem ser aplicadas na educação e facilitarem a aprendizagem, bem como podem possibilitar maior desenvolvimento intelectual, social, pessoal e emocional.

COMO A PSICOLOGIA PODE CONTRIBUIR COM A EDUCAÇÃO

Quero, aqui, de uma forma bem sintetizada, conceituar Psicologia, para melhor compreensão de nosso estudo. Muitas são as definições que encontramos ao pesquisar o que é Psicologia: estudo da mente, da personalidade, ciência do comportamento. A Psicologia trata dos comportamentos humanos e seus processos mentais.

As raízes da psicologia são encontradas nos grandes filósofos da Grécia antiga. Sócrates, Platão e Aristóteles fizeram perguntas fundamentais sobre a saúde mental, que permanecem importantes para a compreensão da natureza da mente e dos processos mentais (ATKINSON et al. 2002). De acordo com Falcão (2000), os problemas levantados pela Psicologia são antiquíssimos, diz-se que o lema da escola do grande filósofo Sócrates era: "Conhece-te a ti mesmo". Considera-se que a psicologia como ciência começou em 1879, quando Wilhelm Wundt montou o primeiro laboratório de psicologia na Universidade de Leipzig na Alemanha. Wundt e seus colegas já se preocupavam com a pesquisa sobre os sentidos, bem como estudaram, também, a atenção, a emoção e a memória (ATKINSON et al. 2002).

Em Gamez (2013), notamos que, em um enfoque cognitivista da psicologia, busca-se compreender de que forma as faculdades mentais, como a memória, a atenção, a linguagem, o raciocínio, a capacidade para resolução de problemas são processados pela cognição humana.

Diante disto, lembremo-nos que conceitos como a atenção, a memória, os sentidos, as interações com o ambiente e com o outro, também as emoções, fazem parte do processo educativo. Conteúdos referentes ao fenômeno psíquico aparecem em muitas outras disciplinas. A pedagogia, a didática, as metodologias de ensino, estão repletas de conteúdos de natureza psicológica. Para Rodrigues (1973), a vastidão do conhecimento é de tal magnitude que se faz imperiosa a fragmentação em áreas de concentração. Ainda segundo este autor, haverá maior benefício se cada especialista concentrar-se em sua área específica, apelando para a atividade interdisciplinar quando

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

necessário. Ressalto a importância do ensino da Psicologia da Educação na formação docente, como área específica e de suporte para outras disciplinas indispensáveis na formação do professor.

Gamez (2013) afirma que a Psicologia da Educação é uma disciplina com suas próprias teorias, métodos de pesquisa, problemas e técnicas, que produzem conhecimentos relativos aos fenômenos psicológicos que derivam do processo educativo. "A Psicologia da Educação nasce na expectativa de consolidação de uma teoria educativa de fundamento científico que permitisse melhorar o ensino." (COLL et al., 1999 apud GAMEZ, 2013). "A finalidade da Psicologia da Educação é oferecer o conhecimento da natureza humana aos estudiosos da teoria da educação." (THORNDIKE, 1903 apud GAMEZ, 2013). "A finalidade da Psicologia da Educação é colocar os professores a par do estudo científico do desenvolvimento mental." (JUDD, 1903 apud GAMEZ, 2013). "A finalidade da Psicologia da Educação é fornecer os fundamentos psicológicos dos fatores educativos na civilização e nas suas escolas." (HARUS, 1898 apud GAMEZ, 2013).

Faz-se necessário também que, de forma sucinta, conceituemos aprendizagem. Falcão (2000) define aprendizagem dizendo que trata-se de uma mudança de comportamento, uma modificação relativamente duradoura do comportamento, através do treino, experiência, observação. Sendo esta um processo pessoal, gradual, cumulativo, integrativo, dinâmico ou ativo e contínuo. Isto posto, ainda em Falcão (2000), a Psicologia do Desenvolvimento esclarece quanto à sucessão das fases da vida; a Psicologia da Personalidade aprofunda questões relativas ao modo de ser da pessoa, como se organiza e como funciona o chamado psiquismo; a Psicologia da Aprendizagem traz sua contribuição quanto ao modo como as pessoas aprendem, as condições necessárias para aprender e o que as pessoas aprendem e o que fazem com o que aprendem. Deste modo, parece claro que o processo de ensino está totalmente permeado por questões psicológicas: atenção, memória, prontidão, maturação, motivação e interações sociais. Sendo assim, o ensino da Psicologia da Educação na formação do professor é imprescindível para o seu eficiente desempenho posterior em sala de aula.

Carl Rogers, teórico da psicologia humanista, citado na obra de DeAquino (2007), fala sobre aprendizagem:

> 'Eu gostaria de falar sobre aprendizagem. Mas não daquilo sem vida, estéril, fútil, rapidamente esquecido, que é imposto na mente do pobre e desamparado indivíduo que é amarrado em sua cadeira pelos cabos de aço da complacência! Estou falando de aprendizagem - a insaciável curiosidade que motiva um rapaz adolescente a absorver tudo que ele puder ver ou escutar sobre motores a combustão, de forma a melhorar a eficiência e a velocidade de seu carro. Estou falando do aluno que diz: 'Eu estou fazendo descobertas, captando conhecimento à minha volta e tornando aquilo que é captado parte integrante do meu eu.' Estou

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> falando de qualquer aprendizagem na qual a experiência de quem aprende progride da seguinte forma: 'Não, não, não é isto que eu quero'; 'Espere! Isto está mais próximo daquilo em que estou interessado, do que preciso'; 'Ah, agora sim! Agora eu estou recebendo e assimilando o que eu preciso e o que eu quero saber!' (ROGERS, 1993 apud DEAQUINO, 2007).

O professor deve considerar seus alunos em toda sua complexidade como pessoa. Proporcionando uma aprendizagem para a vida, onde cada indivíduo tem sua própria capacidade para receber e processar informações, resultantes de experiências prévias ou de fatores cognitivos (DEAQUINO, 2007). Ainda de acordo com este autor, a aprendizagem refere-se à aquisição cognitiva, física e emocional, e ao processamento de habilidades e conhecimento, e a quanto uma pessoa é capaz de compreender, manipular, aplicar e comunicar esse conhecimento e essas habilidades. Segundo Gamez (2013), um dos principais objetivos da Psicologia da Educação é o estudo dos processos de ensino e de aprendizagem, como ele ocorre, na escola, no trabalho ou em qualquer outro lugar onde a aprendizagem é propiciada.

Para DeAquino (2007), há uma variedade de estilos de aprendizagem nos grupos de alunos e os educadores precisam estar conscientes dessa diversidade. Em Falcão (2000), encontramos que motivação é vida; o estudo das matérias escolares é apenas uma fatia da vida, ou esse estudo se integra na vida dos alunos ou não haverá interesse pela aula.

Morin (2004) lembra que muitos erros podem ocorrer na construção do conhecimento, dado os erros e ilusões de percepção e dos sentidos do ser humano. Os desejos, os medos, as perturbações mentais trazidas por nossas emoções multiplicam os riscos de erro. "É necessário introduzir e desenvolver na educação o estudo das características cerebrais, mentais, culturais dos conhecimentos humanos, de seus processos e modalidades, das disposições tanto psíquicas quanto culturais que o conduzem ao erro ou à ilusão (MORIN, 2004)".

DeAquino (2007) afirma que o maior problema enfrentado na educação superior é que a maioria dos educadores não reconhecem a linguagem dos aprendizes. Não possuem a preocupação em entender as pessoas, o que leva à criação de estereótipos no ambiente educacional, denominando algumas pessoas como "despreparadas" ou "incapazes", sujeitando-as a um único estilo de transmissão de conhecimento. O ensino da Psicologia da Educação na formação do docente pode contribuir para que os futuros professores tenham consciência da necessidade de entender os alunos como pessoas, considerando suas individualidades. Perrenoud (2000) fala da necessidade de o professor trabalhar a partir das representações dos alunos. O que possibilita um processo de empatia entre professor/aluno, onde o primeiro traz à memória quando "não sabia" e coloca-se no lugar de seus aprendizes, lembrando de que o que parece evidente ao professor não o é aos seus alunos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Muitas são as contribuições da Psicologia da Educação. Em todos os ramos da Psicologia podemos encontrar ferramentas que auxiliam ao professor em seu trabalho. Ramos (1995) apud Gamez (2013), afirma que grande é a contribuição do pensamento behaviorista para a educação e que para os behavioristas é importante planejar o ensino com a definição clara dos objetivos a serem alcançados, bem como com a definição dos mecanismos de reforço que serão utilizados. A intervenção Construtivista na prática docente, de acordo com Gamez (2013), ressignifica o papel do professor. Ele passa a conduzir o aluno a descobrir seus próprios esquemas mentais. As estratégias do professor devem estar centradas principalmente na iniciativa do aluno, valorizando o conhecimento que ele já traz e avançando com ele na descoberta de novas formas de trabalho (GAMEZ, 2013). Sendo assim, o papel mais importante do professor é criar um ambiente no qual o aluno possa construir conhecimentos. A Psicanálise também traz suas contribuições, segundo Gamez (2013). O professor que conhece o conceito da transferência, vai compreender atitudes agressivas ou amorosas de um aluno para com ele. Nem sempre essas atitudes para com os professores são realmente pessoais, de acordo com o autor, mas, sim, correspondem a um estilo de relacionamento que o aluno está repetindo, experimentado em outras situações. Dependendo de como o professor agir nessas circunstâncias, pode abrir caminho à aprendizagem ou bloqueá-lo, despertando medo e ódio pelo conhecimento. Gamez (2013) trata também da identificação, que é um processo inconsciente que consiste em modelar-se segundo uma pessoa da vida real ou um herói da ficção, o que pode ocorrer do aluno para com o professor. A projeção ocorre frequentemente em sala de aula. Desejos inconscientes podem ser projetados na figura do professor que se em sua formação aprendeu, por meio da Psicologia da Educação a lidar com tais situações, poderá usá-las como ferramentas para a aprendizagem.

Freud citado por Gamez (2013), refere-se à importância da relação professor-aluno no processo de aprendizagem:

> 'É árduo decidir se o que nos afetou mais e foi de maior importância, foi nosso interesse pelas ciências que eram ensinadas ou pelas personalidades de nossos professores. É verdade, pelo menos, que esse segundo interesse constitui uma perpétua corrente oculta em todos nós e em muitos de nós, o caminho às ciências passava através de nossos professores.'

Carmo (2010) afirma que a relação professor-aluno envolve mais do que aspectos emocionais, porém, nem sempre os professores são lembrados pela competência no saber, mas são lembrados pelo modo como tratavam seus alunos. Em sala de aula o professor é uma referência e, segundo Carmo (2013), desde o primeiro dia de aula, os alunos elaboram uma série de avaliações subjetivas em relação ao professor, observando como ele se veste, como fala, se é seguro, intransigente ou aberto ao diálogo, entre outras.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Psicologia da Educação pode assessorar o docente na compreensão de como as pessoas aprendem. Falcão (2000) afirma que o professor precisa de toda atenção para o que está passando na mente do aluno ao aprender. Como professor basta eu olhar para meus alunos como simples alunos, ou o processo de ensino terá mais êxito se vê-los como seres humanos cheios de expectativas, angústias, motivações e decepções?

Como educador preciso contribuir para que essas pessoas que chegam a mim possam se desenvolver e crescer como seres humanos. Verdadeiros professores dão significado aos seus ensinamentos e conduzem a pessoa com todas as suas dificuldades e habilidades a um nível mais elevado. Enquanto para outros, é suficiente que seus alunos permaneçam "quietos", ouvindo e obtenham boas notas em suas provas. Grande parte das dificuldades de aprendizagem dos alunos está relacionada ao fato de o teor das matérias não possuir grande significação para eles, sendo este
um dos maiores desafios à capacidade do professor. O problema da aprendizagem é antes de tudo, o problema da vida. (FALCÃO 2000)

Acredito ser relevante que o professor não somente se preocupe com os produtos cognitivos da aprendizagem de seus alunos, mas também com os produtos afetivos e motores. Segundo Falcão (2000), os produtos cognitivos são os que consistem de novas informações e novos conhecimentos, os produtos afetivos correspondem às preferências, sentimentos, atitudes e valores e os produtos motores são os hábitos e habilidades. A Psicologia da Educação contribuirá para que o professor pense na aprendizagem de modo global, não permitindo que o aluno seja visto como um receptáculo de informações.

Falcão (2000) cita um texto de Albert Enstein contido em sua obra "Como Vejo o Mundo" que nos convida a uma reflexão sobre a importância do professor na formação de pessoas:

> 'É tarefa essencial do professor despertar a alegria de trabalhar e de conhecer. Caros meninos, como estou feliz por vê-los hoje diante de mim, juventude alegre de um país ensolarado e fecundo. Pensem que todas as maravilhas, objetos de seus estudos, são a obra de muitas gerações, uma obra coletiva que exige de todos um esforço entusiasta e um labor difícil e impreterível. Tudo isto, nas mãos de vocês se torna uma herança. Vocês a recebem, respeitam-na, aumentam-na e mais tarde, irão transmiti-la fielmente à sua descendência. Deste modo somos mortais imortais, porque criamos juntos obras que nos sobrevivem. Se refletirem seriamente sobre isto, encontrarão um sentido para a vida e para seu progresso. E o julgamento que fizerem sobre os outros homens e as outras épocas será mais verdadeiro." (FALCÃO. S/P)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A Psicologia da Educação, por meio dos estudos sobre a aprendizagem e desenvolvimento, oferece subsídios teóricos e práticos que auxiliam substancialmente os profissionais envolvidos nas práticas educacionais (CARMO, 2010).

REFERÊNCIAS

ATKINSON, R. et al. **Introdução à Psicologia de Hilgard**.Tradução: Daniel Bueno. 13. ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.
CARMO, J. S. **Fundamentos Psicológicos da Educação**. Curitiba: Ibpex, 2010.

DEAQUINO, C. T. E. **Como Aprender Andragogia e as Habilidades de Aprendizagem.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
FALCÃO, G. M. **Psicologia da Aprendizagem.** São Paulo: Ática, 2000.
GAMEZ, L. **Psicologia da Educação**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.
MORIN, E. **Os Sete Saberes Necessários à Educação do Futuro**. Tradução: Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2004.
PERRENOUD, P. **Dez Novas Competências Para Ensinar**. Tradução: Patrícia Chittoni Ramos. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.
RODRIGUES, A. **Psicologia Social**. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1973.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PERFIL DOCENTE: CONSIDERAÇÕES ACERCA DO PERFIL DOCENTE NO SÉCULO XXI

Vitor Hugo da Silva (Centro Universitário SENAC): professorvhs@gmail.com*

RESUMO

O presente artigo empenha-se em analisar o "Perfil Docente" do século XXI, tendo em vista que a "figura" do profissional docente vem recebendo ao longo da história novas perspectivas e novas exigências. Entende-se que o Docente atual apresenta uma nova configuração, porém, precisa preservar certas qualidades e competências acerca de sua função. A essa última (competência) se estabelece um olhar mais apurado, para não dizer investigativo, pois as novas competências exigidas para a função docente no século presente não parecem ser tão novas assim. Discutiremos ao longo deste artigo algumas dessas competências, e tentaremos esclarecê-las, afim de que possamos identificar o que realmente é atual e o que já é inerente ao profissional docente. Ao longo do artigo se intensificará, com o auxílio de estudiosos e catedráticos teóricos no assunto, a importância da figura do professor, do seu desempenho satisfatório com reflexos na sociedade e na formação de novos cidadãos, mais críticos, pensantes e menos submissos. O artigo propõe discutir as necessidades históricas, políticas e sociais dos docentes, compreendendo que um desempenho realmente significativo na função de ensinar está ligado aos acontecimentos do cotidiano, dos grupos sociais e dos fatos históricos. Compreender os desafios, identificar as reais necessidades da profissão, desenvolver projetos que relacionem conteúdo ao conhecimento prático, condições de trabalho favoráveis para todos envolvidos no processo de ensino e aprendizagem são algumas das questões que cerceiam e constituem o perfil docente na atualidade. Este artigo servirá para estimular as discussões acerca dessa temática, impulsionando novas ideias e futuros trabalhos que contribuam no desempenho do docente na atualidade.

Palavras-chave: Docente. Competência. Formação.

ABSTRACT

This paper strives to analyze the twenty-first century "Teacher Profile", considering that the "figure" of the teaching professional has received throughout history new perspectives and new requirements. It is understood that the current Teacher presents a new setting but needs to preserve certain qualities and skills about his or her function. At this last (competence) establishes a closer look, not to say, investigative, since the new skills required for the teaching professional in this century does not seem so new. We discuss throughout this article some of these skills, and try to clarify them so that we can identify what really is current and what is already inherent in the teaching profession. Throughout the article we will intensify, with the aid of theoretical scholars and professors on the subject, the importance of the teacher figure, its satisfactory performance with reflections on society and the formation of new citizens, more critical, thoughtful and less submissive. The article discusses the historical requirements, political and social teachers, realizing that a really significant performance in the function of teaching is linked to everyday events, social groups and historical facts. Understanding the challenges, identifying the real professional needs, developing projects that relate content to practical knowledge, working conditions favorable for everyone involved in the process of teaching and learning, are some of the issues that curtail and constitute the teacher profile nowadays. This article will serve to stimulate discussion about this theme, pushing new ideas and future work to contribute in teaching performance today.

Keywords: Teacher. Competence. Formation.

INTRODUÇÃO

Compreender que as mudanças sociais, históricas e até mesmo políticas influenciam na figura do profissional docente é entender que esse mesmo profissional carece de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

necessidades e competências cada vez mais relevantes para desempenhar o seu papel igualmente social, histórico e político.

Novos conhecimentos para a prática docente estão em pauta em várias discussões voltadas à Educação, esse artigo pretende entendê-los (pelo menos, alguns deles) repensando a prática docente na atualidade. Promover conversas desse gênero fomenta a importância do profissional docente, tanto na sua prática como na sua formação.

PERFIL DOCENTE: CONSIDERAÇÕES A CERCA DO PERFIL DOCENTE DO SÉCULO XXI

Tornar-se docente na atualidade é refazer o trajeto dos professores no Brasil e sua historicidade e, ao mesmo tempo, desfazer algumas "verdades" acerca de um perfil já ultrapassado, porém, ainda muito utilizado no cenário educacional brasileiro.

Pesquisar, mediar, incitar, possibilitar, disponibilizar, talvez não estejam hoje assim tão empregados nas ações docentes em todos os âmbitos educacionais, em contrapartida estão se fazendo cada vez mais necessárias e indispensáveis para que o distanciamento entre o ensino e aprendizagem seja diluído ou pelo menos aproximá-los, afim de uma qualidade verdadeiramente significava e relevante.

Está sempre em pauta, nas grandes convenções educacionais espalhadas em âmbito nacional, a discussão quanto aos "Novos conhecimentos necessários para a prática docente". Caberia entendermos se são de fato "novos" esses conhecimentos ou se os mesmos estão sufocados por uma tradição limitadora e pouco atualizada. De acordo com Veiga e D`Àvila (2008), a docência é a ocupação dos professores na qual estes desempenham inúmeras funções que ultrapassam a tarefa de ministrar aulas. A docência está associada à inovação quando rompe a forma conservadora de ensinar, aprender, pesquisar e avaliar. Reconfigura saberes procurando vencer as divisões entre conhecimento científico e senso comum, ciência e cultura, educação e trabalho, teoria e prática. Em busca de outras possíveis escolhas, explora novas alternativas teórico-metodológicas e, dessa forma, conquista reconhecimento quando é exercida com ética.

Se o professor é o mobilizador dos saberes profissionais, entende-se então que este, ao longo de sua trajetória, constrói e reconstrói seus conhecimentos conforme a necessidade de sua utilização, suas experiências, seus percursos formativos e profissionais.

O docente hoje precisa resgatar a importância da contínua autoformação, da reelaboração dos saberes iniciais em confronto com sua prática vivenciada. Assim, seus saberes vão se recriando a partir de uma reflexão na e sobre a prática.

É sabido que o conhecimento, mediante as grandes mudanças sociais e culturais, não pode ser reduzido à sua modalidade científica, mas também o estético, o religioso, o afetivo. A prática de ensinar, portanto, é a capacidade de interligar as várias faces do conhecimento, e quem oportunamente pode realizá- la é o ser docente.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> É preciso insistir: este saber necessário ao professor – que ensinar não é transferir conhecimento – não apenas precisa ser apreendido por ele e pelos educandos nas suas razões de ser (...), mas também precisa ser constantemente testemunhado, vivido. (FREIRE, 1997).

Essa fala de Freire intensifica a necessidade real do docente na atualidade, embora transcrito a mais de uma década, torna-se cada vez mais latente a articulação da teoria com a prática e cada vez mais, é preciso que toda essa "bagagem" intelectual esteja intimamente associada ao real, ao vivido, apreendendo sua importância e relevância ao ensinar.

NOVOS (?) CONHECIMENTOS NECESSÁRIOS PARA A PRÁTICA DOCENTE.

São considerados "novos" os conhecimentos para a prática docente na atualidade muito em função da reconfiguração social, dos avanços tecnológicos e do impacto dessas mudanças no cenário educacional, entretanto, precisamos evidenciar que muito do que se estabelece como "novos conhecimentos" são conhecimentos que já estavam predispostos à função docente, e muito bem esclarecidos por Paulo Freire em "Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática da autonomia", de 1996, em que o autor amplia a discussão sobre a prática docente e sua relação com o conhecimento, lançando suas considerações acerca da prática docente (saberes para a prática docente).

É indispensável que se pense a prática docente como um ato de transformação do mundo, tal qual a importância de uma prática educativa e formadora, bem assinaladas por Paulo Freire. Buscar a "autonomia do ser do educando" é repensar o papel dos alunos na prática docente, é conduzi-los para o despertar do conhecimento por meio da pesquisa, incitando a necessidade de conhecer e aplicar seus conhecimentos na vida, no cotidiano, estimulando a criação, a independência do ser.

Algumas máximas construídas por Freire refletem os novos conhecimentos e exigem do educador/professor uma análise mais cuidadosa e sua real aplicabilidade na prática docente. Destacam-se três delas: "Não há docência sem discência"; "Ensinar não é transferir conhecimento' e "Ensinar é uma especialidade humana", essas máximas na prática educativa da realidade comtemplam o grande desafio que é o ato de "ensinar" mediante as evidentes mudanças tecnológicas e remodelação social da atualidade.

"Não há docência sem discência" é a máxima que reflete claramente que não existe o "ensinar" sem o "saber", essa relação simbiótica entre o ensinar e o saber precisa estar evidente na prática educativa, pois se torna sequencial e verdadeiramente mais produtiva. Tanto aprende quem ensina, essa é essência do educador democrático que deve reforçar a capacidade crítica do educando; a busca do rompimento com o senso comum, a busca da superação e estímulo à capacidade criadora do mesmo. Cabe ao docente o ato desafiador afim de novas produções.

"Ensinar não é transferir conhecimento", simples, porém pouco empregado, o educador hoje precisa enxergar que ensinar não é construir conhecimento, mas criar as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

possibilidades para a produção e construção. É ter consciência do inacabado, que os conhecimentos não são blocos que se encerram em si mesmos, mas que refletem a vida, sua constante mudança e "inacabamento".

Ensinar exige o conhecimento e respeito à autonomia e à identidade do educando, reconhecendo-o como artífice de sua formação, não desprezando sua leitura de mundo, pois tal acervo representa sua identidade cultural. É preciso aprender para transformar a realidade.

"Ensinar é uma especificidade humana", se é uma ação genuinamente humana é preciso ressaltar que o educador atual precisa levar em consideração o cultivo de certas qualidades ou virtudes: amorosidade, respeito aos outros, tolerância, humildade, gosto pelo conhecer, abertura para o novo, disponibilidade à mudança, persistência no acerto e análise do erro. Não é possível a prática pedagógica que se faz apenas com ciência e técnica.

Tais conhecimentos tornam-se evidentes, pois a prática docente, há alguns anos, tem estado cada vez mais próxima do todo e compreendendo a fragmentação como uma medida menos impactante no que se propõe a ser ensinado.

Há de se lembrar das 10 competências para ensinar, bem estabelecidas por Perrenoud (2000), devidamente elencadas: 1. Organizar e dirigir situações de aprendizagem: condição intrínseca à profissão na medida em que a prática educativa se dá a partir da condução de saberes, e situações que promovem sua assimilação; 2. Administrar a progressão das aprendizagens: tal competência intensifica a necessidade do docente de "conhecer" a situação e o desempenho progressivo no processo educativo; 3. Conceber e fazer evoluir os dispositivos de diferenciação: é também de responsabilidade do docente trabalhar valores a cerca do convívio, das relações. Torna-se indispensável o trabalho pautado na equidade e na qualidade. 4. Envolver os alunos em suas aprendizagens e em seu trabalho: o ato de "ensinar" não é um ato solitário, é um ato solidário, compartilhado e na medida em que se ensina, aprende. ; 5. Trabalhar em equipe: entender o ato educativo como um ato participativo, coletivo em que se delegam as tarefas e as articula afim de que os saberes sejam compartilhados e fortaleçam o trabalho em conjunto; 6. Participar da administração da escola: a instituição de ensino é uma extensão do docente, entender essa extensão é compreender sua importância na prática educativa; 7. Informar e envolver os pais: indispensável para o desenvolvimento da atividade docente, entretanto no que se refere ao Ensino Superior tal competência é transferida ao próprio discente, na medida em que o mesmo torna-se responsável por sua formação;

8. Utilizar novas tecnologias: notória tem sido a participação dos instrumentos tecnológicos e as TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) no processo de aprendizagem, necessitando a correta utilização e atualização do docente, afim de que tais recursos auxiliem no processo educativo; 9. Enfrentar os deveres e os dilemas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

éticos da profissão; comprometer-se ética e moralmente com a profissão é concretizar a identidade docente, e 10. Administrar sua própria formação contínua: eis uma das competências mais polêmicas no que se refere ao ensino superior, uma vez que os docentes mais "antigos" na prática tornam- se resistentes a ideia de que a formação não é finita, e que precisa sempre buscar mais informações, mais conhecimento, mais (e novas) práticas com a finalidade ampliar todo esse processo do conhecimento.

COMPREENDENDO AS NECESSIDADES SOCIAIS, POLÍTICAS E HISTÓRICAS DO DOCENTE.

Há inúmeros estudos acerca da nova configuração do perfil docente, sobretudo no ensino superior, pois se torna cada vez mais evidente que esse profissional passe a ser um profissional ativo nas camadas sociais, politicas e reafirmando sua importância histórica.

> [...] a função específica de ensinar já não é hoje definível pela simples passagem do saber, não por razões ideológicas ou apenas por opções pedagógicas, mas por razões sócio-históricas. O entendimento de ensinar como sinónimo de transmitir um saber deixou de ser socialmente útil e profissionalmente distintivo da função em causa, num tempo de acesso alargado à informação e de estruturação das sociedades em torno do conhecimento enquanto capital global. (ROLDÃO; 2007)

Não se deve pensar a prática docente separada dos movimentos sócio- históricos como vem há anos sendo pensada. Entende-se a formação pedagógica somente em termos acadêmicos e didáticos, restringindo sua importância à sala de aula, ou seja, com enfoque na ação, não compreendendo o aluno como sujeito do processo de socialização do saber, o próprio docente como agente de formação e o ambiente como o espaço onde ocorre o saber.

Há pouco Perrenoud (2000) evidenciou as competências para ensinar, uma dezena de informações na compreensão da prática docente, porém torna- se necessário entender o que é "competência" e qual a importância dessa palavra na produção do ensino, Demo (1998) esclarece com tal definição:

> Entendemos por competência a condição de não apenas fazer, mas de saber fazer e sobretudo de refazer permanentemente nossa relação com a sociedade e a natureza, usando como instrumentação crucial o conhecimento inovador. Mas que fazer oportunidade, trata-se de fazer- se oportunidade.

Tal afirmação evidencia a real e necessária importância a ser dada à "competência" na prática educativa, e que os docentes possam estabelecê-las no dia-a-dia. Essa nova identidade docente deve-se imperar nas universidades que eleve e amplie as concepções de ensino.

A luz das considerações e do diálogo dos autores citados, é de suma notoriedade que o perfil docente sofreu mudanças associadas a questões sociais, histórica e políticas,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

levando-se em conta que sua prática se faz cada vez mais integradora dos saberes teóricos e vividos, dos saberes proximais e adquiridos, dos saberes didáticos e informais, integrando as culturas, os conceitos e as práticas inovadoras. O docente atual sobre tudo no ensino superior é responsável por mediar conflitos do saber, de intensificar a busca pela pesquisa, agregar na prática o desenvolver social e afetivo. Ser docente hoje requer mobilidade, planejamento, flexibilidade e um desejo genuíno de dividir e integrar. Dividir as descobertas e os conhecimentos adquiridos ao longo de sua formação e integrar as mais diversas formas em que se apresenta o "saber".

CONCLUSÃO

Ser um mediador, atualmente se sobrepõe a ideia de ser um professor. Mais do que a nomenclatura, as ações docentes mudaram ao longo dos anos, afasta-se a ideia de ser o "regente" da orquestra e impera a de ser um instrumento inserido nela, promovendo a harmonia intelectual, afetiva, verdadeiramente comprometida com o progresso. Uma harmonia que esteja atenta ao desempenho significativo de todos que estão dispostos a ouvir a "linda canção" que é o "aprender/ensinar/aprender"

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 3 ed. Campinas, SP:Autores Associados,1998.
FREIRE**,** Paulo. **Pedagogia da Autonomia - Saberes necessária à prática educativa.** São Paulo: Paz e Terra, 1996.
PERRENOUD, P. **10 Novas competências para ensinar**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.
ROLDÃO, M. do C**. Função docente: natureza e construção do conhecimento profissional**. Revista Brasileira de Educação, v. 12, n. 34, p. 94-103, 2007.
VEIGA, Ilma. Passos Alencastro. **Docência como atividade Profissional**. In: D`AVILA, Cristina (Org.). **Profissão Docente: novos sentidos, novas perspectivas**. Campinas/SP: Papirus, 2008.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A MÚSICA E SUAS CONTRIBUIÇÕES NA EDUCAÇÃO INFANTIL

Brenda de Farias Meneguelo (Universidade de Ensino Superior UNIESP);
brendameneguelo@outlook.com*
Consuela Maria dos Santos Fidelis (Universidade de Ensino Superior UNIESP);
consuelafidelis@gmail.com

Resumo

Este artigo apresenta a importância da música no processo de ensino e aprendizado na educação infantil, seu papel na educação de forma interdisciplinar e também os benefícios no desenvolvimento da criança. Historicamente, a música está presente direta ou indiretamente em nossas vidas, a mesma desperta sentimentos, criatividade, ajuda na comunicação e na socialização de acordo com a capacidade cada um tem de assimilar a musica. A música é uma das manifestações culturais mais antigas que se tem conhecimento e é um dos instrumentos mais poderosos dentro das escolas de educação infantil, que se usada com direcionamento, faz total diferença, pois a mesma não é somente uma associação de sons e palavras, ela proporciona para a criança um mundo mais agradável e significativo, tanto para a mente, de forma a contribuir para a imaginação, quanto para o corpo, em suas expressões corporais e faciais, facilitando e cooperando para o desenvolvimento. A escola, por sua vez, é um espaço privilegiado que permite a criança entrar em contato com esse tipo de manifestação cultural, cabe a ela trazer não somente os elementos que fazem parte da linguagem musical, mas trazer o lúdico que está conectando com a música, pois na educação infantil a brincadeira com o uso da música é uma metodologia eficaz para o aprendizado da criança. Porque quando a criança faz algo que a diverte, sua concentração aumenta e o celebro tem mais facilidade de assimilar o que esta sendo proposto, e são esses e outros benefícios que a música vai propor.

Palavras-chaves: Música, Educação Infantil. Desenvolvimento. Escola.

Abstract

This article presents the importance of music in the teaching and learning process in early childhood education, and its role in education in an interdisciplinary way and the benefits in child development. Historically, music is directly or indirectly present in our lives, it awakens feelings, creativity, helps in communication and socialization according to the ability one has to assimilate the music. Music is one of the oldest cultural events which are known and is one of the most powerful tools within the preschools, when used with direction, it makes an overall difference, because it is not just an association of sounds and words, but it provides for children a more enjoyable and meaningful world for both, the mind, in order to contribute to the imagination, as well as to the body, for their body and facial expressions, facilitating and contributing for development. The school, in its turn, is a privileged space that allows the child to contact this kind of cultural event, it brings not only the elements that are part of the musical language to bring the playfulness that is connected to the music, because in kindergarten, playing and using music is an effective methodology for the child's learning. When a child does something amusing, his or her concentration increases and it is easier to assimilate what is being proposed, and it is this and other benefits that music will propose.

Keywords: Music, Early Childhood Education. Development. School.

INTRODUÇÃO

Atualmente existem varias definições do que é música, mas de modo geral, ela é considerada Ciência e Arte; Ciência, por ter em vista que as relações entre os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

elementos musicais são relações físicas e matemáticas; e Arte, porque se manifesta por meio de escolhas de combinações e arranjos.

Por ser considerada Ciência e Arte a música é de tanta importância no processo de ensino e aprendizagem. Por isso, é de suma importância que o educador seja mediador entre sua prática pedagógica para unir os dois campos de conhecimento, Ciência e Arte, contribuindo no desenvolvimento do educando, nesse sentido, a música se torna um elemento fundamental.

DESENVOLVIMENTO

A música ficou um bom tempo ausente do currículo escolar, mas sempre esteve presente dentro das escolas, principalmente, da educação infantil, no entanto, como uma prática lúdica, pois sempre foi vista como algo recreativo. No contexto da educação infantil, a música adquiriu respaldo oficial quando foi incluída na proposta da Referência Curricular Nacional da Educação Infantil RCNEI em propostas estaduais e municipais e com a lei 11.769, sancionada em 18 de agosto de 2008, pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que indica a obrigatoriedade do ensino musical nas escolas brasileiras.

Essa lei contribuiu para que a música fosse mais valorizada, não somente dentro da disciplina de artes, mas sim como um conteúdo, não excluindo, necessariamente, o tratamento da música sob a perspectiva da inter/multi/transdisciplinaridade, ou como meio de desenvolver outras capacidades em todas as outras áreas de forma interdisciplinar, pois assim, amplia o aprendizado, pois o educando, sendo estimulado constantemente, terá seu desenvolvimento favorecido. Assim, o aprendizado será consumado de forma mais abrangente, pois se relacionará com todas as áreas do conhecimento.

Nessa perspectiva, o sociólogo francês Bernard Charlot (1976) fez um estudo sobre o saber, e chegou à conclusão de que "o saber é relacional, pois não é um saber completo, acabado e finito, mas está entre as relações e acontece nas relações". O saber musical também vai acontecer entre as relações e comunicações entre alunos, disciplinas e professores, pois o saber é uma questão flexível.

A instituição escolar deve, então, ser um ambiente receptivo, que deve oportunizar e ampliar os conhecimentos com diferentes gêneros, direcionando novos estilos, trazendo uma análise reflexiva de tudo que é apresentado.

O movimento interno e externo no homem impulsiona na ação e promove nele uma multiplicidade de condutas de diferentes qualidades e graus, e isso ocorre quando estimulados por meio da música e sons. (Gainza 1988, p.22).

Não podemos esquecer que o papel principal da escola é preparar o educando para enfrentar as futuras responsabilidades em sua vida adulta. A música, por sua vez, é facilitadora no processo de aprendizagem tornando a escola um ambiente mais alegre, receptivo e também a própria vida, por ser um elemento importante para

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estabelecer harmonia pessoal, facilita a integração à inclusão social e o equilíbrio psicossomático. Sendo um bem cultural, o conhecimento não deve ser um privilegio de poucos, as instituições de ensino devem então promover aos discentes o contato adequado com essa ferramenta tão importando para seu desenvolvimento.

Gardner (1995) destaca ainda que as inteligências são parte da herança genética humana, todas se manifestam em algum grau em todas as crianças, independente da educação ou apoio cultural. Assim, todo ser humano possui certas capacidades essenciais em cada uma das inteligências, mas, mesmo que um indivíduo possua grande potencial biológico para determinada habilidade, ele precisa de oportunidades para explorá-la e desenvolvê-la. "Em resumo, a cultura circundante desempenha um papel predominante na determinação do grau em que o potencial intelectual de um indivíduo é realizado" (GARDNER, 1995, p, 47).

Gardner, em seu livro da teoria das Inteligências Múltiplas, aborda a questão da inteligência musical. Para melhor elucidar a questão, apresentamos alguns motivos pelos quais essa habilidade deve ser mais bem considerada na instituição escolar.

A prática pedagógica do professor deve considerar as habilidades de cada criança, favorecendo conexões com atividades que envolvam outras inteligências, pois, segundo Garden, ao realizarmos diferentes atividades utilizamos mais de uma inteligência.

A escola promove o desenvolvimento de múltiplas inteligências ao educando no momento em que considera suas diferentes habilidades, assim, a criança terá maiores chances de se sair bem em alguma delas, levando em conta na avaliação o progresso que cada um teve para melhor adaptar-se.

A Referência Curricular Nacional da Educação Infantil (RCNEI,1998) traz uma questão na qual a música no contexto da Educação Infantil vem a algum tempo atendendo diversos objetivos alheios a sua linguagem própria. E mesmo que esses procedimentos sejam repensados, muitas escolas encontram problemas em atender ao real objetivo da musica no contexto escolar, por conta de os educadores não serem preparados para essa função, e pela ausência de um especialista do assunto dando suporte ao professor.

Assim, o professor acaba trabalhando com a música como se fosse um produto pronto, e não uma linguagem que se constrói com conhecimento. Segundo a RCNEI, ouvir música, aprender uma canção, brincar de roda, realizar brincadeiras de ritmos e jogos são atividades que despertam, estimulam e desenvolvem o gosto pela atividade. As experiências e as vivencias são frutos da percepção e reflexão que a criança aprende quando integra a música ao seu cotidiano.

Tendo em vista que a maioria dos profissionais da educação Infantil não tem uma qualificação adequada em música, RCNEI destaca que cada profissional deve realizar um trabalho continuamente em si próprio, sobre a utilização dessa linguagem que é a música.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Sensibilizar em relação às questões referente à música; reconhecer a música como linguagem, cujo conhecimento se constrói; entender e respeitar como as crianças se expressam musicalmente em cada fase, para, a partir daí, fornecer os meios necessários (vivências, informações, materiais) ao desenvolvimento de sua capacidade expressiva (BRASIL, 1998, p.66).

De acordo com Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) de Artes, o real motivo da aprendizagem de música para os alunos é a sua formação cultural e cidadã e que, desde as séries iniciais, é importante promover a participação ativa para que todos tenham oportunidades como intérpretes, ouvintes, compositores e improvisadores de sequências rítmicas, dentro e fora da sala de aula. Ressalta o documento:

A escola pode contribuir para que os alunos se tornem ouvintes sensíveis, amadores talentosos ou músicos profissionais. [...] Ela pode proporcionar condições para uma apreciação rica e ampla, onde o aluno aprenda a valorizar os momentos importantes em que a música se inscreve no tempo e na história. (BRASIL, 1997, p.56).

Ao compreender diferentes circunstâncias do desenvolvimento do individuo com o físico, mental, social e emocional, a música é um meio facilitador no ensino aprendizagem das crianças, desde suas primeiras etapas de desenvolvimento na vida escolar. Deve haver então sensibilização por parte dos professores, para que possam despertar outras possibilidades que a música proporciona, com o aumento das capacidades dos educandos, podendo atingir diretamente o corpo, a mente e as emoções.

A MÚSICA NA EDUCAÇÃO INFANTIL

A música tem características que fazem desta forma de linguagem uma fonte de conhecimento, necessário para a formação integral do educando, e os benefícios observados em sua utilização no âmbito escolar refletem nas vivências das crianças. A teoria cognitivista de Jean Piaget fala que a concepção de criança acontece na construção do conhecimento entre uma relação saudável com a música. Diante dessa concepção, a construção do conhecimento se dá por meio de uma interação com o ambiente.

A música, por sua vez, fazendo parte deste espaço educacional, promove o desenvolvimento integral do educando, atribuindo significados novos as vivências e os conhecimentos apropriados por eles. Nessa perspectiva, a Educação Infantil apresenta um leque de ideias criativas cheias de possibilidades para o desenvolvimento do trabalho com a música no cotidiano escolar, proporcionando, assim, todos os recursos para a construção de relações que a criança necessita desenvolver de acordo com suas capacidades.

Uns dos beneficio da música é a facilitação de aprendizado, pois o educador torna-se

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

um mediador para construção dos significados e conhecimentos do educando que, por sua vez, não é um ser passivo que recebe informações prontas, mas, é autor do seu próprio desenvolvimento. Assim é importante que a criança realize suas atividades de forma significativa, pois a música como objeto de aprendizagem tem funções distintas, podendo motivar, descontrair, relaxar e alegrar o âmbito escolar.

A música, por ser uma das estratégias mais poderosa para estimulação cerebral, também contribui para o desenvolvimento linguístico e comunicação, o ser humano é envolvido pela música emocionalmente com facilidade pela letra e melodia que é liberada pela inteligência intrapessoal. Nesse sentido, a música é usada como uma ferramenta lúdica, pois, como já foi mencionado, é brincando que a crianças aprendem com mais facilidade. E também, por usar a inteligência intrapessoal, a relação professor e aluno são facilitados por criar um vínculo mais afetivo.

Assim, a música favorece a autoestima das crianças, ajudando a superar e ter conquistas dia após dia de forma diferenciada, pois a música também é usada fora e dentre da sala de aula para transmitir valores sociais e, sendo assim, interiorizada com maior ênfase pelo educando.

A maioria dos professores utiliza a música para ensinar diversos conteúdos, como contar, memorizar tabuadas entre outras possibilidades, a música chama a atenção por ser um instrumento lúdico, e assim, é utilizado com mais frequência pelos professores que atuam na Educação infantil, pois o mesmo tem um papel essencial nessa faixa etária, cabe a ele facilitar a compreensão para que os educandos tenham encantamento pela música e consigam absorver valores por meio da mesma.

Na Educação Infantil, as crianças se expressam com naturalidade e envolvimento, diariamente, por meio da música, sendo tranquilizadas de forma lúdica. O uso da linguagem musical torna o trabalho do educador na Educação Infantil muito mais agradável, desenvolvendo a expressão, o autoconhecimento e a autoestima, contemplando todos os níveis de ensino.

A música faz parte do cotidiano e do contexto escolar da Educação Infantil e é utilizada em todo o tempo da rotina, com objetivo de desenvolvendo das áreas do conhecimento.

Beyer (2001, p. 46) ressalta que a música é considerada "importante coadjuvante", sendo "utilizada para que [as crianças] aprendam os conteúdos propostos mais rapidamente", o que, para a autora, não significa, necessariamente, educação musical.

A música na educação infantil apresenta inúmeros benefícios que possibilitam uma boa aprendizagem no desenvolvimento do educando e na socialização do ser, a música não deve ser tratada apenas como um instrumento estético, e sim como uma ferramenta facilitadora no processo de ensino-aprendizagem e como meio de tornar o ambiente escolar mais inovador e harmonioso, convidando o educando para um convívio mais alegre.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A música pode ser um instrumento que possibilita ao professor desenvolver bem o seu trabalho, sabendo-se que lecionar requer animação, comoção, comprometimento, e traz vivências que engradecem a relação entre os indivíduos. Por isso, na Educação Infantil, a utilização da música pretende ampliar a formulação da aprendizagem por meio desse recurso, com um processo inovador que comtemple o desenvolvimento e estimule as capacidades e habilidades de cada aluno, visando o melhor que a Educação Infantil pode oferecer.

CONCLUSÃO

Em virtude dos fatos mencionados, percebe-se que a música está ligada ao ser humano desde muito cedo e que sem ela o mundo se tornaria vazio e triste. Ao abordar esse assunto, Música na Educação Infantil, foi plausível o entendimento das possíveis transformações que podem ser desenvolvidas na Educação. No qual a utilização da música como uma ferramenta significativa exercer melhorias nos aspectos sensoriais, afetivos, cognitivo e físico. Pois a educação é um meio de desenvolvimento social.

Desde os primeiros anos da educação Infantil, é indispensável a utilização da música, pois a partir desta pesquisa compreendemos que muito conhecimento é incitado com aplicação da música. Mas não se visa a formação de músicos nas atividades desenvolvidas pela escola, mas sim práticas de assimilação do sistema musical, oportunizando a manifestação de emoções, aumentando a cultura para construção total do individuo.

A realização da atividade com música na fase infantil é uma potente ferramenta para os elementos como: memória, coordenação motora e socialização.

Ao respeitar as distintas competências dos educandos, a escola está oportunizando o desenvolvimento de outras capacidades. Vendo que a aprendizagem é um meio de transformação social nos dias atuais, compreende-se que o lúdico é cada vez mais indispensável no ambiente escolar, pois a música tem esse poder de tornar o aprendizado mais agradável e incitante.

Assim, ressaltamos que os educandos sejam preparados para serem cidadãos críticos, reflexivos e autônomos.

De modo, que á junção da música com a ludicidade e outros recursos que estão à disposição do educador enriquecem o processo de ensino-aprendizagem, estimulando a criatividade por meio de várias possibilidades que a música oferece.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação e Desportos. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais**: arte. Brasília: MEC/SEF, 1997. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/livro06.pdf> Acesso em: 18 set. 2015.

BRASIL. Secretaria da Educação Fundamental. Coordenação Geral de Educação Infantil**. Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil.** Brasília, DF: MEC/SEF/COEDI, 1998 c. Vol.: III.

CHARLOT, Bernart. **A mistificação da Pedagogia.** Zahar. 2. Ed. Rio de Janeiro.1976.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CHIARELLI, Lígia Karina Meneghetti; BARRETO, Sidirley de Jesus**. A importância da musicalização na Educação Infantil no Ensino Fundamental.** Junho. Santa Catarina: 2005.
Disponível em: <http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte03.htm >. Acesso em: 20 Set. 2015.
DINIZ, Lélia Negrini; DEL BEM, Luciana. **Música na Educação Infantil: Um mapeamento das práticas e necessidades de professores da rede municipal de Porto Alegre.** Setembro. Porto Alegre: 2006. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?q=Musicaliza%C3%A7%C3%A3o+no+ensino+aprendizagem+
e+Educa%C3%A7%C3%A3o+Infantil&hl=ptBR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0CBoQ gQMwAGoVChMIs-fhotDvxwIViQ6QCh0IzQbp >. Acesso em: 20 Set. 2015.
GAINZA, Violeta Hemsy. **Estudos de Psicopedagogia Musical.** 3.ed. São Paulo: Summus, 1988. GARDNER, Howard. **Inteligências Múltiplas: a teoria na prática.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.
GOMES, Bianca Ferraz; SANTOS, Eliene Rodrigues; MORAES, Heliete Aparecida. **Musicalização no Ensino – Aprendizagem.** Capixaba da Serra. 2013. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?q=Musicaliza%C3%A7%C3%A3o+no+ensino+aprendizagem+
e+Educa%C3%A7%C3%A3o+Infantil&hl=ptBR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0CBoQ gQMwAGoVChMIs-fhotDvxwIViQ6QCh0IzQbp >. Acesso em: 20 Set. 2015.
OLIVEIRA, Débora Alves. **Musicalização na Educação Infantil.** Dezembro. Campinas: 2001. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?q=Musicaliza%C3%A7%C3%A3o+no+ensino+aprendizagem+
e+Educa%C3%A7%C3%A3o+Infantil&hl=ptBR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0CBoQ
gQMwAGoVChMIs-fhotDvxwIViQ6QCh0IzQbp>. Acesso em: 20 Set. 2015.
STAVRACAS, Isa. **O papel da música na Educação Infantil.** São Paulo. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?q=Musicaliza%C3%A7%C3%A3o+no+ensino+aprendizagem+
e+Educa%C3%A7%C3%A3o+Infantil&hl=ptBR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0CBoQ gQMwAGoVChMIs-fhotDvxwIViQ6QCh0IzQbp >. Acesso em: 20 Set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INCLUSÃO EDUCACIONAL: Formação e informação superam mitos e preconceitos

Débora Gaspareto Virgilio (UNIESP) Fabíola Carvalho do Nascimento (UNIESP)

RESUMO:

O presente trabalho teve como objetivo discutir teoricamente os mitos e preconceitos existentes em relação à inclusão educacional dos portadores de necessidades educacionais especiais. Trata-se de uma pesquisa exploratória. O procedimento técnico utilizado foi à pesquisa bibliográfica. Concluiu-se que formação e informação adequadas a respeito da inclusão educacional são ferramentas que auxiliarão no trabalho do professor na efetivação de seu processo de inclusão.
Palavras-chave: Professor, Mitos, Inclusão.

ABSTRACT:

This study aimed to theoretically discuss the existing myths and prejudice in relation to educational inclusion of people with special educational needs. It is an exploratory research. The technical procedure used was the bibliographical research. It was concluded that adequate training and information regarding educational inclusion are tools that assist the teacher's work in the execution of its inclusion.

Keywords: Teacher, Myths , Inclusion .

INTRODUÇÃO

Quando se fala no processo de inclusão, muitos são os discursos realizados pelos educadores, de modo geral. Percebe-se que existem dúvidas e anseios que interferem no desenvolvimento das atividades e no atendimento a crianças com necessidades educacionais especiais.

A partir desta premissa questionou-se: os mitos existentes sobre os portadores de necessidades especiais influenciam na inclusão educacional destes nas expectativas dos professores sobre estes alunos?

Essa pesquisa tem como objetivo discutir teoricamente os mitos e preconceitos existentes em relação à inclusão educacional dos portadores de necessidades educacionais.De acordo com Gil (2007), de natureza qualitativa, quanto ao seu objetivo, a pesquisa é exploratória. Usou-se como procedimento a pesquisa bibliográfica.

O QUE É INCLUSÃO?

Quando se fala de inclusão, deve-se saber que este não é um tema novo, não se trata de uma discussão que começou há poucos anos, na pesquisa realizada por Omote (2008), o mesmo sugere que o movimento em direção à inclusão possa ter origem nas medidas adotadas nos países escandinavos na década de 50, quando surge a proposta de normalização, que significava tratar o deficiente para que o mesmo fosse integrado e tivesse padrões de vida próximos ao das pessoas comuns.

Sabe-se que, ao longo dos anos, ocorreram muitos avanços com relação à inclusão, percebeu-se que não se tratava de uma doença a ser curada, como cita Castro e Freitas, "Essa condição errônea de que a SD é uma doença é muito difundida [...]" (2006, p. 5) ou de tentar tornar uma criança com necessidade educacional especial como

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

uma criança que não tinha a mesma necessidade, mas sim, desenvolver na mesma a sua potencialidade enquanto cidadão, dentro de suas possibilidades.

A inclusão trata de um tema polêmico, que gera dúvidas e equívocos a respeito das suas possibilidades na área educacional, contudo, pode-se dizer que a inclusão é o caminho pelo qual a sociedade poderá garantir a todos os seus cidadãos o respeito às diferenças e individualidades de cada pessoa que faz parte desta sociedade.

> A inclusão será compreendida, neste trabalho, como uma prática-filosófica- pedagógica voltada ao pleno desenvolvimento, de cada aluno, dentro de sua individualidade e de suas potencialidades. [...] Nas Diretrizes Nacionais para a Educação especial na Educação Básica, organizada pela Secretaria da Educação Especial vinculada ao Ministério da Educação brasileiro, é possível encontrar a seguinte definição para a inclusão: [...] Entende-se por inclusão a garantia, a todos, do acesso contínuo ao espaço comum da vida em sociedade, sociedade essa que deve estar orientada por relações de acolhimento à diversidade humana, de aceitação das diferenças individuais, de esforço coletivo na equiparação de oportunidades de desenvolvimento, com qualidade, em todas as dimensões da vida. (BRASIL *apud* FARINA, 2009, p. 11) (grifo nosso).

A história da inclusão de alunos com necessidades educacionais especiais, já passou por momentos diferentes. A forma como a inclusão ocorre e é aceita pela sociedade, varia muito de acordo com o meio ao qual o indivíduo está inserido, segundo Castro e Freitas, "normas, valores, regras, crenças, foram sendo construídos: como as famílias devem ser formadas, o que as mulheres devem vestir, como os homens devem agir, como as crianças devem se comportar". (2006, p. 1).

Iacono e Mori citam em sua pesquisa "A mobilização das pessoas com necessidades educacionais especiais por educação no ensino regular, junto com todos os outros alunos, é um processo chamado inclusão escolar" (2004, p. 1), um conceito que sempre faz parte das formações dos profissionais da educação, porém, que ainda não os preparou efetivamente para o sucesso deste trabalho.

MITOS E PRECONCEITOS A RESPEITO DA INCLUSÃO

A fala de muitos profissionais da educação com relação à inclusão de alunos com necessidades educacionais especiais tem origem na própria história da inclusão, que por muito tempo promoveu a exclusão destes alunos, acreditando-se que eles fossem incapazes de qualquer desenvolvimento, segundo Castro e Freitas "[...] a partir do nascimento, a sociedade começa a identificar as pessoas com deficiência pela sua diferença, disseminando muitos conceitos equivocados e obsoletos" (2006, p. 2).

> (...) nas falas dos professores, encontramos a presença das palavras *problema e tristeza*. Segundo Figueira (1995), é muito frequente a visão de que os sujeitos com deficiência mental *"são*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> *tristes e patéticos, destinados a uma vida trágica e a trazer tristeza a todos que os conhecem"* (p. 32). A pessoa com deficiência, sobretudo a com deficiência mental, é vista como triste, desse modo, possuir uma deficiência ou alguém com deficiência na família é uma tristeza.
> Quanto à palavra *"problema"*, indica uma condição de difícil solução. Usada
> como referência às pessoas com deficiência, demonstra uma carga, um peso a ser carregado, tanto por parte da família e, mais ainda, pelos professores que não sabem como resolver esse "problema". (FIGUEIRA *apud* CASTRO, FREITAS, 2006, p. 3)

Segundo Saad "é muito comum ouvirmos no círculo educacional para deficientes mentais, que as pessoas com síndrome de Down não conseguem se alfabetizar depois da idade consagrada para a fase escolar do primeiro grau. " (2003,
p. 63) sendo assim, acredita-se então que um pré-adolescente com síndrome de Down já não seria capaz de ser alfabetizado, ou desenvolver novos conhecimentos.

Ainda sobre crianças com síndrome de Down, Pimentel *apud* Castro e Freitas citam "As crianças com Down são mais boazinhas que as outras (...); A síndrome de Down é uma doença (...)" (2006, p.4). Percebe-se em suas falas que o preconceito sobre as crianças com necessidades educacionais especiais acabará determinando um trabalho que não efetivará o desenvolvimento de suas potencialidades.
De acordo com Castro e Freitas (2006, p.3) desenvolveu-se na sociedade e também na fala de professores que uma criança com necessidades educacionais especiais pode ser ou ter o extremo, com relação a sentimentos ou ações, bem x mal, rejeição x piedade, superproteção x abandono, há professores que em seu discurso utilizam até mesmo a palavra pena com relação a estas crianças.
Para Castro e Freitas (2006), estes sentimentos foram sendo fortificados desde a história antiga, principalmente na Grécia e Roma, e tanto tempo na ignorância a respeito deste assunto tornaram cada vez mais fortes os equívocos a respeito do que é e de como fazer acontecer a inclusão.

OS PROFESSORES E A INCLUSÃO

O processo de inclusão começará no currículo, deve-se adaptar as atividades propostas ao aluno, sempre levando em consideração que o foco é o desenvolvimento das potencialidades da criança. A flexibilização do currículo permitirá aos alunos, segundo Iacono e Mori (2004) avançar no seu processo de escolarização.

> [...] para a área da Educação especial em que nem sempre se consegue ensinar tudo, muito menos a todos, a legislação oficial recomenda que se deve organizar no projeto curricular das escolas, ajustes ou adaptações num contínuo, que vai desde pequenas modificações na programação das aulas, até mudanças significativas que podem se distanciar consideravelmente do projeto curricular estabelecido. São as chamadas adaptações curriculares, que tem por finalidade conseguir maior participação possível dos alunos (IACONO; MORI, 2004, p. 07).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Sendo assim pode-se concluir que a inclusão pode ocorrer de maneira verdadeira e eficaz, mas todo o processo deverá ser respeitado. Primeiro deve-se destacar as condições em que a escola receberá o aluno, se tem espaço, estrutura, acessibilidade, depois se há material adequado para trabalhar com a criança, independentemente de sua deficiência e por fim se os profissionais desta escola estão preparados para o trabalho com as crianças com necessidades educacionais especiais.

De acordo com Iacono e Mori (2004) para que o processo de inclusão possa ocorrer é necessário que haja mudanças estruturais na sociedade e na escola, uma mudança na formação dos professores e dos demais funcionários que trabalham diretamente com a criança que está em processo de inclusão educacional, materiais e também currículo adaptado.

Ainda com base na pesquisa de Iacono e Mori (2004), o educador tem o desafio de implementar uma prática pedagógica eficaz para aprendizagem, não focando somente as condições orgânicas do aluno, mas vendo, além disso, vendo além do que seria o limite deste aluno.

Deve-se conhecer o histórico deste aluno, avaliar suas potencialidades e a partir de aí elaborar um currículo que contemple tudo o que se pode desenvolver.

Levando-se em consideração que este currículo deve incluir a criança com necessidade educacional especial e não excluí-la, deve-se elaborar atividades adaptadas e não diferentes das que serão trabalhadas com os demais alunos.

INFLUÊNCIA DOS MITOS E PRECONCEITOS NO PROCESSO DE INCLUSÃO

A sociedade em que vivemos, ao longo de sua construção, tem marcado as pessoas com necessidades educacionais especiais, com estereótipos que se tornaram muito comuns nas falas e discursos dos professores.

Quando se fala sobre a inclusão de crianças com necessidades educacionais especiais na rede regular de ensino, muitos profissionais sentem medo, ora por não estarem devidamente preparados, ora por não acreditarem que os mesmos possam desenvolver suas potencialidades através de um trabalho desenvolvido na escola, de acordo com Farina, "é preciso que haja espaço para a reflexão, para a discussão e para a construção do conhecimento. É preciso espaço para que a Experiência atue contra a falta de conhecimento e, assim contra o preconceito". (2009, p. 58).

Verificando estes importantes pontos percebe-se que a escola brasileira fala muito de inclusão, mas ainda não se preparou para tal, segundo Omote:

> [...] nesse quadro particular do nosso país os conceitos de normalização e de integração não puderam ir muito além das discussões apaixonadas entre os profissionais e estudiosos da área. Como consequência deste despreparo o que ocorre é o fortalecimento dos mitos que ao longo dos anos foram ficando mais e mais intrínsecos à sociedade. (OMOTE, 2008, p. 12)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Tendo em vista que indivíduos com necessidades educacionais especiais têm suas particularidades tanto quanto indivíduos que não apresentam as mesmas, os professores deverão levar em consideração o desenvolvimento das potencialidadesdestes alunos, ou seja, o que lhe interessa, o que lhe é familiar para que se possa trabalhar.

Saad (2003) traz em sua pesquisa que o trabalho focalizado nas potencialidades e nos interesses apresentados pelos indivíduos dão resultados reais em seu desenvolvimento, ele cita casos reais como o do menino Leandro que sempre gostou de desenhar a família e as coisas a sua volta, quando passou a ser atendido pela professora de Artes Plásticas em uma escola especial, sua habilidade para as artes se confirmou.

> A diversidade pode ser encarada tanto como riqueza quanto como obstáculo, acaba ameaçando os padrões pré-fixados e a organização pré-estabelecida dos Lugares. O Preconceito e todas as suas preconcepções vêm para renegar totalmente o diverso que, como dito no início do capitulo, isolam o diferente através de um muro, quase intransponível, demarcando os Lugares. A construção desta escada, que supere o muro, representa a possibilidade do convívio entre os diferentes, em uma lógica de pertencimento e de cooperação, que figuraria como a própria Inclusão. (FARINA, 2009, p. 18)

Neste caso, para Farina (2009), o Lugar é o espaço que permite ao indivíduo uma relação com o mundo, no qual forma-se sua identidade e também a sua percepção de pertencimento ao concreto, ou seja, ao mundo real.

Contudo, de acordo com Castro e Freitas "Não podemos esquecer que a melhor forma de combater o preconceito é através da informação e da inclusão na escola e na sociedade. " (2006, p. 01), não se trata de uma tarefa fácil, mas estudo, pesquisa e investimento na área da inclusão, facilitarão esta tarefa.

CONCLUSÃO

Após a abordagem teórica feita neste trabalho, concluiu-se que a inclusão pode ocorrer de maneira verdadeira e eficaz, mas todo o processo deverá ser respeitado. Primeiro deve-se destacar as condições em que a escola receberá o aluno, se tem espaço, estrutura e acessibilidade. Deve-se verificar se há material adequado para trabalhar com a criança, independentemente do tipo ou grau de sua deficiência e, por fim, se os profissionais desta escola estão preparados para o trabalho com as crianças com necessidades educacionais especiais.

Percebe-se que os professores e a sociedade ainda trazem uma carga equivocada a respeito da inclusão, e também a respeito dos alunos com necessidades educacionais especiais, entretanto, com cursos de aperfeiçoamento, informação, currículo adequado, investimento e estrutura, pode-se concluir que mitos e preconceitos não prejudicarão mais o processo de inclusão nas instituições educacionais. Segundo Saad (2003) os professores não devem esperar o mesmo ritmo de aprendizagem das

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

crianças, mesmo as que não apresentam necessidades educacionais especiais, para o professor deve-se ter clareza na hora do ensinar, deve- se respeitar o tempo e a forma de aprender de cada aluno.

Contudo percebe-se que o professor deverá se preparar para o trabalho com a criança com necessidade educacional especial da mesma forma que se prepara para trabalhar com a criança sem esta necessidade, tendo-se isto claro em mente, seu trabalho levará ao desenvolvimento das potencialidades de todas as crianças.

Referências

CASTRO, Sabrina Fernandes de; FREITAS, Soraia Napoleão. **Mitos:** a força de ideias equivocadas. 2006.

FARINA, Bárbara Cristina. **O preconceito e a inclusão escolar:** a influência do lugar. 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

IACONO, Jane Peruzo; MORI, Nerli Nonato Ribeiro. **Deficiência Mental e terminalidade específica:**
novas possibilidades de inclusão ou exclusão velada?
2004. OMOTE, Sadao. **Normalização, integração,**
inclusão. 2008.

SAAD, Suad Nader. **Preparando o caminho da inclusão:** dissolvendo mitos e preconceitos em relação à pessoa com Síndrome de Down. 2003.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A INTENÇÃO DE ROTATIVIDADE E SEU REFLEXO NA ADOÇÃO INDIVIDUAL DO LINKEDIN

Lilian Cristina Carvalho Camargo – Lilian.camargo@metodista.br
Alexandre Cappellozza – alexandre.cappellozza@sp.senac.br

RESUMO

A rotatividade de profissionais é um tema relevante para as organizações por ser um potencial problema que pode afetar a sua competitividade, entre outros motivos. Acredita-se que alguns dos indivíduos com intenção de rotatividade possivelmente buscam novas tecnologias, como a rede social profissional Linkedin objetivando disseminar suas experiências profissionais, localizar oportunidades profissionais, obter mais contatos e informações sobre o mercado de trabalho, entre outras possibilidades. Os resultados obtidos, a partir das respostas de 292 usuários, evidenciam que a Expectativa de Desempenho é o fator que mais influencia na intenção de uso do Linkedin, pois há a percepção de que ao utilizar o Linkedin pode- se obter benefícios profissionais, entre outros aspectos. O segundo fator com maior influência na intenção de uso do Linkedin foi a intenção de rotatividade, uma vez que alguns dos indivíduos, ao adotarem o Linkedin, provavelmente desejam expor para as outras pessoas, ou organizações interessadas, seus talentos, suas experiências, competências, além de obter mais contatos com objetivo de alavancar oportunidades profissionais. Já a Expectativa de Esforço demonstrou que alguns indivíduos percebem que é fácil a interação desta tecnologia. A Influência Social pela rede de contatos do usuário também se mostrou um fator motivador ao uso do Linkedin.
Palavras-chave: Linkedin - Rede Social Profissional - UTAUT - Intenção de Rotatividade.

Abstract

The employee´s turnover intention refers to the probability of individuals leaving theirs current jobs. This issue has become relevant since it is a potential problem to organizations, which may affect their competitiveness, amongst other consequences. It is believed these individuals seek for contacts, and technologies as social network Linkedin, in order to spread their professional information, find professional opportunities as well. Therefore, the turnover intention may be considered as an antecedent associated to the individual adoption of the professional social network Linkedin. The research is based on a quantitative investigation approach over 292 subjects and its results confirm the influence Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Turnover Intention on social network Linkedin usage. Performance Expectancy was revealed as the greatest influence to Linkedin usage, since users perceive that it is possible to obtain some professional benefits as other aspects. The second most prominent factor influencing Linkedin usage is Turnover Intention, once users tend to show their talents, experiences, skills to leverage possible professional oportunities. Also, Effort Expectancy showed that some individuals notice it is easy to interact to professional social networks, and the Social Influence showed that there is influence from their users' social contacts.
Key words: Linkedin - Professional Social Network – UTAUT - Turnover Intention

1.Introdução

Um dos possíveis precedentes da rotatividade de pessoal é a intenção de rotatividade (MOBLEY, 1992), que se tornou um tema de interesse no campo do comportamento organizacional, por ser considerado um indicador que mede qual a intenção dos indivíduos de deixarem o seu trabalho atual (SIQUEIRA *et al*, 2014), com a finalidade de melhor compreender e controlar a rotatividade de pessoal, bem como suas consequências (VANDENBERG; NELSON 1999).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Dentre os diversos fatores que podem levar os indivíduos a pensar, planejar ou ter vontade de sair da organização na qual trabalham, considera-se que alguns estão relacionados aos aspectos individuais e podem não ser controlados pela organização, tais como: o desejo de atuar em outro tipo de ramo ou função (MOBLEY, 1992), a atração por outras empresas (MILKOVICH; BOUDREAU, 2000), entre outros aspectos.

Alguns destes indivíduos, interessados em deixar seu emprego atual, podem recorrer aos recursos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como, por exemplo, as redes sociais que proporcionam aos indivíduos uma maneira eficiente e fácil de manter conexões sociais e compartilhar informações profissionais (BENSON; FILIPPAIOS; MORGAN, 2009), obter informações do mercado de trabalho,

adquirir novos contatos, buscar oportunidades profissionais (SHIMAZAKI; PINTO, 2011), entre outros recursos.

Entre as diversas redes sociais, algumas foram criadas com o foco profissional, conhecidas como redes sociais profissionais, como o Linkedin (AFONSO, 2009) no qual seus usuários têm ao seu dispor uma variedade de funcionalidades que possibilitam ter acesso às ferramentas de recrutamento, navegar pelos anúncios de vagas, encontrar negócios e oportunidades de trabalho, entre outros serviços (LINKEDIN, 2014).

Nesse contexto, a intenção de rotatividade pode ser avaliada como um fator antecedente à adoção individual da rede social profissional Linkedin, entre outros motivadores.

Assim, esta pesquisa tem como objetivo identificar fatores antecedentes que

podem influenciar a intenção e o comportamento de uso da rede social profissional Linkedin.

Referencial Teórico

Intenção de Rotatividade

A ação do indivíduo de se desligar da organização para a qual trabalha é um comportamento individual que se insere nas questões relacionadas à rotatividade de pessoal (SIQUEIRA *et al*, 2014).

A rotatividade de pessoal é conhecida tanto no âmbito acadêmico quanto empresarial como *turnover (*STEERS; MOWDAY, 1981*)* e pode ser definida como a movimentação de saída e entrada de pessoal na organização, de forma voluntária ou involuntária (ROBBINS, 2002). Rotatividade involuntária é o desligamento do funcionário por iniciativa da organização, enquanto a voluntária ocorre quando o funcionário decide por iniciativa própria deixar a organização (MOBLEY, 1992).

Entretanto, para melhor compreender e controlar a rotatividade, bem como suas consequências, faz-se necessário conhecer os fatores que podem levar o indivíduo a pensar ou ter vontade de sair da organização em que trabalha, ou seja, sua intenção de rotatividade (VANDENBERG; NELSON 1999) uma vez que as intenções de rotatividade

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

podem preceder o desligamento efetivo do indivíduo na organização (MOBLEY, 1992).

A intenção de rotatividade pode ser entendida como a probabilidade estimada do indivíduo de deixar o seu trabalho dentro de um determinado período de tempo (SOUSA-POZA; HENNEBERGER, 2002). Já para Cuskelly e Boag (2001), a intenção de rotatividade pode significar a vontade, o desejo ou os planos profissionais do indivíduo para deixar a organização.

De acordo Mobley *et al* (1979), muitas vezes, as definições de intenção de rotatividade na literatura não especificam um período determinado de tempo, mas apenas se referem à determinação dos indivíduos em deixar a organização em algum momento no futuro próximo. Sendo assim, o estudo de Van Dam (2008) investigou a intenção que os indivíduos têm de deixar a organização na qual atuam sob diferentes perspectivas de tempo (*time frames*).

Ressalta-se, no entanto, que Van Dam (2008) apoia-se, entre outras teorias, na teoria tradicional de rotatividade de March e Simon (1958) e Mobley *et al,* (1979) para explicar que os indivíduos que estão se preparando para deixar a organização, ou seja, que têm intenção de rotatividade, são mais conscientes das possíveis alternativas no mercado de trabalho, em comparação com os indivíduos que pretendem ficar pelo menos um pouco mais na organização.

Entende-se que alguns dos fatores que podem levar os indivíduos à intenção de rotatividade estão relacionados aos aspectos individuais. Desta forma, supõe-se que estes indivíduos podem estar se preparando para deixar a organização em busca de possíveis alternativas no mercado de trabalho e, assim, a intenção de deixar a organização pela qual atuam pode ser fortalecida quando os indivíduos percebem alternativas atraentes de trabalho (VAN DAM, 2008).

Neste sentido, estes indivíduos podem disseminar suas informações profissionais ou buscar informações de terceiros, contatos, entre outras possibilidades recorrendo aos recursos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que possibilitam a facilidade de socialização das informações, a pluralidade de aplicações disponíveis, entre outros recursos (CHAIM; MARTINELLI; AZEVEDO, 2012).

Por sua vez, com o avanço da interatividade proporcionada pelo desenvolvimento da internet, começam a surgir novas formas de comunicação, entre elas, as redes sociais (AFONSO, 2009), pelas quais os indivíduos podem realizar diferentes ações: compartilhamento de informações, busca de oportunidades profissionais, procura de contatos, entre outras ações (SHIMAZAKI; PINTO, 2011).

2.2. Linkedin

O Linkedin é uma rede social profissional, fundada em 2003 por Reid Hoffman, com sede em Mountain View, Califórnia. Tem como missão conectar profissionais do mundo todo,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos. Possui 300 milhões de usuários em mais de 200 países e territórios em todo o mundo, conforme informação divulgada na própria rede social profissional Linkedin. No Brasil, há 15 milhões de usuários cadastrados, de acordo com Grego (2013), em reportagem na Revista Exame.

A rede social profissional Linkedin pode ser definida como uma empresa de capital aberto com um modelo de negócios variado em que toda receita vem por meio das assinaturas dos usuários, vendas de publicidade e soluções de recrutamento (CHAIM; MARTINELLI; AZEVEDO, 2012).

Há uma variedade de serviços disponíveis aos usuários, como a possibilidade de se conectar aos colegas de trabalho e manter contato com pessoas com as quais já estudaram e trabalharam. Os usuários também podem visualizar perfis de clientes, parceiros de negócios e empresas antes de reuniões ou entrevistas, bem como discutir notícias mais recentes do setor de atuação e participar de conversas compartilhadas. Além disto, essa rede oferece aos usuários soluções de recrutamento por meio do qual podem navegar pelos anúncios de vagas ou localizar candidatos para a organização (LINKEDIN, 2014).

A rede social profissional Linkedin disponibiliza acesso aos usuários independentemente da situação profissional, ou seja, aos profissionais que estão desempregados ou não.

Para Telles (2010, p. 87) "O Linkedin é uma espécie de currículo profissional, em que consta sua posição atual, os cargos que exerceu, sua escolaridade, seus sites, particularmente sites de empresas, e seu blog."

Pode-se caracterizá-la como uma rede social profissional que busca tornar os usuários bem-sucedidos em suas carreiras (LINKEDIN, 2014). Os usuários ao participarem de uma rede social profissional com estas funcionalidades estão se apresentando para o mercado de trabalho, ou seja, mostrando para as outras pessoas quais são os seus talentos e experiências, além de buscar atualizações a respeito das tendências na sua área de atuação, entre outras possibilidades (SILVA, 2013).

Ressalta-se, contudo, que a rede social profissional Linkedin requer a participação (adoção) dos usuários, pois do contrário, seu objetivo, que é a interação entre os interessados, pode não ser atingido e, portanto, não adiantará ter diversas funcionalidades disponibilizadas para seus usuários (DAVIS, 1989).

O estudo da adoção de tecnologia possibilita o desenvolvimento de teorias que auxiliam na compreensão da influência individual de diferentes fatores determinantes da intenção e comportamento de uso (VENKATESH; THONG; XU, 2012).

Dentre os vários modelos e teorias conceituais de adoção e uso de tecnologia da informação, encontra-se o modelo UTAUT (Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia), que é um modelo integrador dos principais estudos da área de aceitação e uso de tecnologia da informação (VENKATESH *et al*, 2003).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2.3 Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia

Com o intuito de unificar as teorias referentes à aceitação e ao uso da tecnologia da informação, Venkatesh *et al* (2003) examinaram e compararam empiricamente os oito modelos de aceitação de tecnologia individual por meio de um estudo longitudinal com indivíduos de quatro organizações que foram introduzidos em uma nova tecnologia no seu ambiente de trabalho.

A partir da validação empírica, Venkatesh *et al* (2003) formularam a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia – *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), com a identificação de quatro construtos determinantes da intenção e uso *expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras* e quatro variáveis moderadoras da relação entre os construtos: *gênero, idade, experiência e voluntariedade* (VENKATESH *et al,* 2003).

A expectativa de desempenho é definida como o grau em que o indivíduo acredita que, usando o sistema, ele alcançará ganhos de desempenho em suas atribuições (VENKATESH *et al*, 2003). Ela foi fundamentada nos construtos de diferentes modelos: *Utilidade percebida* oriundo dos modelos TAM e Combinado TAM- TPB (DAVIS 1989; DAVIS; BAGOZZI; WARSHAW, 1989), *Motivação extrínseca (*DAVIS; BAGOZZI; WARSHAW, 1992) originário do modelo MM, *Ajuste ao trabalho* (THOMPSON; HIGGINS, HOWELL, 1991) do modelo MPCU, *Vantagem relativa* (MOORE; BENBASAT, 1991) proveniente do modelo IDT e *Expectativa de Resultados* (COMPEAU; HIGGINS, 1995; COMPEAU; HIGGINS; HUFF, 1999) procedente do modelo SCT.

Uma vez que a rede social profissional Linkedin possibilita compartilhar rapidamente informações profissionais, melhorar as possibilidades de benefícios com seus contatos, aumentar as chances de obter oportunidades e outras possibilidades, pressupõe-se que a percepção destes benefícios pode influenciar a intenção de uso da rede social profissional pelo usuário. Desta forma, gera-se a seguinte hipótese:

H1: A expectativa de desempenho influencia de forma positiva a intenção de Uso da rede social profissional Linkedin.

A expectativa de esforço refere-se ao grau de percepção do usuário em relação à facilidade de utilização do sistema (VENKATESH *et al*, 2003). É originário de três construtos: *Facilidade Percebida* do modelo TAM, TAM2 (DAVIS, 1989), *Complexidade* do modelo MPCU (THOMPSON; HIGGINS, HOWELL, 1991) e *Facilidade de uso* do IDT (MOORE; BENBASAT, 1991). Os autores consideram que há semelhanças nas definições dos construtos e em suas escalas de medição (VENKATESH *et al,* 2003, p. 450).

A percepção do indivíduo que a rede social profissional Linkedin tem uma interação clara e de fácil compreensão, que aprender a utilizá-la é fácil, entre outros aspectos, pode influenciar a intenção de uso desta rede social profissional. Assim, formula-se a seguinte hipótese:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

H2: A expectativa de esforço influencia de forma positiva a intenção de Uso da rede social profissional Linkedin.

A influência social é definida como o grau em que o indivíduo percebe que os outros acreditam ser importante que ele utilize um novo sistema (VENKATESH *et al*,2003). É derivada de três construtos de outras teorias. O construto *Norma Subjetiva* (FISHBEIN e AZJEN 1975) do TRA. Os *Fatores Sociais* (THOMPSON; HIGGINS; HOWELL, 1991, p. 126) do modelo MPCU, e o construto *Imagem* (MOORE; BENBASAT, 1991) da teoria IDT.

Pressupõe-se que influência social pode ser entendida como um fator de estimulo à intenção de uso da rede social profissional Linkedin, quando o indivíduo percebe que pessoas que são importantes para ele ou que influenciam seu comportamento, consideram que ele deva utilizar o Linkedin. O mesmo ocorre se o indivíduo perceber que pessoas do seu convívio profissional ou com mais experiência podem auxiliá-lo em sua utilização. Nesse contexto, levanta-se a seguinte hipótese:

H3: A influência social influencia de forma positiva a intenção de Uso da rede social profissional Linkedin.

O construto *intenção de uso é* originário da Teoria da Ação Racional – TRA, de Fishbein e Ajzen (1975) e no modelo UTAUT é influenciado pelos construtos *expectativa de desempenho, expectativa de esforço e influência social e* antecedente do *comportamento de uso*. Este último também é originário do TRA, de Fishbein e Ajzen (1975) e no modelo UTAUT é uma variável dependente que é influenciada pela *intenção de uso* e as *condições facilitadoras*.

Entende-se que o construto *intenção de uso* consiste na intenção do indivíduo em relação ao uso efetivo de um sistema ou tecnologia que, neste caso, pode ser um importante antecedente do comportamento de uso da rede social profissional Linkedin pelo indivíduo. Sendo assim, levanta-se a seguinte hipótese:

H4: A intenção de uso influencia de forma positiva o Uso da rede social profissional Linkedin.

Adicionalmente ao modelo UTAUT, supõe-se que alguns dos indivíduos com intenção de rotatividade possivelmente buscam ferramentas, meios de comunicação, novas tecnologias como, por exemplo, a rede social profissional Linkedin, em busca de disseminar suas informações profissionais, localizar oportunidades profissionais, obter informações sobre o mercado de trabalho, obter mais contatos, entre outros motivos. Nesta direção, elabora-se a seguinte hipótese:

H5: A intenção de rotatividade influencia de forma positiva a intenção de Uso da rede social profissional Linkedin.

Procedimentos Metodológicos

Utilizou-se como estratégia no desenvolvimento de pesquisa uma metodologia

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

quantitativa. Informa-se que esta pesquisa de corte transversal único foi realizada por meio de survey, sob caráter confirmatório e analisou os dados observados de um questionário elaborado para a coleta dos dados empíricos.

Para desenvolver o instrumento de medida e possibilitar o estudo dos fatores de influência a adoção da rede social profissional Linkedin, foram adaptadas as questões do instrumento de medida original do Modelo UTAUT de Venkatesh *et al* (2003) para os construtos: *expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e intenção de uso* e foi utilizada a escala de intenção de rotatividade construída e validada por Siqueira, Gomide Jr. *e* colaboradores em 1997, e revisada em 2012 (SIQUEIRA *et al*, 2014), bem como a pesquisa de Van Dam (2008).

O questionário preliminar foi validado por especialistas da área de tecnologia da informação e que já utilizaram modelos de adoção tecnológica. As perguntas eram afirmações que os usuários respondiam em uma escala Likert baseada em sete níveis, que variavam entre os extremos Discordo Totalmente até Concordo Totalmente.

Para realizar o teste das hipóteses deste estudo, foram utilizados testes estatísticos com a técnica de Modelos de Equações Estruturais – MEE, entre outros. A MEE pode ser distinguida por duas características: a estimação de múltiplas e inter- relacionadas relações de dependência e a habilidade de representar conceitos não observados nessas relações (HAIR JR. *et al*, 2005).

Informações da amostra

Para análise e verificação das hipóteses e do modelo proposto, foram considerados somente os dados de pessoas que estivessem empregadas para que pudessem, possivelmente, manifestar sua intenção de rotatividade e também usuários da rede social profissional Linkedin. Sendo assim, obteve-se um total de 309 questionários.

Após a coleta de dados, foi realizada a análise exploratória do banco de dados para verificar dados omissos, outliers nas observações, entre outras análises. Considerou-se, portanto, 292 questionários como válidos para análise do modelo estrutural, sendo 137 questionários eletrônicos e 155 questionários coletados presencialmente.

O perfil da amostra, composta por 292 casos é caracterizada pela heterogeneidade de gênero, sendo este constituído por 52% do sexo feminino, o que representa 152 respondentes e 48% do sexo masculino, ou seja, 140 respondentes. A idade média dos respondentes é igual a 31,34 anos e teve uma variação ampla de 18 anos para valor mínimo encontrado e 62 anos para o valor máximo encontrado,

com um desvio-padrão de 10,31. Essa variação aponta que a amostra é composta tanto de jovens quanto adultos, o que sinaliza que a rede social profissional Linkedin pode ser atraente para as várias faixas etárias dos respondentes pesquisados.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Análise do modelo de medidas e estrutural

Com a finalidade de estimar o modelo da presente pesquisa utilizou-se o PLS- PM (*Partial Least Squares Path Modeling*). A escolha pela utilização do PLS neste estudo decorre das suas características, cujos dados são menos suscetíveis a desvios da normalidade multivariada (CHIN; MARCOLIN; NEWSTED, 2003; VINZI et al, 2010). Além disso, optou-se pela utilização do PLS pelo fato de ser um modelo com objetivos preditivos, e o PLS consegue prognosticar e modelar variáveis latentes com indicadores formativos ou reflexivos (PETTER; STRAUB; RAI, 2007; HAIR JR. *et al*, 2013). Para realização dos cálculos necessários para validação do modelo estrutural deste estudo, utilizou-se o software SmartPLS versão 3.1.6 (RINGLE; WENDE; BECKER, 2014).

A fim de se examinar a validade convergente e discriminante dos construtos utilizados no modelo estrutural foi realizada a Análise Fatorial (Hair Jr, *et al*., 2005). Tais resultados das cargas fatoriais, apresentados na Tabela 1 a seguir, permitem que seja realizada a análise do modelo estrutural.

Tabela 1 – Cargas fatoriais nos construtos

Variável	Expectativa de Desempenho	Expectativa de Esforço	Influência Social	Intenção de Rotatividade	Intenção de Uso	Uso
ED1	**0,715**	0,533	0,389	-0,076	0,445	0,339
ED2	**0,813**	0,509	0,481	-0,022	0,503	0,372
ED3	**0,730**	0,430	0,437	-0,083	0,469	0,249
ED4	**0,810**	0,421	0,593	-0,005	0,580	0,379
ED5	**0,855**	0,429	0,588	0,032	0,637	0,456
EE1	0,524	**0,793**	0,290	-0,068	0,414	0,342
EE2	0,406	**0,740**	0,326	-0,143	0,343	0,170
EE3	0,515	**0,906**	0,259	-0,079	0,492	0,411
EE4	0,490	**0,886**	0,225	-0,091	0,427	0,288
IS1	0,448	0,194	**0,713**	0,088	0,327	0,272
IS2	0,519	0,260	**0,808**	0,085	0,430	0,361
IS3	0,451	0,253	**0,730**	0,069	0,435	0,173
IS4	0,499	0,251	**0,739**	0,038	0,431	0,237
IR1	-0,029	-0,089	0,083	**0,963**	0,278	0,174
IR2	-0,021	-0,080	0,098	**0,960**	0,282	0,174
IR3	-0,036	-0,107	0,077	**0,968**	0,295	0,189
IR4	-0,037	-0,141	0,088	**0,863**	0,255	0,144
ITU1	0,365	0,340	0,293	0,069	**0,617**	0,285
ITU2	0,490	0,420	0,371	0,194	**0,760**	0,440
ITU3	0,370	0,205	0,372	0,518	**0,732**	0,488
ITU4	0,548	0,494	0,407	0,175	**0,823**	0,449
ITU5	0,688	0,485	0,519	0,077	**0,775**	0,525
ITU6	0,552	0,344	0,476	0,281	**0,802**	0,496
USO1	0,437	0,375	0,264	0,049	0,489	**0,761**
USO2	0,261	0,178	0,184	0,159	0,322	**0,608**

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

USO3	0,394	0,301	0,351	0,298	0,584	**0,836**
USO4	0,388	0,326	0,274	0,092	0,504	**0,885**
USO5	0,319	0,261	0,263	0,098	0,428	**0,825**

Fonte: elaborada pelos autores.

No resultado da Análise Fatorial, todos os construtos apresentam indicadores com cargas altas em suas variáveis latentes e cargas baixas nas demais variáveis latentes, indicando razoável validade discriminante e convergente (CHIN, 2000). Os únicos indicadores que não apresentaram valores superiores a 0,70 foram ITU1 (0,617) e USO2 (0,608), com valores muito próximos do aceitável.

Com estes resultados, entende-se que os valores das cargas fatoriais calculados são satisfatórios e possibilitam a continuidade da análise do modelo de mensuração.

Para a validação convergente do modelo também se analisam os valores da variância média extraída (AVE) dos construtos (HAIR JR. *et al*, 2005). De acordo com Fornell e Larcker (1981) e Hair, Ringle e Sarstedt (2011), como critério para validação do indicador, espera-se que o valor da AVE de cada construto seja superior a 0,5. Nos valores apresentados na tabela 2, observa-se que todos os valores da variância média extraída dos construtos ficaram acima dos valores satisfatórios.

Tabela 2 – Variância média extraída

Construtos	**Variância Média Extraída (AVE)**
Expectativa de Desempenho	0,618
Expectativa de Esforço	0,696
Influência Social	0,560
Intenção de Rotatividade	0,882
Intenção de Uso	0,569
Uso	0,623

Fonte: elaborada pelos autores.

Outro indicador utilizado para avaliar o modelo de mensuração é a confiabilidade composta de cada construto. A confiabilidade composta descreve o grau em que os indicadores representam o construto latente em comum e tem como valor de referência aceitável 0,70. O Alpha de Cronbach avalia a consistência interna e seu valor varia de 0 a 1, sendo que altos valores indicam alto nível de consistência. Para estudos exploratórios, valores entre 0,60 e 0,70 são considerados aceitáveis; já para estudos em estágios mais avançados, valores entre 0,70 e 0,90 são considerados satisfatórios (FORNELL; LARCKER, 1981; NUNALLY; BERSTEIN, 1994; HAIR JR. *et al*, 2013). A tabela 3 apresenta os valores da confiabilidade composta e da consistência interna. Todos os valores da confiabilidade composta estão dentro do estabelecido pelos autores.

Tabela 3 – Confiabilidade composta e consistência interna

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Construtos	Confiabilidade Composta	Consistência Interna (*Alpha de Cronbach*)
Expectativa de Desempenho	0,890	0,845
Expectativa de Esforço	0,901	0,852
Influência Social	0,835	0,738
Intenção de Rotatividade	0,968	0,955
Intenção de Uso	0,887	0,848
Uso	0,890	0,845

Fonte: elaborada pelos autores.

A verificação da validade discriminante entre os construtos é analisada pela matriz de correlação estimada e a raiz quadrada da variância média extraída dos construtos (AVE). De acordo com Fornell e Larcker (1981), a raiz quadrada da AVE dos construtos deve ser maior que a correlação entre as variáveis latentes. A Tabela 4, a seguir, apresenta os valores, que são considerados adequados para a validade discriminante.

Tabela 4 – Matriz de correlação e raiz quadrada de AVE

	Expectativa de Desempenho	Expectativa de Esforço	Intenção de Rotatividade	Influência Social	Intenção de Uso	Uso
Expectativa d Desempenho	**0,786**					
Expectativa de Esforço	0,582	**0,834**				
Intenção de Rotatividade	-0,032	-0,110	**0,939**			
Influência Social	0,642	0,324	0,092	**0,748**		
Intenção de Uso	0,678	0,508	0,296	0,548	**0,754**	
Uso	0,463	0,373	0,182	0,347	0,604	**0,789**

Fonte: elaborada pelos autores.

Com o intuito de analisar a significância das cargas obtidas para as variáveis observáveis, optou-se por utilizar a técnica bootstrapping, a qual calcula estimativas de parâmetros e seus intervalos de confiança com base em múltiplas estimações (HAIR JR. *et al*, 2005; HAIR JR. *et al*, 2013). No estudo, a reamostragem utilizada foi de 1.000 amostras, com reposição de 292 casos, de acordo com as recomendações de Hair Jr. *et al* (2013).

A estatística t de Student analisa a hipótese dos coeficientes de correlação serem iguais a zero. Caso os resultados deste teste indiquem valores superiores a 1,96, a hipótese é rejeitada e a correlação é significante (EFRON; TIBSHIRANI, 1998; HAIR JR. et al, 2013).

A tabela 5 indica que todas as cargas fatoriais apresentaram resultados com significância satisfatória.

Tabela 5– Cargas fatoriais do modelo de medidas e estatística t de Student

Construto	Variável	Cargas (média)	Desvio Padrão	Teste - T	p-value (bicaudal)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Expectativa de Desempenho	**ED1**	0,715	0,053	13,597	0,000
	ED2	0,811	0,029	28,035	0,000
	ED3	0,730	0,035	20,995	0,000
	ED4	0,810	0,029	28,151	0,000
	ED5	0,855	0,019	45,914	0,000
Expectativa de Esforço	**EE1**	0,792	0,031	25,992	0,000
	EE2	0,739	0,039	18,877	0,000
	EE3	0,906	0,011	82,735	0,000
	EE4	0,885	0,018	50,281	0,000
Influência Social	**IS 1**	0,710	0,051	14,110	0,000
		0,807	0,033	24,789	0,000
	IS3	0,728	0,043	16,856	0,000
	IS4	0,737	0,047	15,602	0,000
Intenção de Rotatividade	**IR 1**	0,962	0,007	133,246	0,000
		0,959	0,007	135,246	0,000
	IR3	0,967	0,006	173,263	0,000
	IR4	0,862	0,019	44,419	0,000
Intenção de Uso	**ITU 1**	0,617	0,058	10,702	0,000
		0,760	0,027	28,651	0,000
	ITU3	0,731	0,035	20,836	0,000
	ITU4	0,824	0,022	37,989	0,000
	ITU5	0,775	0,030	25,802	0,000
	ITU6	0,802	0,025	32,063	0,000
Uso	**USO1**	0,761	0,027	27,892	0,000
	USO2	0,606	0,050	12,222	0,000
	USO3	0,836	0,020	41,302	0,000
	USO4	0,885	0,015	58,810	0,000
	USO5	0,824	0,026	31,590	0,000

Fonte: elaborado pelos autores.

Os valores dos coeficientes entre os construtos e as estatísticas t de Student, estimados pela técnica de bootstrapping, são apresentados na Tabela 6. Todos os valores dos relacionamentos apresentaram valores de t de Student superiores a 1,96 (nível de significância = 5%), o que é considerado satisfatório.

Tabela 6 – Coeficientes do modelo estrutural - entre construtos

Relação entre Construtos	**Cargas (média)**	**Desvio Padrão**	**Teste - T**	**p-value (bicaudal)**

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Expectativa de Desempenho => Intenção de Uso	0,463	0,059	7,820	0,000
Expectativa de Esforço => Intenção de Uso	0,227	0,050	4,563	0,000
Intenção de Rotatividade => Intenção de Uso	0,321	0,044	7,338	0,000
Influência Social => Intenção de Uso	0,151	0,052	2,891	0,004
Intenção de Uso => Uso	0,607	0,033	18,182	0,000

Fonte: elaborada pelos autores.

Conclusões

Por meio deste estudo foi possível validar os relacionamentos entre os construtos componentes do modelo de pesquisa desenvolvido para o estudo da adoção individual da rede social profissional Linkedin. Neste sentido, este estudo contribui com o campo de pesquisas sobre aceitação e uso da gestão de tecnologia de informação, a partir da identificação e análise de fatores antecedentes que envolvem as decisões ou intenções dos usuários quanto ao seu uso.

Nota-se que Expectativa de Desempenho se revelou o fator que mais influencia os indivíduos na intenção de uso da rede social Linkedin. Há percepção dos indivíduos de que ao utilizar o Linkedin, podem obter benefícios profissionais como: adquirir mais contatos, procurar novas oportunidades de carreira ou obter informações relacionadas ao ambiente corporativo e suas áreas de atuação, uma vez que o Linkedin tem uma variedade de serviços com foco profissional na qual possibilitam exibir informações profissionais com interação entre os interessados.

O segundo fator que apresentou maior influência sobre a intenção de uso com um coeficiente significativo foi à intenção de rotatividade. Assim, entende-se que alguns dos indivíduos com intenção de sair da organização na qual atuam, ao adotarem o Linkedin provavelmente tendem a mostrar para as outras pessoas/organizações interessadas quais são os seus talentos, suas experiências, em busca, por exemplo, de possíveis alternativas de trabalho, uma vez que o Linkedin é uma rede social que tem foco profissional e possui uma variedade de funcionalidades à disposição dos usuários.

A Expectativa de Esforço aparece como outra influência positiva na intenção de uso da rede social Linkedin. Alguns dos indivíduos percebem aspectos relacionados à facilidade de utilização deste sistema como, por exemplo, interação clara e de fácil compreensão, que aprender a utilizá-la é fácil, que é fácil se tornar um expert (ou especialista) no uso, entre outros aspectos.

Deste modo, é provável que a interface do Linkedin tenha características que tornam o manuseio simples e prático, o que pode estar relacionado com as mudanças de design que a plataforma sofreu e que aparentemente tornou a sua interface mais simples de utilizar (MENESES, 2012).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A influência social também apresenta uma influência positiva e significante para a intenção de uso da rede social profissional Linkedin. Este resultado acompanha outros estudos que envolvem adoção de redes sociais, no qual o construto influência social aparece como um fator significante de influência na adoção da tecnologia (MORAES; CAPPELLOZZA; MEIRELLES, 2014). Entende-se que o resultado obtido do fator influência social é plausível, pois se trata de aplicação tecnológica de comunicação no qual os participantes unem seus objetivos ao redor dos interesses e princípios que são compartilhados (MARTELETO, 2001).

Para os gestores e desenvolvedores do segmento de redes sociais profissionais, o estudo amplia a compreensão dos possíveis fatores que podem ser determinantes ao uso desta tecnologia, possibilitando, desta forma, prever e explicar
o comportamento do usuário na aceitação desta tecnologia da informação, que por sua vez, podem também favorecer o planejamento de táticas e operacionalização de estratégias de atuação para esse segmento.

Neste sentido, as organizações interessadas no uso desta tecnologia e os usuários podem ser beneficiados, uma vez que a tecnologia pode ser modernizada, aprimorada, com soluções de praticidade e usabilidade, entre outras possibilidades, de tal modo que seja possível obter vantagens competitivas (BUENO; ZWICKER; OLIVEIRA, 2004).

Evidencia-se que o fator antecedente Intenção de Rotatividade está associado à adoção da rede social profissional Linkedin, e sendo assim, essa influência pode trazer contribuições para a prática organizacional, uma vez que poderá auxiliar os
gestores das empresas na sinalização de possíveis colaboradores com intenção de rotatividade.

Desta forma, espera-se que os gestores das empresas possam prever e tomar decisões que ajudem a evitar a saída voluntária daqueles que são considerados valiosos para a organização e constituem uma fonte de vantagem competitiva (DEMO *et al,* 2011), haja vista que a perda de empregados valiosos poderá afetar diretamente a eficiência das organizações e comprometer as estratégias em busca de competividade (MINTZBERG; LAMPEL, 1999).

No entanto, ressalta-se que os interessados nos resultados deste estudo devem estar atentos aos valores de poder de explicação dos construtos, pois o uso do Linkedin também pode ser realizado por indivíduos que não possuem a intenção de deixar o seu trabalho atual.

Em outras palavras, existe a possibilidade de que nem todos os indivíduos com intenção de rotatividade utilizarão o Linkedin e que seu uso pode ser explicado por outros fatores que não foram abordados neste estudo.

Este estudo pode conter erros de medida por meio de imprecisão na mensuração dos valores reais das respostas e não pode se afirmar que a significância e valores dos testes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

realizados neste estudo sejam constantes dadas as diferenças de cenários de utilização, acessibilidade e desenvolvimento de versões desta ferramenta.

Sugere-se para futuras pesquisas a aplicação do modelo utilizado em um estudo longitudinal, como forma de se verificar as modificações ocorridas ao longo do tempo dos efeitos dos fatores antecedentes da adoção da rede social profissional Linkedin presentes neste estudo.

Entende-se que a presença global desta tecnologia potencializa a possibilidade de replicação desta pesquisa em outros países, ou seja, em diferentes contextos culturais o que pode favorecer a ampliação do conhecimento sobre este tema.

Referências

AFONSO, A. S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. 2009. 170f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

BENSON, V.; FILIPPAIOS, F.; MORGAN, S. Online Social Networks: Changing the face of business education and career planning. ***International Journal of e-Business***, 2009. Disponível em: <http://kar.kent.ac.uk/25778/1/INtJeB_Benson_Morgan_Filippaios_Revised.pdf> (Acesso em: 25/02/2014)

BUENO, U. ZWICKER, OLIVEIRA, M. A. de. Um estudo comparativo do modelo de aceitação de tecnologia aplicado em sistemas de informações e comércio eletrônico. In: **Congresso internacional de gestão de tecnologia e sistemas de informação**, v.1., 2004. São Paulo, SP. Anais...São Paulo: [s.n], 2004.

CHAIM, D. F.; MARTINELLI, C. R.; AZEVEDO, M. M. Redes Sociais on-line e seleção de pessoas: Linkedin e SERVQUAL. **Revista de Tecnologia Aplicada**, v. 1, n. 3, p. 30-42, 2012.

CHIN. W. W. **Partial Least Square for researchers**: a overview and presentation of recent advances using the PLS approach, 2000.

CHIN, W. W.; MARCOLIN, B. L., NEWSTED, P. R.. A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effects: Results from a Monte Carlo Simulation Study and an Electronic-Mail Emotion/Adoption Study. [Article]. ***Information Systems Research***, v.14, n. 2, p.189- 217, 2003.

COHEN, J. **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**. Revised Edition. New York: Academic Press, Inc. ,1977.

COMPEAU, D. R.; HIGGINS, C. A. Computer self-efficacy:development of measure and initial test. ***MIS Quarterly*****,** v.19 n.2. p.189-211,1995.

COMPEAU, D. R.; HIGGINS, C. A. HUFF S. Social cognitive theory and individual reactions to computing technology: a longitudinal study. ***MIS Quarterly*****,** v.23 n.2. p.145-158,1999.

CUSKELLY, G.; BOAG, A. Organizational commitment as a predictor of committee member turnover amongst volunteer sport administrators: Results of a time-lagged study. ***Sport Management Review***, v.4, n.1, p.65-86, 2001.

DAVIS, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. ***MIS Quarterly***, v. 13, n. 3, p. 318-340, 1989.

DAVIS, F. D.; BAGOZZI, R. P.; WARSHAW, P. R. User Acceptance of Computer Technology: a comparision of two theoretical models. ***Management Science***, v. 35, n. 8, p. 982-1003, 1989.

_____.Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. ***Journal of Applied Social Psychology***, v.22, n.14, p.1111- 1132, 1992.

DEMO, G.; FOGAÇA N.; NUNES I.; EDREI L.; FRANCISCHETO L. Políticas de gestão de pessoas no novo milênio: cenário dos estudos publicados nos periódicos da área de Administração entre 2000 e 2010. **Revista Administração Mackenzie[online],** vol.12, n.5, p. 15-42. ISSN 1678-6971, 2011.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DIAS, G. A.; SILVA P. M. da S.; DELFINO JUNIOR J. B.; ALMEIDA J. R. de Technology Acceptance Model TAM: Avaliando a aceitação tecnológica do Open Journal Systems (OJS). **Informação e Sociedade.** v.21, n.2, p. 133-149, maio/ago. 2011.

EFRON, B., TIBSHIRANI, R. J. **An introduction to the bootstrap**. Chapman e Hall / CRC Press, 1998.

FERREIRA, M. L. C. B.; SIQUEIRA, M. M. M. Antecedentes de intenção de rotatividade: estudo de um modelo psicossocial. **Revista Organizações em Contexto [online].**, v. 1, n. 2 , jul/dez, 2005.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. ***Addison-Wesley***. Reading. 1975.

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. ***Journal of Marketing Research***, v.18, p.39-50, 1981.

GREGO, M. Linkedin atinge 15 milhões de usuários no Brasil. **Revista EXAME.**2013 Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/Linkedin-atinge-15-milhoes-de-usuarios-no-brasil-2> (Acesso em 23/04/2014)

HAIR, JR., J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR, JR., J. F.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. ***Journal of Marketing Theory and Practice***, v.19, p.139-151, 2011.

HAIR, JR., J. F.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. **A Primer on Partial Least**
Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks: SAGE Publications, 2013.

LI, J.P.; KISHORE, R. How Robust is the UTAUT Instrument? A Multigroup Invariance Analysis in the Context of Acceptance and Use of Online Community Weblog Systems. ***06 Proceeds of SIGMISCPR,*** Apr 13-15, Claremont, California, USA, 2006.

LINKEDIN. 2014. Disponível em: <http://www.Linkedin.com/about-us> (Acesso em: 25/08/2014). MARCH, J.G; SIMON, H.A. **Organizations**, Wiley, New York, NY,1958.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação no estudo de transferência da informação.
Ciência da Informação, v.30 n.1 Brasília jan./abr. 2001. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100009&lng=pt&nrm=iso> (Acesso em: 25/02/2014).

MENESES, J. Linkedin ganha novo visual com uma interface mais simples. **Webdigblog**. 2012.
Disponível em: < http://webdig.com.br/14824/Linkedin-novo-visual-nova-interface/ > (Acesso em 17/11/2014).

MILKOVICH, G.; BOUDREAU, J.W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2000.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J. Reflecting on the Strategy Process. ***Sloam Management Review,*** p. 21-30, 1999.

MOBLEY, H. M. **Turnover:** causas, consequências e controle. Porto Alegre: Ortiz, 1992.

MOBLEY, W.H.; GRIFFITH, R.W.; HAND, H.H.; MEGLINO, B.M. Review and conceptual analysis of the employee turnover process. **Psychological Bulletin**, v. 86 n. 3, p. 493-522, 1979.

MOORE, G. C.; BENBASAT, I. Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation**, *Information Systems Research***. v.2, n.3, p. 192-222, 1991. MORAES, G. H. S. M. ; CAPPELLOZZA, A. ; MEIRELLES F. S. . #VEMPRARUA A Tecnologia da Informação e as Manifestações Sociais: Um Estudo da Utilização das Redes Sociais para Participação nos Protestos. In: **XXXVIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD)**, 2014, Rio de Janeiro. XXXVIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), 2014.

NUNALLY, J. C.; BERNSTEIN, I. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill, 1994.

PETTER, S., STRAUB, D., RAI, A. Specifying Formative Constructs in Information Systems Research. ***MIS Quarterly***, v.31, n.4, p. 623-656, 2007.

RINGLE, C. M.; WENDE, S.; BECKER, J. M. **SmartPLS.** Hamburg: SmartPLS,2014. Disponivel em: <www.smartpls.com> (Acesso em 17.12.2014).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional.** 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. SILVA, W. D. da. **Linkedin Como se destacar**. 2. ed. E-Book Kindle, 2013.
SIQUEIRA, M. M. M.; GOMIDE JR., S.; OLIVEIRA A. de F. POLIZZI FILHO. A. Intenção de Rotatividade**.** In: SIQUEIRA, M. M. M. (org). **Novas medidas do comportamento organizacional:** ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2014.
SHIMAZAKI, V. K.; PINTO, M. M. A influência das redes sociais na rotina dos seres humanos. In: **Faasci-Tech: Periódico eletrônico da FATEC-São Caetano do Sul**, v.1, nº5, p.171-179, 2011. SOUSA-POZA, A.; HENNEBERGER, F. Analyzing job mobility with job turnover intentions: An international comparative study. ***Research Institute for Labour Economics and Labour Law***, v.1, n.28, p.82, 2002.
STEERS, R. M.; MOWDAY, R. T. Employee turnover and post-decision accommodation processes. ***Research in Organizational Behavior***, v. 3, p. 235-281, 1981.
TAVARES, W.; ALMEIDA, G. C. Redes Sociais Virtuais e a Democracia 2.0: Dinâmica e Perspectivas Políticas na Relação entre Políticos e Sociedade. **XXXVII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração.** 2013. Rio de Janeiro, Anais...Rio de Janeiro: ANPAD, 2013
TELLES, A. **A revolução das mídias sociais:** cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo:
M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010.
THOMPSON, R. L.; HIGGINS, C. A.; HOWELL, J. M. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. ***MIS Quarterly***. v.15, n.1,p. 124-143, 1991.
TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. **Revista Ciência da Informação**. Brasília, v.34, n.2, p.93-104, Maio/Ago. 2005. Disponível em: http://
<http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf> (Acesso em: 17/01/2014.
VAN DAM, K. Time frames for leaving: an explorative study of employees intentions to leave the organization in the future. ***Carrer Development International***, v. 13, n. 6, p. 560-571, 2008. VANDENBERG, R. J.; NELSON J.B. Desegregating the motives underlying turnover intentions: when do intentions predict turnover behavior? ***Human Relations***, v. 52, n. 10, p. 1313-1336, 1999. VENKATESH, V.; MORRIS, M. G.; DAVIS, G. B.; DAVIS, F. D. User acceptance of information technology: Toward a unified view. ***MIS Quarterly*** [S.I.], v. 27, n. 3, 2003
VENKATESH, V.; THONG, J.Y.L.; XU, X. Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. ***MIS Quarterly***. v. 36, n.1, p. 157- 178, 2012.
VINZI, V. E.; CHIN, W. W.; HENSELER, J.; WANG, H. **Handbook of partial least squares:**
Concepts, methods and applications. London: Springer Heidelberg Dordrecht, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A CONSTRUÇÃO DE UMA POSSÍVEL COMPETÊNCIA PARA A FORMAÇÃO DO TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO À LUZ DA URGÊNCIA DA INCLUSÃO

Regina Fujiko Tagava – SENAC Santo André Silvia
Oliveeri Porto – SENAC Santo André.

Resumo:

O presente trabalho tem como objetivo propor uma reflexão acerca das questões que envolvem a inclusão de pessoas com deficiência (PcD) no mercado de trabalho a partir de uma visão mais cuidadosa no que tange à formação dos profissionais dos cursos de educação profissional técnica de nível médio. O texto parte de uma análise sobre a temática inclusão buscando problematizar o tema no sentido de estabelecer uma relação entre a legislação e as questões éticas e filosóficas envolvidas no assunto. Tendo como ponto de partida a lei de cotas para inclusão de PcD's, o artigo defende a tese de que, para que a inclusão de fato ocorra, é necessário mais do que o cumprimento da lei e a adaptação dos espaços físicos, trata-se de fazer com que o assunto seja plenamente conhecido e internalizado por todos os profissionais inseridos no ambiente corporativo, para tanto, defende-se nesse trabalho a inserção de uma competência voltada exclusivamente para esse tema nos cursos de educação profissional técnica de nível médio desenvolvidos pelo SENAC. Sendo assim, o artigo se divide basicamente em três momentos, a discussão ética que envolve a temática, a apresentação da lei de cotas e a evolução dos cursos desse nível no país e, por fim, a proposta de uma competência voltada à inclusão, distribuída em 14 horas. A tese central é, portanto, a de que os profissionais que o SENAC prepara devem, desta forma, estar à frente da legislação, condição ímpar para que a inclusão seja a norma e não a exceção.

Palavras-chave: inclusão, curso técnico, competência, cota.

Abstract

This paper aims to develop a reflection on the issues surrounding the inclusion of physical disability people in the Market by the careful training of professionals graduated in technical level courses. The text begins with an analysis about the subject of inclusion, in order to explain the relation between legislation and ethics. Taking as the starting point the quota law for the inclusion of physical disabled people, the paper advocates the thesis that to make the inclusion really happen it is needed more than compliance with the law and adapting physical spaces, it is necessary to make the issue fully known by all professionals inserted in the corporate environment. So it's needed to create a discipline exclusively dedicated to this theme in the courses of technical education. The article splits in three moments, ethical discussions, quota law, and evolution of this kind of subject in the country, and a subject focused on the inclusion in fourteen hours. The central thesis is that the professionals who are prepared by the SENAC should know the legislation, the unique condition for inclusion to become the law rather than the exception.

Key words: inclusion, technical course, subject, quote.

Sobre a Questão Ética

Incontáveis são as transformações pelas quais o mundo passou no último século, não que as evoluções ou mudanças não ocorressem antes, uma vez que, desde o século XV o mundo vem se transformando em um espaço maior, as navegações, as explorações e as colonizações impulsionadas pelas grandes descobertas sacudiram um espaço geográfico até então conhecido e limitado ao velho mundo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Entretanto, foi no século XX que as maiores transformações ocorreram, as comunicações encurtaram as distâncias, viagens antes feitas em dias e até semanas passaram a ser feitas em horas, as cartas deram lugar aos e-mails, o pós-modernismo trouxe mais realismo às artes, as pessoas passaram a migrar para trabalhar, se estabelecer, estudar.

O domínio de um só idioma tem se tornado sinal de obsolescência, as grandes corporações se tornaram grandes multinacionais, empresas são chamadas de transnacionais e os profissionais já não têm fronteiras para limitar seus espaços de trabalho.

Diante desse cenário surgem os detalhes ou aspectos oriundos de um mundo que não consegue evitar suas mazelas, mas que também não tem como escondê-las, as guerras hoje são televisionadas e transformadas quase em grandes espetáculos, populações sofrendo com a fome são capas de revistas e assunto de documentários. Doenças antes restritas a espaços específicos são agora um problema global. Até na mesa do café da manhã há ingredientes oriundos de vários locais do planeta.

Os problemas de corrupção em muitos governos e corporações espalhados pelo mundo se tornam mais visíveis em face da liberdade de imprensa que se não é total é ampla como nunca visto antes.

Enfim, navega-se por um oceano marcado pela comunicação e espetacularização, isto torna nossas feridas mais visíveis, tudo vira estatística, objeto de estudo e material de análise.

Afirmar que nesse contexto as pessoas devem ou deveriam ter seus direitos preservados e que as mesmas necessitam ser respeitadas em sua individualidade é um equívoco, essas condições absolutamente desejáveis já precisavam acontecer desde sempre. Mas o que muda hoje?

Atualmente, é cada vez mais relevante o atendimento às necessidades dos indivíduos pelo simples fato de que a visibilidade tem trazido problemas antigos à tona, a exclusão social, racial ou física agora é inaceitável em uma sociedade que tem ampliado seu espectro de diversidade e que amplia seus instrumentos de coação e punição para essas questões.

Vale lembrar que o tema não é exatamente novo. A noção de exclusão se origina na França nas décadas de 70-80 do séc. XX, passando a fazer parte do modo francês de classificação social, aparecendo ligada à ideia de "nova pobreza" com o avanço do desemprego nos países centrais.

Historicamente, é uma noção que surge com muita força, suscitando muito debate, na década de 90, quando o capitalismo entra no atual processo de globalização com o enfraquecimento dos Estados Nacionais, a desregulamentação das relações de trabalho, auge do desemprego, fim do Estado do Bem-Estar Social e hegemonia do neoliberalismo.

Na definição geral do conceito de Robert Castel (1998) a exclusão social seria o ponto

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

máximo no decurso da marginalização, sendo este um processo no qual o indivíduo vai se afastando progressivamente da sociedade através de rupturas consecutivas com a mesma.

Em períodos históricos anteriores, como na Antiguidade e Idade Média, o que na contemporaneidade denomina-se exclusão, era considerado como algo natural e mesmo emanado da ordem divina. Para José de Souza Martins (2007), a noção de exclusão seria um convite à reflexão consequente sobre aquilo que constitui o verdadeiro problema: o modo como se dá a inclusão numa sociedade que faz da exclusão um modo de vida.

Exatamente para evitar essa progressiva exclusão é que a inclusão de portadores de necessidades especiais em empresas passa a ser em um primeiro momento bastante desejável, mas essa condição interessante se dava por conta da imagem da empresa, das questões ligadas à responsabilidade social e até mesmo pelos possíveis ganhos que uma atitude de responsabilidade social poderia trazer para a empresa.

Não é preciso grande exercício de imaginação para saber que esperar que as empresas ou organizações atuem fortemente em questões ligadas à inclusão de deficientes em seus quadros apenas por questões de justiça e ética é um engano.

É necessário que certas medidas sejam contempladas pela legislação pelo simples fato que, em uma sociedade dinâmica e complexa, esperar que estas ações aconteçam espontaneamente seria uma ingenuidade.

Se compreendêssemos que empresas e outras organizações são um reflexo da sociedade em que estão inseridas, refletindo suas práticas, mas também colaborando para a formação da cultura dessa mesma sociedade em um movimento dialético, deveríamos entender que as organizações são espaços inclusivos e receptivos para toda a diversidade de uma comunidade.

A partir dessa premissa é que se pautam as ações que estimulam ou levam as empresas a inserirem em seus quadros profissionais portadores de necessidades especiais, ou seja, os aspectos motivadores em linhas gerais são a demanda da sociedade para que todos sejam incluídos, a transparência que deve pautar os serviços prestados pelas corporações e a legislação que regulamenta a questão.

Chega-se nesse ponto a um consenso de que todos devem ser incluídos em todos os espaços da sociedade, sem discriminação, considerando suas peculiaridades e necessidades. Logo, aparentemente, não há mais o que se discutir sobre essa questão, posto que esteja regulamentada pela legislação vigente como será abordado mais adiante.

Ocorre que neste trabalho busca-se mais do que descrever uma legislação ou compreender uma situação como definitiva ou mesmo resolvida pela letra da lei. Faz-se necessária uma reflexão acerca dos aspectos relacionados à inclusão a partir de uma visão mais questionadora.

Trata-se de compreender que esse cenário é mais amplo do que o simples fato de uma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

organização contemplar as exigências da lei, a aceitação despida de análise ou da reflexão não pode ser a marca da sociedade contemporânea. Em outras palavras, o que está sendo dito aqui é que para que as organizações e as pessoas inseridas sejam de fato extensoras de políticas advindas da legislação é desejável que sejam mais do que conhecedores das políticas de inclusão, espera-se destes envolvidos uma apropriação dos pressupostos da lei, um olhar cuidadoso para suas vertentes, essa é a única condição por meio da qual as empresas podem de fato ser inclusivas.

As corporações se tornam inclusivas de fato quando isso passa a fazer parte da sua cultura organizacional, quando ações afirmativas se incorporam ao cotidiano da empresa e tendo isso como modo de ser dos colaboradores.

Neste sentido, para que isso ocorra, é relevante discutir o conceito de inclusão à luz de alguns preceitos éticos e, além disso, é imprescindível posicionar a inclusão dentro de uma dinâmica que comporta dentro de si a exclusão.

Em relação aos aspectos éticos, desde há muito tempo, entende-se que uma sociedade justa é aquela na qual todos os indivíduos são contemplados. Aristóteles, já na Grécia Antiga, apontava para o fato de que os seres humanos deveriam ter como única função a busca da felicidade de todos. Evidente que naquele contexto a ideia de "todos" possuía algumas peculiaridades, mas a tese permanece até hoje, uma sociedade feliz é aquela na qual todos têm suas necessidades contempladas.

Segundo Aristóteles, em Ética à Nicômaco, Livro 5,3 "o justo é o proporcional; o injusto é o que viola a proporção. Desse modo, um dos termos torna-se grande demais e o outro demasiado pequeno, como realmente acontece na prática".

A palavra "todos" parece ser bem grande e ampla, ela remete à seguinte questão: Mas "todos" mesmo? Até o mais inescrupuloso dos bandidos? Sim, todos dentro de padrões de justiça previamente acordados com vistas ao bem comum.

Já em Kant, encontra-se a tese de que a vida e o bem estar são um imperativo, portanto, o bem de todos passa pelo respeito ao indivíduo em toda sua humanidade.

Ocorre que a condição de ser incluído em algo, seja trabalho, grupo social ou amigos implica necessariamente em outra condição, dialeticamente oposta, mas também dialogicamente relacionada: Exclusão.

A afirmação nesse trabalho é que todos são incluídos em algumas condições, não possuir emprego, ser apartado dos grupos aos quais se intencionava pertencer, estar fora de determinados contextos nos coloca como excluídos, mas evidentemente nos inclui no grupo dos desempregados, dos sem grupos ou isolados.

A relação que chama atenção aqui parece extremamente óbvia, porém nem sempre é clara, especialmente dentro das empresas ou em locais que buscam atender à legislação no que tange á inclusão de portadores de necessidades especiais.

Dito de outra maneira, faz-se necessário cuidar da forma como as pessoas – sejam elas quem forem – são inseridas nas empresas, isso porque a relação inclusão/exclusão é

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

bastante tênue, deve-se cuidar para que o profissional não fique relegado a algum trabalho que o subestime. Na história, não são poucos os casos onde os incluídos são apenas deixados em algum canto ou condição de forma a serem cumpridas regras ou preceitos, mas que o indivíduo acaba por sentir-se ainda mais isolado ou excluído.

O que chama atenção, por fim, é o fato de que mais que cumprir a legislação, mais que atender demandas de mercado ou sociais, os profissionais e por extensão suas empresas devem assumir uma filosofia inclusiva, há se de cuidar para que as pessoas sejam tratadas não como incluídas, mas como profissionais de uma mesma e única empresa e com as mesmas condições.

Contudo, conceitos e princípios não são internalizados de forma automática assim que são apresentados, tampouco legislações são capazes de fazer com que as pessoas adquiram hábitos de forma consciente ou por de fato acreditarem em alguma ideia.

Mudanças estruturais e psicológicas, que envolvem questões subjetivas ou filosóficas, acontecem ao longo do tempo, quando os seres humanos dão sentido a elas; em relação à inclusão, o termo por si só é um signo, cabe à sociedade dar e ele o significado que se espera.

No âmbito do trabalho profissional e do mundo coorporativo, as pessoas e as empresas têm buscado profissionais cada vez mais capacitados, aptos a empreender diferentes tarefas e a adaptar-se a diversos contextos. No que tange aos aspectos concernentes ao tema inclusão, a formação profissional ainda é insipiente.

A reflexão proposta neste trabalho vai ao encontro da percepção de que é urgente incluir o tema inclusão na formação dos técnicos que se destinam a suprir a demanda por mão obra qualificada por parte das empresas.

As instâncias formadoras devem estar atentas para as expectativas não apenas das empresas, mas da sociedade e da legislação. Desta forma, o conceito de inclusão, suas implicações éticas, suas exigências práticas e suas delimitações legais precisam ser incorporadas aos cursos técnicos de forma a serem mais amplas e aprofundadas do que um tema transversal. Há de se cuidar desse tema na forma de uma competência ou corpo de conhecimentos específico na formação dos profissionais uma vez que a questão merece atenção especial, posto que não é suficiente cumprir o que determina a lei, é importante que os profissionais de hoje estejam em sintonia com o mundo ao qual pertencem de forma a contribuir para o mesmo e, assim, para suas empresas.

Aqui reside o eixo central deste texto: A convicção por parte de seus autores que o tema inclusão deve ser uma competência nos cursos técnicos, possivelmente de forma indistinta no que tange ao perfil do curso.

A Força dos Números

Conforme dados da Organização das Nações Unidas - ONU (2002), cerca de10% (dez por cento) da população mundial, ou 650 milhões (seiscentos e cinquenta) de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pessoas, têm deficiência. O resultado do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que 23,9% da população brasileira apresenta algum tipo de incapacidade ou deficiência.

Diante deste cenário, depara-se com uma parcela significativa de pessoas com deficiência (PcD), que poderão ingressar no mundo do trabalho e, desta forma, algumas medidas e orientações já são apresentadas para que a inclusão seja feita nas empresas de forma a assegurar direitos e estabelecer a inclusão efetiva.

Nas academias, universidades e escolas de formação profissional esta demanda é uma realidade relativamente nova e, portanto, a forma de abordagem propõe medidas que contemplem a fotografia atual e contribua para que a necessidade seja feita de forma a incluir os deficientes e integrá-los em seus postos de trabalho.

Em relação às organizações que necessitam cumprir sua cota de funcionários com deficiência (lei de cotas), é importante salientar que a prática é exercida no mundo corporativo e, por vezes, sem o devido preparo do gestor e sua equipe para o assunto. Nesse caso, a proposta de criar uma competência que contemple o tema dentro do ambiente escolar nos diversos cursos ofertados seria uma forma de minimizar as possíveis dificuldades e balizar as decisões de forma assertiva.

A inclusão analisada de forma macro carrega consigo propostas de adequações em vários campos, como por exemplo, infraestrutura das cidades, educação, cidadania e outros setores e tendências que compõe esta temática.

Especificamente dentro da área da educação, em se tratando do Ensino Técnico Profissionalizante e seu plano de curso, este tema é pouco difundido e explanado, por tratar-se de um assunto relativamente novo e com impactos financeiros para as organizações. Explorar o assunto é uma forma de contextualizar a formação dos estudantes, preparando-os para a realidade e reforçando a necessidade de debruçar-se sobre o tema.

Os gestores e suas organizações enfrentam a realidade de buscar candidatos para a inserção no mercado de trabalho e as PcD, por sua vez, por algum fator limitador (família, recurso, infraestrutura, acessibilidade) não conseguem, por vezes, a devida qualificação para a sua inserção.

Neste momento, existem realidades diversas em que o ponto de equilíbrio poderá ser analisado de forma personalizada e conforme a disponibilidade de desenvolvimento que ambos possam apresentar; tanto a empresa quanto o candidato com deficiência.

A proposta de trabalhar com os cursos técnicos de nível médio neste artigo, que faz parte da Semana Senac de Inclusão e Diversidade realizada no Senac Santo André, vem da necessidade de aprofundamento e ou complementaridade de tema – Inclusão de Pessoas com Deficiência no Mercado de Trabalho, e que após pesquisas nos planos de curso, notou-se a inexistência de abordagem do assunto formalmente. Assunto este presente dentro das organizações e que não necessariamente são discutidos nos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ambientes corporativos.

Analisar a realidade e intervir na formação no ambiente escolar poderá trazer maior humanização e mais recursos para que o futuro trabalhador possa resolver as questões de inclusão quando estiver dentro do ambiente corporativo e precisar trabalhar com tais demandas.

Esta competência inserida nos planos de cursos de habilitação profissional de nível médio contemplará temas como a história da lei de cotas, sensibilização de equipes quanto à inclusão e ao desenvolvimento e retenção dos talentos, assuntos que poderão orientar os alunos e fazendo emergir a necessidade de trabalhar com esta realidade propondo adequações para as organizações e para as PcD.

A Presença da Lei

A Lei Federal 8.213, de 1991 de cotas de contratação e inclusão de PcD's com deficiências nas empresas – foi fruto de mobilização das PcD's, exigindo uma medida do governo, pleiteando eliminar a desigualdade entre as PcD e as outras que não possuem deficiência. A lei começou a ter aplicabilidade cobrada em 1999 com o Decreto Federal nº 3.298/99, que a regulamentou.

No artigo 93 da referida lei, a empresa com 100 ou mais funcionários está obrigada a preencher de dois a cinco por cento dos seus cargos com beneficiários reabilitados, ou pessoas com deficiência, na proporção:

- Até 200 funcionários..... 2%
- 201 a 500 funcionários..... 3%
- 501 a 1.000 funcionários..... 4%
- De 1001 funcionários em diante 5%

O objetivo geral deste estudo é levar a uma reflexão acerca da construção de uma competência para os cursos técnicos de nível médio com abordagem na Inclusão de Pessoas com Deficiência (PcD) no Mercado de Trabalho.

No Brasil a educação profissional passou a ter relevância na década de 1930, quando teve início a industrialização no país, possibilitando o surgimento das escolas para formação de recursos humanos do processo produtivo na década de 1940.

Na década de 1950 foi permitida a equivalência entre os estudos acadêmicos e profissionalizantes, mas a plena equivalência entre todos os cursos de mesmo nível se concretizou sem necessidade de exames e provas de conhecimentos, com a promulgação da Lei Federal n.º 4.024/61, a primeira Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

Em 1971 a Lei Federal n.º 5.692 reformulou a Lei Federal n.º 4.024/61 no tocante ao

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ensino de primeiro e de segundo graus, sendo representativo para a educação profissional quanto à introdução da profissionalização generalizada no ensino médio, então denominado segundo grau. Na Lei Federal n.º 5.692, os cursos técnicos, que eram organizados em Ginásios Industriais, Comerciais e Agrícolas, assumiram a formação geral básica no 1º grau e o ensino do 2º grau foi transformado em profissionalizante.

A reformulação da Lei n.º 5.692 surge com a Lei Federal n.º 7.044/82, que tornou facultativa a profissionalização no ensino de 2º grau que por um lado tornou este nível de ensino livre da profissionalização, mas por outro, restringiu a formação profissional às instituições especializadas nessa modalidade de ensino.

Em 1996 foi promulgada a Lei Federal de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDB nº 9.394/96. Esta Lei aborda a Educação Profissional no Capítulo III nos artigos 39 a 42. O parágrafo único do artigo 39 da LDB define que "o aluno matriculado ou egresso do ensino fundamental, médio e superior, bem como o trabalhador em geral contará com a possibilidade de acesso à educação profissional". A LDB n.º 9394/96 é complementada pelo Decreto n.º 2208, de 17 de abril de 1997 e reformado pelo Decreto n.º 5154, de 23 de julho de 2004, para atender as necessidades do cenário contemporâneo.

De acordo com a LDB nº 9.394/96, que apresentou vários dispositivos referentes à educação profissional alterados pela Lei nº 11.741/2008, na estrutura da educação nacional existem dois níveis de ensino nacional:

- Educação Básica
- Educação Superior

A estrutura da educação profissional e tecnológica, de acordo com artigos 39 a 42 LDB, não se configura como um nível de ensino, mas, integra-se aos dois níveis

existentes, respeitando suas especificidades, e subdivide-se em três possibilidades de cursos:

- De formação inicial e continuada ou qualificação profissional;
- De educação profissional técnica de nível médio;
- De educação profissional tecnológica de graduação e pós-graduação.

No âmbito deste trabalho, a sugestão de uma competência se debruça nos cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio ofertados pelo Senac-SP. O quadro 1 apresenta a esquematização da divisão da educação no Brasil.

Quadro 1 Estrutura da Educação Nacional

<table>
<tr><td colspan="5">1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17</td><td>18 19 20 21 . . .</td><td>Idade</td><td rowspan="6">Educação a</td></tr>
<tr><td colspan="5">EDUCAÇÃO BÁSICA</td><td>EDUCAÇÃO SUPERIOR</td><td rowspan="2">Nível de Escolaridade</td></tr>
<tr><td colspan="2">EDUCAÇÃO INFANTIL</td><td colspan="2">ENSINO FUNDAMENTAL</td><td>ENSINO MÉDIO</td><td>- Cursos Seqüenciais
- Graduação
- Pós-Graduação
- Extensão</td></tr>
<tr><td>creche</td><td>pré-escola</td><td colspan="2">anos, séries, ciclos etc.</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5"></td><td colspan="2">Cursos e exames: Ensino Fundamental</td><td rowspan="2">Educação de Jovens e Adultos</td></tr>
<tr><td colspan="5"></td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: SENAC (www.senac.sp.br, 2008)

Os planos de cursos construídos de acordo com os respectivos projetos pedagógicos são submetidos à aprovação dos órgãos competentes dos correspondentes Sistemas de Ensino, contendo obrigatoriamente, no mínimo, a identificação do curso, justificativa e objetivos, requisitos e formas de acesso, perfil profissional de conclusão, organização curricular; critérios de aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores, critérios e procedimentos de avaliação, biblioteca, instalações e equipamentos, perfil do pessoal docente e técnico, certificados e diplomas a serem emitidos.

Os planos de cursos que aqui se propõe têm como objetivo a inserção de uma competência na organização curricular dos cursos Técnicos Profissionalizantes de Nível Médio. Isto se dá após a constatação de que o tema inclusão de PcD não estão contemplados nos planos de cursos, sendo um assunto relevante para a atuação dos alunos no mercado de trabalho.

Proposta Curricular

Apresenta-se no quadro 2 o conjunto de conteúdos que poderiam compor a competência a ser inserida nos planos de cursos:

Competência I - Introdução ao tema (3 horas e 30 minutos) Objetivos:

- Apresentar os objetivos da competência e propor uma dinâmica de apresentação dos alunos mapeando a ligação que cada discente tem com o tema.
- Conceito histórico da disciplina. Conteúdo:
- Inclusão de PcD's no mercado de trabalho;
- Contexto histórico.

Competência II - Lei Federal de Cotas número 8.213 de 1991 (3 horas e 30 minutos). Objetivos:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Compreender a lei de cotas de contratação e inclusão de PcD no mercado de trabalho.
- Entender o cenário atual no Mundo e no

Brasil. Conteúdo:

- Legislação
- Dados da (ONU) organização das Nações Unidas – propor uma estratégia de acesso ao site da ONU para leitura de textos e notícias sobre o tema inclusão / deficiência.
- Realidade Brasileira segundo o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Competência III - Sensibilização de equipes para trabalhar cm PcD's – 3,5 horas.

Objetivos:

- Incentivar e compreender a necessidade de sensibilizar a equipe para trabalhar com PcD´s.

Conteúdo:

- Ética, questões psicológicas, clima e cultura organizacional com a lei de cotas.

Competência IV - Retenção de Talento (3 horas e 30 minutos).

Objetivos:

- Trabalhar o tema "Retenção de Talento" de PcD's, proposta de um PDI - Plano de Desenvolvimento Individual.
- Fechamento da disciplina

Conteúdo:

- Retenção de talentos e Programa de Desenvolvimento Individual.

Considerações finais

Tratar uns ou outros como diferentes ou necessitados de alguns cuidados especiais é um equívoco cometido há tempos pela humanidade, a bem da verdade, todos os seres humanos possuem alguma necessidade especial, todos temos algumas deficiências, portanto, uma sociedade mais justa e próxima daquilo que se pode entender como ideal comporta e acolhe a todos indistintamente.

Todavia a frase e a ideia com a qual se iniciam estas considerações finais têm funcionado mais como chamamento teórico e de efeito do que como prática cotidiana, o mundo extremamente competitivo, meritocrático e individualista, marcado pela velocidade das transformações e imerso em um pensamento imediatista não parece ter muito tempo a perder com aqueles que por um ou outro motivo não acompanham seu ritmo.

Defende-se, aqui, então, a necessidade de intervir nesse ritmo e nessa forma de conduzir o mundo, a sociedade e, por extensão, as empresas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

No bojo destas reflexões defende-se, neste artigo, a intervenção que viria por meio da educação e treinamento daqueles que estão ou estarão no mundo coorporativo, evidentemente não é o único caminho, tampouco a exclusiva face da questão a ser contemplada nesse processo de mudança, mas é sem dúvida, uma das contribuições importantes que as instituições formadoras de profissionais podem dar.

Inserir nos processos formativos informações, subsídios teóricos e práticos voltados à construção de organizações mais acolhedoras constituídas por pessoas que pensem a inclusão como parte da vida cotidiana e não apenas como parte das exigências legais é a premissa que deveria mover, portanto, a formação humana e profissional, é nisso que creem fortemente os autores desse trabalho, foi nesse sentido que se direcionou os esforços.

Referências

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução de Leonel Vallandro e GerdBornheim da versão inglesa de
W. D. Ross. In: Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1973, v.4.

BRASIL. Decreto-Lei nº. 8.213, de 24 de Julho de 1991. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Ministério do Trabalho.

_____Lei nº 8213/91. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências.

_____Lei nº 9.394/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.

_____Decreto – Lei nº.3298/99. Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências.

_____Lei nº 11.114/2005. Altera os arts. 6º, 30, 32 e 87 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, com o objetivo de tornar obrigatório o início do ensino fundamental aos seis anos de idade.

_____Resolução CNE/CEB nº 3/2005. Define normas para ampliação do ensino fundamental para nove anos de duração.

_____Lei nº 11.274/2006. Altera a redação dos arts. 29, 30, 32 e 87 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, dispondo sobre a duração de 9 (nove) anos para o ensino fundamental, com matrícula obrigatória a partir dos 6 (seis) anos de idade.

_____Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em www.ibge.gov.br . Acesso em 01/12/2013.

_____Organizações das Nações Unidas (ONU). Disponível em www.onu.org.br . Acesso em 03/09/2012.

CASTEL, R. **As armadilhas da exclusão**. In: CASTEL, R.; WANDERLEY, L. E. W.; ELFIORE- WANDERLEY, M. Desigualdade e questão social. 3. ed. São Paulo

INEP: http://www.enem2013.org/enem-2013-inep-divulgara-resultado-nota-aneiro.html, acesso em 07/11/2013.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

KANT, E. **Fundamentos da Metafísica dos Costumes**. Trad. de Lourival de Queiroz Henkel. São Paulo: Ediouro. 1992

MARTINS, J. de S. **Exclusão social e a nova desigualdade**. São Paulo: Paulus, 1997.
MASSETO, M. **Competência Pedagógica do professor universitário**. Ed. Papirus, 11ª. ed. Campinas - SP. 2003.

RIBAS, J. B. C. **O que são pessoas deficientes**. 6ª. Ed. Brasiliense. São Paulo, 1994.
RIBEIRO. A, REAL E, CAPELLA, M. et al. **Planejamento e Avaliação: subsídios para ação docente**. 4ª. reimpressão. Rio de Janeiro. Senac Nacional DN, 2009, 112 (Didática para Educação Profissional). ROLDÃO, M. C. **Função docente: natureza e construção do conhecimento profissional**. Revista Brasileira, v12 n.34 jan/abr 2007.

SCHWARZ, Andrea; HABER Jaques. **Cotas: como vencer os desafios da contratação de pessoas com deficiência**. Ed. São Paulo, 2009.

SANTOS, E. O. **Ambientes Virtuais de Aprendizagem: por autorias livres, plurais e gratuitas**. Revista FAEBA, v.12, nr. 18.2003.

SANTOS, J. A; FILHO, D. P. **Metodologia Científica**. 2ª. ed. Editora Cengage Learning. São Paulo,
2011.
SINFACRJ – Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil.
http://www.sinfacrj.com.br/quem_somos.php . Acesso em 19/12/2013.
ZANON, Denise Puglia; ALTHAUS, Maiza Margraf. **Instrumentos de Avaliação na Prática pedagógica Universitária**, 2002.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DA MATEMÁTICA NA EDUCAÇÃO

Maria Ismênia Fernandes dos Santos (UNIESP) Maria Janete Santos Maciel (UNIESP)
Sueli Dos Santos Fernandes (UNIESP)

RESUMO

A matemática não é apenas uma disciplina no currículo escolar, ela também está no cotidiano, relacionada ao contexto de todos, sendo ela fundamental para o desenvolvimento intelectual e social do indivíduo. Durante anos, o ensino matemático foi transmitido de maneira em que os alunos memorizassem os conteúdos, menosprezando seu pensamento crítico. Dessa forma, os educadores enchiam seus alunos de conteúdos, provocando em seus alunos, abatimento, desanimo e dificuldades em aprender a disciplina. A partir dessa lógica, ocorreram estudos para transformar esse contexto, mas essa transformação só acontecerá se os professores estiverem entusiasmados com ela, dispostos a se especializarem, melhorando a sua didática e forma de repassar os conteúdos de maneira significativa e agradável, utilizando estratégias e situações que facilitem a aprendizagem do educando, superando assim as dificuldades por meio de um trabalho diferenciado. **Palavras chaves: Ensino-aprendizagem, metodologia, Matemática significativa.**

ABSTRACT

Mathematics is not just a subject in the school curriculum, it is also part of everyday life, context-sensitive of all, it is fundamental for intellectual and social development of the individual. For years the mathematical education was broadcast so that students memorize the contents, belittling their critical thinking. Thus educators filled their student's contents, causing in their students, dejection, discouraged and difficulties in learning the discipline. Some studies occurred to transform this context, but this transformation will only happen if teachers are excited about it, willing to specialize, improving their teaching and how to teach on a meaningful and enjoyable way the content, using strategies and situations to facilitate the student's learning, thus overcoming the difficulties through a unique work.
Key words: Learning, teaching methodology, significant mathematics.

Introdução

A matemática faz parte do cotidiano das pessoas, sem que elas percebam, no entanto, gostar dela depende da forma com o que ela foi ensinada. A matemática é essencial no processo formativo da criança e no seu desenvolvimento intelectual e social. Dessa forma, torna-se fundamental destacar a sua transformação no cidadão.

Partindo dessa visão, fica evidente que a matemática pronta e acabada é algo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

do passado, onde o sujeito não realizou a concepção do eu. Assim podemos considerar que a matemática é fundamental na construção do sujeito, no processo social e na aquisição do conhecimento.

Segundo PIAGET "A finalidade da educação é desenvolver a autonomia moral, intelectual e social, e a matemática deve estar inserida nesse contexto" (KAMIL, 1995, p.33).

Nas escolas, o que encontramos é o contrário, onde os conteúdos são passados, exigindo dos alunos repostas prontas e diretas dificultando a sua autonomia. Dessa forma, o papel do educador é fundamental, criando condições que são essenciais para o desenvolvimento dessa autonomia com situações-problemas que propiciem novos conhecimentos.

AQUISIÇÃO DO CONHECIMENTO

De acordo com KAMIL (1995, p13), na teoria de Piaget, a construção numérica se dará na relação criança e objetos, e essa aprendizagem acontecerá em cada nível de desenvolvimento e faixa etária da criança, pois essas passam por fases de desenvolvimento. Segundo a teoria de PIAGET, o Indivíduo não herda inteligência, herda um equipamento que ao ser estimulado por meio da interação com seu meio, permite seu desenvolvimento.

A interação social da criança propicia a busca por estabilidade, que é essencial no desenvolvimento da sua estrutura mental, para Piaget, essa estabilidade acontece por meio da assimilação e da acomodação, ou seja, pela assimilação, o indivíduo resolve situações através de uma estrutura já existente, e a Acomodação acontece, essa estrutura não é suficiente, sendo necessário desenvolver novas, tendo essas influências do meio.

É por meio desse processo que ocorre a adaptação e, assim, a estabilidade, sendo esse um processo contínuo, cabendo ao professor criar meios para que a desestabilidade ocorra e o aluno busque desenvolver novas estruturas mentais.

Piaget dividiu as fases da criança em quatro etapas: Sensório-Motor, Pré-

Operacional, Operações Concretas e Operações Formais.

O sensório-motor ocorre entre zero e dois anos, onde a inteligência é desenvolvida pelas sensações e motricidade.

Na pré-operacional, que acontece entre dois e sete anos, a criança não desenvolve conceitos, nem uma sequência lógica de ações, a característica dessa etapa é o jogo simbólico.

Na etapa operações concretas, dos sete aos doze anos, o pensamento da criança é mais versátil, porque ela adquire a reversibilidade, mas ainda necessita do concreto para solucionar algumas situações.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Na última etapa, a operações formais, a partir dos doze anos, quando a criança torna-se capaz de solucionar hipóteses, desenvolvendo um raciocínio mais adulto e mais amadurecido, conseguindo refletir sobre o real.

Essa teoria desenvolvida por Piaget foi iniciada pelo trabalho de outros pesquisadores sobre o desenvolvimento intelectual da criança, entre eles, Constante Kamii, de acordo com ela, a criança passa por diferentes etapas na conquista do conhecimento lógico-matemático.

No primeiro nível, a criança não preserva o número, nem igualdade de conjuntos, demonstrando que seu conhecimento é inato, mas existem algumas avançadas que usam espaços baseando-se na percepção dos limites.

O segundo Nível engloba crianças de quatro e cinco anos, ainda não atinge completamente a conservação, mas já possuem a capacidade de fazer agrupamentos, desde que fiquem nítidos, no entanto, a igualdade não é conservada.

No terceiro Nível, a criança já possui a conservação dos números, além de argumentar suas escolhas.

Para um adulto, é incompreensível que a criança não consiga diferenciar as quantidades espalhadas em diferentes espaços.

Assim como as etapas proposta por PIAGET e os níveis desenvolvidos por KAMII, o professor deve estar alerto sabendo compreender e utilizar essas teorias como referências para acompanhar, desenvolver e intervir no trabalho realizado com as crianças na aquisição do conhecimento matemático.

A CRIANÇA E A CONSTRUÇÃO NUMÉRICA

Como foi visto anteriormente, a criança demora alguns anos para conhecer o número. Segundo (KAMII 1995, p15), "O número é a relação criada mentalmente por cada criança". Só após os cinco anos ela começa a fazer conservação dos números, processo que permite a criança realizar o raciocínio lógico-matemático, sendo capaz de raciocinar sobre diversas situações. Muitos educadores não conhecem essa fase, induzindo as crianças a realizarem etapas seguintes a essas. Os professores devem criar condições onde a criança tenha uma reflexão sobre o número e não a memorização, pois o número é construído a partir das relações e manipulações criadas com os objetos. "A criança que pensa na contagem de pratos para saber quantos guardanapos pegar está usando a contagem de maneira muito diferente do que aquela que conta depois que lhe ordenaram". (KAMII, 1995, p.59)

As relações criança e objeto não se resumem apenas ao ambiente escolar, estão

presentes desde seus primeiros anos de vida, por meio da família, brincadeiras, jogos, entre outros. Conhecimentos adquiridos que não devem ser menosprezados pelo educador, e cabe a ele desenvolver métodos em que a criança possa utilizar, aumentar e adquirir novos conhecimentos, com atividades que possam ser incorporadas ao contexto

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e cotidiano do aluno estimulando, assim, o desenvolvimento do raciocínio lógico-matemático. As reformas ocorridas no currículo escolar de acordo com os Parâmetros Curriculares de Matemática visaram adequar o trabalho escolar a nova realidade, procurando apagar as consequências desastrosas de anos anteriores onde o ensino ocorria de uma forma tradicional, para um novo padrão nas formações de educadores, permitindo a eles se preocuparem e compreenderem melhor, dando a verdadeira importância à disciplina, capacitando-se a ensinar, estimulando e desenvolvendo em seus alunos atitudes de cooperação e respeito entre os colegas.

Dificuldade de ensinar e aprender a matemática

Devido à forma de construção dos currículos escolares para aplicação do ensino da matemática, o modelo tradicional usado foi de certo modo algo desconfortável de se aprender por conta de ser algo repetitivo, exaustivo, com o objetivo apenas de promoção.

Em uma pesquisa feita por Mckinnon e Renner (1971) e por Schwebel (1975) comentada por KAMII (1995, p. 35) fala-se de alunos universitários despreparados para serem críticos e autônomos, sem capacidade de pensar de forma lógica. "Contudo, segundo Mckinnon e Renner, a porcentagem de alunos capazes de aprender um sólido pensamento lógico no nível formal era de 25%. A porcentagem encontrada por Schwebel foi de apenas 20%". (KAMII, 1995, p.35)

Essas pesquisas levam a questionar sobre como os professores também tem dificuldades em auxiliar os alunos mediante os conhecimentos prévios, o professor fica como detentor do saber e o aluno, quem apenas recebe os conhecimentos. O ensino- aprendizagem de matemática deve trazer, além do conhecimento, o prazer ao aluno. Os profissionais da educação devem trabalhar o modo de ensinar a matemática de maneira que, para a criança, os conteúdos tenham significados, sabendo a metodologia de seu trabalho a didática a ser aplicada e o modo de desenvolver as atividades, não se restringindo a determinadas áreas do conhecimento, dando menos atenção ao ensino da matemática, o professor deve partir dos conhecimentos que os alunos já têm para relacioná-lo ao que o aluno ainda precisa desenvolver, refletindo sobre sua ação pedagógica, não ficando apenas no ato de ensinar mais sim também no ato de aprender.

As crianças precisam entender o significado dos números e sua utilização não se limitando apenas à contagem, à leitura e à escrita, os professores precisam transmitir isso de maneira significativa.

Conforme afirma KAMII, "É bom para as crianças aprender a contar, ler e escrever numerais, mas é muito mais importante que ela constitua a estrutura mental de número". (1995, p.40).

O professor necessita conhecer como se dá a formação das estruturas mentais na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

criança assim como os estágios do desenvolvimento. As atividades devem estar ligadas a vida social da criança com significado, tendo a função de auxiliar o cidadão a resolver problemas do cotidiano.

De acordo com Carvalho (1994, p.82), "Não se aprende matemática para resolver problemas e, sim, se aprende matemática resolvendo problemas".

O professor também precisa entender que a criança tem seu modo singular de desenvolver o raciocínio matemático não sendo sempre o modo convencional, respeitando o modo de pensar do aluno e o saber trazido de fora com o conhecimento sistemático do professor, socialização entre professor-aluno e aluno-aluno também são importantes nesse processo de aquisição do conhecimento.

O aluno necessita internalizar o conhecimento e não apenas decorar com o intuito de ir bem na prova e tirar nota para passar de ano.

"A prova passa a ser, então, o centro da vida do estudante" (Ronca, 1991, p.16). O conhecimento trazido pelo professor precisa ser utilizado no cotidiano fazendo sentindo na aprendizagem, não sendo um ensino imposto.

Assim, a maneira que se utiliza para avaliar deve estar envolvida com a formação de pensamento e da personalidade do educando, visando seu desenvolvimento como um todo, e também utilizando a avaliação para melhorar seu papel como professor.

O professor deve proporcionar aos alunos oportunidades de questionar, criar hipóteses e estratégias, formas diferentes de solucionar problemas, trocas de informações e aprendizagens.

É importante que o educador reflita sobre seu papel como professor e sua didática em sala, e se necessário for, mudar sua prática para favorecer o desenvolvimento cognitivo da criança.

Ele também precisa se atualizar, se inovar, para trazer novos conceitos e métodos com o objetivo de aperfeiçoar seu trabalho, deixar na criança uma matemática que é construída através das relações, enxergar que a matemática é essencial e faz parte da formação do indivíduo, ajudando a criança a analisar e comparar os diferentes caminhos, permitir a cada um encontrar o método ao qual se adapta melhor. O conhecimento matemático precisa ser dinâmico, estar em constante reelaboração, articulando a matéria com outras áreas do conhecimento, relacionando a teoria com a prática, promovendo competências e habilidades. O ensino deve estar adequado às exigências sociais, preparando os alunos para uma inserção social, podendo aplicar o conhecimento adquirido com a realidade vivenciada.

O professor deve estar sempre atualizado com a realidade existente, e as mudanças do mundo, para que os conteúdos trabalhados na escola façam sentido, pois cada vez mais, os alunos estão com um conhecimento expandido e o professor precisa saber trabalhar e também intervir quando necessário, não desprezando o que o aluno já conhece, dando significado às diferentes linguagens que os alunos trazem,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

por isso, deve ter uma boa estratégia, uma excelente didática e conteúdo de interesses diversos, pois a forma que o professor passa confiança aos alunos no ato de ensinar a matemática determina qual sua postura em sala de aula.

Matemática no cotidiano do educando.

O conhecimento que se tem observado é de que a matemática é adquirida pela criança somente através de contas e fórmulas, muitas vezes de difícil compreensão, exigindo dos alunos a memorização, ficando uma aprendizagem sem questionamento, restringindo o desenvolvimento lógico-matemático.

Desse modo fica difícil de a criança estabelecer relação entre teoria e prática, a criança não consegue atribuir significado àquilo que já faz parte do cotidiano dela. De acordo com ZUNINO (1995. p13): "Estas afirmações levam a pensar que as crianças estão tão impregnadas pela cultura escolar que não podem reconhecer a sua própria participação na aprendizagem".

A visão tradicional de alguns pais conteudistas valoriza a forma quantitativa de trabalho dos professores e não a qualitativa, alegando que o modelo de ensino tradicional é melhor e mais eficiente. São poucos os pais que se preocupam com a aprendizagem significativa.

Faz-se necessário ter uma nova visão sobre a didática aplicada enxergando a matemática como um componente fundamental na formação do indivíduo, para seu desempenho frente à sociedade contemporânea,

Essa disciplina é utilizada de forma contínua no cotidiano do indivíduo, por isso, o professor deve se preocupar com o modo que seus alunos adquirem o conhecimento matemático. O educador precisa desenvolver atividades que favoreçam o desenvolvimento cognitivo, trazendo situações problemas e modos diferenciados de se trabalhar dando ao aluno autonomia para solucioná-los.

Segundo KAMII (1995, p.47), os conflitos também são formas de encorajar os alunos a pensarem automaticamente, por si, lembrando que "essa autonomia é indissociavelmente social, moral e intelectual".

O educador deve realizar seu planejamento de modo a facilitar a compreensão do aluno, dando-lhe autonomia para buscar soluções. O conhecimento numérico vai além de transmissão social ou de intervenção, pois ela requer uma estrutura lógico-matemática que precisa ser assimilada, KAMII explica tal afirmação:

> "Assim como a criança necessita de uma estrutura lógico-matemática para reconhecer um peixe vermelho como é, ela necessita da mesma estrutura lógico-matemática para reconhecer uma palavra obscena como tal. Para reconhecer tal palavra a criança necessita fazer dicotomia entre o que é tal palavra e o que não é, essa mesma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> estrutura lógico-matemática é usada, pela criança para construir conhecimento tanto físico quanto social". (p.24)

Os números têm funções muito maiores que apenas a sequência numérica ensinada em primeiro momento, elas tem identificação, valores, localização, organização, registro de medidas, cumprimentos e outros, as crianças levantam hipóteses sobre a leitura e escrita da matemática mesmo sem ter conhecimentos sobre tal, por isso, deve apresentar os números, integralmente, inclusive os maiores partindo do que eles já conhecem, para tomar conhecimento sobre o sistema convencional, o professor também deve respeitar a maneira dos alunos representarem quantidades, torna-se importante, então, entender como as crianças abordam a matemática nas fases iniciais.

Em um documento do Ministério da Cultura e Educação da Argentina (NOMEAR, 1999), num programa de capacitação e formação de docentes, traduzido pelas especialistas Elma O. C. Witkowski e Maria Luica R. Rossi, encontram-se dados importantes sobre como abordar a matemática nessa primeira fase, na qual as crianças estão construindo a noção de número. O texto divide-se em quatro fases, onde o educador pode buscar conhecer a forma de aquisição do conhecimento dos números pela criança do fundamental, refletindo sobre o modo que o raciocínio lógico-matemático e desenvolvido e a importância da construção de números e seus registros buscando uma nova didática.

Outro fator que deve ser considerado é o uso de jogos no ensino da matemática, pois eles oferecem desafios, além de proporcionar uma aprendizagem prazerosa e significativa, desse modo obteremos um método de ensino mais próximo do contexto dos alunos, esses desafios vão além de absorção de conteúdos, pois eles estão em contato com outras crianças na interação, ocasionando situações de conflito que exigem argumentos, discussões e justificativas para tomada de decisões.

> "As negociações em situações de conflitos são boas para colocar as coisas em relação e desenvolver a mobilidade e a coerência do pensamento. Para negociar situações aceitáveis, a criança precisa descentrar e imaginar como e que a outra pessoa está pensando". (KAMII, 1995, p.47)

As conquistas alcançadas nas situações de conflito são boas oportunidades para o desenvolvimento da autonomia, uma vez que durante os jogos, a criança tem oportunidade de manifestar sua opinião e defender sua visão, desse modo, torna-se importante que o professor promova essas situações.

Os jogos também despertam na criança a vontade e curiosidade em realizar cálculos, o professor deve considerar o modo que os alunos têm de produzirem seu conhecimento, aceitando suas hipóteses, socializando e compartilhando com os demais a estratégia utilizada pelo aluno, dando a ele liberdade de se expressar,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

os jogos não podem ser usados como "passatempo", eles devem auxiliar no desenvolvimento cognitivo dos alunos, entretanto, é necessário um planejamento onde os objetivos estejam claros, indo de encontro às necessidades reais dos alunos.

O objetivo de se trabalhar com os jogos é o de incentivar e promover o pensamento autônomo e independente do indivíduo, esse trabalho representa também um importante papel no aspecto social, podendo os alunos se colocarem no lugar do outro, lidando com regras e respeitando-as, e auxiliando aqueles que tiverem maior dificuldade.

Os Parâmetros Curriculares Nacionais trazem contribuições significativas sobre os jogos:

> "No jogo, mediante a articulação entre o conhecimento e o imaginado desenvolve-se o autoconhecimento – até onde se pode chegar – e o conhecimento dos outros – e o que se pode esperar e em que circunstâncias" (p.48).

Os jogos auxiliam no desenvolvimento cognitivo, social, moral e emocional, além de promover aquisição de simbologias e significados, contribuindo para sua integração no mundo social.

Outro fato importante na aprendizagem da matemática está relacionado à situação- problema onde nem sempre os alunos conseguem interpretar o que é proposto pelo professor, talvez por estar descontextualizado ou por não estar claro, não envolvendo o aluno na resolução do mesmo.

Esses enunciados poderiam ser criados por elas em conjunto com os professores, partindo de coisas que elas entendem e que façam parte de suas vidas, não sendo problemas pré-determinados, proporcionando desafios e estimulando o aluno na busca de soluções, promovendo a integração e a cooperação.

A situação-problema pode partir também de uma atividade lúdica, exigindo a busca de solução, usando o raciocínio lógico-matemático, não fazendo contas, necessariamente, podendo ser considerado, segundo Dione Luckesi de Carvalho, como "operações não matemáticas".

"... Todas as atividades que levem o aluno a estabelecer relações entre objetos, seres ou entes cujos critérios não são matemáticas". (CARVALHO, 1991, p.29).

Para que os alunos compreendam as situações problemas, é necessário o apoio de vários recursos didáticos, possibilitando ao aluno realizar ações mentais cada vez mais progressivas, à medida que são absorvidas por estes.

O que não se pode esquecer é o modo de avaliação, onde o professor deve levar em conta o processo de construção do saber pelo aluno, passando a ser um método investigativo, considerando o processo contínuo feito pelo aluno para ocorrer a aprendizagem, respeitando suas limitações, e avaliando também sua prática educativa como professor, podendo avançar em seu trabalho.

Para que o aluno consiga se desenvolver adequadamente, o professor precisa dar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

suporte, ajudando o aluno no seu desenvolvimento. De acordo com RONCA:

> "A escola tem obrigação, então, de ampliar seu campo de ação educacional, ajudando o aluno a desenvolver-se mais globalmente. Isso significa ensiná-lo a estudar, ensiná-lo a pensar, operar, não dando ênfase ou privilégio somente a ação da memorização de conteúdos". (RONCA, 1991, p. 33-34)

A avaliação deve estar preocupada com as necessidades do educando, fazendo sempre parte de um contexto de forma que reflita o desenvolvimento total do aluno, incentivando ele em seu progresso de aprendizagem.

> "Se uma situação leva o aluno à solução como um trem em seus trilhos, qual é a sua

liberdade de construir seu conhecimento?" PARRA & SAIZ (1996, p.54).

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Daine Lucchesi de. **Metodologia do ensino na matemática**. 2°ed. São Paulo. Cortez. 1994. KAMII, Constante. **A criança e o número**. 19°ed. Campinas. Papirus. 1995.

_____**Reinventando a aritmética: implicações da teoria de Piaget**. 14° ed. Campinas. Papirus, 1999.

NOMEAR, **Ler e escrever os números**. Documentos do ministério da cultura e educação da Argentina. Junho de 1999.

PARRA, Cecília/ SAIZ, Irmã (et al) **Didática da matemática.** Porto Alegre. Artes Médicas, 1996.

RONCA, Paulo. TERSI, Cleide**. A prova operatória.** 10° ed. São Paulo.

Explan, 1991. WEISZ, Telma **O diálogo entre o ensino e a aprendizagem.** São Paulo, Ática 2000**.**

ZUNINO, Delia Lener de**. A matemática na escola, aqui e agora.** 2° ed. Porto Alegre; Artes Médica, 1995.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O DOCENTE DE MARKETING DIGITAL NO ENSINO SUPERIOR

PRISCILA SOARES FALCHI, psfalchi@uol.com.br

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo refletir acerca do perfil e preparo inicial do docente no ensino superior, com ênfase no campo do Marketing Digital. Para isso, o texto discorre sobre a formação acadêmica desse professor e questiona se as competências e habilidades técnicas da sua área de atuação são suficientes para a prática docente, considerando que, em geral, sua formação não contempla o domínio da didática e abordagens educacionais. Dessa forma, propõe-se analisar o perfil do docente sob a visão do próprio professor e pelo ponto de vista do aluno, além de discorrer sobre os diferentes tipos de abordagens educacionais e do processo de ensino-aprendizagem.

Palavras-chave: mídias digitais. marketing digital. webmarketing

ABSTRACT

The objective of this paper is to discuss about the profile and initial preparation of teachers in higher education, with an emphasis in the Digital Marketing field. Thereby, the text talks about the academic formation of the teachers and asks if the knowledge and technical skills of their field are sufficient for teaching, considering that, in general, their training does not include the field of teaching and educational approaches. Thereby, it is proposed to analyze the profile of teachers in the teacher's own vision and the student's point of view, and discuss the different educational approaches and teaching-learning process.

***Keywords**: digital media. digital marketing. webmarketing*

INTRODUÇÃO

O Marketing Digital é uma área recente, se considerarmos que o crescimento da Internet se deu a partir da década de 2000.

Os profissionais que atuam nessa área são, comumente, graduados em Marketing e Comunicação ou áreas correlatas, que completam seus conhecimentos específicos sobre comunicação em mídias digitais após o término do curso superior, por meio de treinamentos e cursos livres, de especialização e/ou estudos contínuos de forma autodidata. Isso ocorre uma vez que, o Marketing Digital ainda não é um assunto abordado em profundidade nos cursos de graduação.

Em geral, os profissionais, após concluírem o curso superior, buscam aperfeiçoamento e especialização específica na área, o que se segue normalmente até o grau de ensino *lato sensu.*

Os saberes técnicos adquiridos ao longo de suas carreiras, no entanto, em geral não incluem as competências relativas à didática e processos de ensino- aprendizagem.

Por consequência, grande parte dos professores que lecionam as disciplinas relacionadas ao tema nos cursos de graduação, não tiveram um preparo inicial voltado ao exercício da profissão de docente.

O presente artigo propõe fazer uma reflexão acerca das questões referentes ao preparo inicial do docente no ensino superior, com ênfase no campo do Marketing Digital, destacando sua formação e até que ponto é necessário que domine as competências e habilidades ligadas à didática, além do pleno conhecimento na sua área específica.

Para isso, propõe-se refletir sobre o perfil do professor universitário de Marketing Digital no âmbito da sua própria visão a respeito da docência. Assim como, analisar o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

perfil do docente sob o ponto de vista do aluno, considerando as mudanças ocorridas no ambiente de ensino na última década em decorrência das novas tecnologias WEB e amplo acesso à Internet.

O texto também discorre sobre os diferentes tipos de abordagens educacionais e processo de ensino-aprendizagem.

O DOCENTE DE MARKETING DIGITAL NO ENSINO SUPERIOR

O Marketing é uma área nas organizações que abrange o atendimento das necessidades, desejos e demandas de um determinado público no mercado. Para isso, o Marketing se compõe por um conjunto de técnicas que se norteiam pela atuação em quatro grandes pilares, que são: o produto; o preço; os pontos de venda (praça), que incluem os canais de distribuição; e a comunicação, que envolve a publicidade e propaganda. A comunicação é um dos principais pilares do Marketing e é nela que se insere o Marketing Digital.

O Marketing Digital

O Marketing Digital, segundo Torres (2009, p45 e p70), é basicamente o uso da Internet como ferramenta de Marketing, envolvendo a comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias e conceitos conhecidos na teoria do Marketing.

O Marketing Digital é composto por sete ações estratégicas: marketing de conteúdo, marketing nas mídias sociais, marketing viral, e-mail marketing, publicidade *online*, pesquisa online e monitoramento.

Trata-se, portanto, de um meio de utilizar a Internet na aplicação das estratégias de Marketing e uma forma de divulgar, promover e até vender produtos, serviços ou ideias, por meio de diversos recursos, tais como: portais, redes sociais, eventos virtuais, conteúdo compartilhado, anúncios, e-commerce e campanhas *online*.

Originalmente, o processo de Comunicação envolvia basicamente as mídias *off line*, no entanto, com a evolução da Internet e a chamada WEB2.0, que surgiu por volta de 2004, a comunicação no âmbito do Marketing evoluiu para a incorporação da comunicação *online*, abrindo espaço para as mídias digitais.

De acordo com Cipriani (2014, p.22), a WEB 2.0 é uma plataforma tecnológica que sustenta as mídias sociais, na qual se viabilizam os blogs, wikis, sites de compartilhamento de conteúdos e as redes sociais. Além disso, permite as modificações nas palavras-chaves dos websites, atribuição de notas a produtos e comentários em páginas, permitindo a participação e opinião do usuário.

A partir daí, a comunicação corporativa deixou de ser uma via de mão única, na qual as empresas apenas expunham seus produtos e ideias. O consumidor passou a interagir, participar e contribuir também com suas próprias opiniões, por meio das redes sociais, o que levou a maioria das empresas a atuarem também no ambiente digital.

Nesse contexto, pode-se dizer que, segundo Torres (2009, p.61), seja qual for o modelo de negócio, uma parcela significativa de seus consumidores é representada por usuários frequentes da Internet que acessam a rede mais do que qualquer outra mídia. Dessa forma, passa a ser fundamental incluir a Internet como parte do planejamento de Marketing, criando ações integradas que permitam utilizar melhor os recursos disponíveis.

Nesse contexto, o Marketing Digital se tornou um fator importante para estreitar o relacionamento das organizações empresariais junto ao seu público-alvo e consolidar a reputação das marcas, possibilitando o aumento da visibilidade pelas redes sociais, blogs e portais colaborativos, além de propiciar a facilidade das empresas de serem facilmente encontradas por seus consumidores pelos sites de buscas e anúncios *online*.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A abertura de espaço para as mídias digitais é um reflexo da ampla inclusão digital no País, demonstrada nos dados da Pesquisa TIC Domicílios[13], conduzida pelo Comitê Gestor da Internet, que apontou, em 2013, a marca de 51% de usuários de Internet entre a população brasileira, dos quais 77% já participavam de redes sociais. Essa popularização da Internet e o crescimento das mídias digitais deram amplitude ao Marketing Digital.

O Marketing Digital é uma área recente, repleta de possibilidades e, por estar inserida no âmbito da Internet, que é um campo que sofre mudanças em todo o momento, exige do profissional que nela atua o domínio de certas competências, conhecimentos e habilidades específicas, além da alta capacidade de atualizar-se constantemente e de reinventar seu modo de trabalho a cada dia, a fim de acompanhar as movimentações do mercado.

Adquirir esta formação, vivência e excelência profissional, por sua vez, não é algo fácil, e advêm de muito estudo, esforço e total dedicação, próprios de quem tem paixão pelo que faz. Paixão esta que muitas vezes leva parte desses profissionais a expandirem suas carreiras e assumirem outros papéis profissionais, como o de escritores, empresários e professores.

No papel de professores, buscam compartilhar suas experiências vividas na sua atuação no mercado, contribuindo para a formação de novos profissionais e para o crescimento de seu campo de atuação, por meio da docência no ensino superior.

O compartilhamento das experiências profissionais trazidas pelo professor do mercado de trabalho para a sala de aula pode ser um fator diferencial para dar ao aluno uma perspectiva mais abrangente sobre as mídias digitais, mostrando como utilizá-las de maneira profissional, e não só como entretenimento.

No entanto, ao falar em professores de áreas correlatas à Internet, principalmente no que se refere ao ensino superior do Marketing Digital, tema abordado no presente artigo, abre-se espaço para uma reflexão a respeito do nível de preparo necessário para torná-los realmente aptos a lecionarem, no sentido de entender se apenas o entusiasmo e os conhecimentos práticos adquiridos ao longo da carreira são, ou não, suficientes para o exercício pleno da prática docente.

Isso leva ao seguinte questionamento: É possível que o professor, no âmbito do ensino superior na área de Marketing Digital, obtenha pleno êxito em sua prática docente apenas embasando-se no seu conteúdo técnico e vivência profissional?

O docente de Marketing Digital sob a ótica do professor

A primeira reflexão sobre este questionamento se faz em entender, sob o ponto de vista do próprio professor, quais modelos tende a seguir, no início de sua prática docente, no que se refere ao embasamento para definir sua maneira de lecionar.

O Marketing Digital, como dito, é um campo recente, uma vez que o crescimento da Internet se deu no Brasil somente na década de 2000, e os professores que hoje ensinam esta disciplina não são oriundos de uma geração envolvida desde jovens com o uso da tecnologia WEB, visto que na época em que eram estudantes, não havia ainda a cultura digital e as ferramentas e meios de acesso à Internet que temos atualmente disponíveis, tais como: smartphones, tablets, WIFI e pacote de dados, com fácil acesso à Internet dentro e fora das salas de aula.

Dessa forma, a visão que estes docentes têm sobre o que é efetivamente ser professor, se fundamenta nas experiências que tiveram com os seus próprios professores enquanto eram alunos graduandos. Situação esta em que havia a quase total predominância de uma abordagem de ensino pautada em aulas expositivas, com sistema avaliativo

[13] **CETIC,** Panorama Setorial da Internet. *Online* – Disponível em http://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/6/Panorama_Setorial_7_FINAL_2-1.pdf Acessado em 15 de agosto de.2015

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

embasado, quase sempre, apenas na aplicação de provas e trabalhos.
Na época, era comum encontrar professores especialistas nas áreas de atuação profissional, porém, com pouco domínio sobre o processo de ensino- aprendizagem, situação que pontualmente se estende até hoje nas universidades.
A quase ausência da formação pedagógica para o docente do ensino superior, de uma forma geral, segundo Pimenta (2010, p.79), delega um grande peso ao papel da experiência prática docente do profissional que atua nesse nível de ensino, uma vez que, ao iniciar nessa carreira, traz a concepção do que é lecionar baseada apenas na ótica que tiveram enquanto alunos e na experiência vivida na escola com diversos professores.

> Experiência que lhes possibilita dizer quais eram os bons professores, quais eram bons em conteúdo, mas não em didática, isto é, não sabiam ensinar. Formaram modelos "positivos" e "negativos" nos quais se espelham para reproduzir ou negar (PIMENTA, 2010, p.79).

Ainda sob este aspecto, em análise um pouco mais ampla acerca da situação do ensino no Brasil, de acordo com Pimenta (2010, p.38), [...] segundo dados da Unesco, o número de professores universitários entre todas as áreas específicas, saltou de 25 mil para um milhão, no período de 1950 a 1992. E, embora tenha aumentado em 40 vezes, a maior parte era formada por professores improvisados e sem o devido preparo para atuar no campo educacional.
Nesse cenário, embora os professores contemplem uma experiência significativa e anos de estudos nas áreas específicas em que lecionam, conforme Pimenta (2010, p.37), falta preparo e conhecimento científico sobre o processo de ensino e de aprendizagem, pelo qual, segundo a autora, passam a ser responsáveis a partir do instante em que ingressam na sala de aula.
Dessa forma, pode-se dizer que ao ingressar na carreira docente no ensino superior, o profissional da área de Marketing Digital, tende no primeiro momento a se espelhar nos seus professores do passado. Acreditam, com isso, que os conhecimentos técnicos satisfazem os requisitos básicos para o bom desempenho do papel de lecionar a disciplina. Nessa fase inicial, o professor comumente não tem ainda domínio sobre técnicas de didática e abordagem pedagógica.
O ensino superior no Brasil tem passado por transformações, sendo que uma das mais significativas ocorreu por volta de 1965 quando se aplicou, segundo Gil (2013, p.19), a definição dos modelos de *lato sensu* e *stricto senso*, sendo que o primeiro é caracterizado por cursos de especialização restrita a uma área profissional, e o segundo remete aos níveis de mestrado e doutorado.
Nesse modelo, o profissional de Marketing Digital tende a cursar especialização até o nível *lato sensu*, sendo estudos direcionados apenas a sua área específica. O que leva a crer que poucos direcionam sua formação, no primeiro momento, ao nível de *stricto sensu*. E, sendo assim, os saberes técnicos adquiridos ao longo de suas carreiras, em geral, não incluem as competências relativas à didática e processos de ensino-aprendizagem.
Por este ângulo, a visão do docente a respeito do que é ser professor pode ser revista e questionada por ele próprio, no momento em que levar em conta que o perfil da sociedade mudou, os hábitos e os padrões comportamentais das pessoas mudaram e, consequentemente, o perfil dos estudantes universitários também mudou. E que, sendo assim, pode-se supor que não basta apenas saber uma disciplina, fazendo-se necessário saber como ensiná-la.
Este ponto leva à reflexão sobre um segundo aspecto acerca do questionamento colocado neste artigo, que é analisar também sob o ponto de vista do aluno, se os conhecimentos técnicos e especializados do professor são suficientes para ensiná-los de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

forma adequada, para que efetivamente aprendam.

O docente de Marketing Digital na visão do aluno

O perfil do aluno nos dias de hoje já não é mais o mesmo de uma década atrás. A internet revolucionou a sociedade e o padrão de comportamento das pessoas, e atingiu diretamente a rotina nas salas de aula.

Com isso, o professor deixa de ser a figura central da aula, na medida em que deixa de ser somente um transmissor de informações, uma vez que os alunos trazem já consigo um conjunto de informações adquiridas pela Internet, meios de comunicação e comunidade.

> O papel do professor como apenas repassador de informações atualizadas está no seu limite, uma vez que diariamente estamos sujeitos a ser surpreendidos com informações novas de que dispõem nossos alunos, as quais nem sempre temos oportunidade de ver nos inúmeros sites existentes na internet (MASETTO, 2003, p.14).

E no momento em que o professor deixa de ser apenas o transmissor da informação, o aluno, por sua vez, também muda o seu papel e deixa de ser apenas um elemento passivo, passando a assumir uma posição mais ativa no processo da aprendizagem.

O aluno procura, segundo Gil (2013, p.09), informações complementares para a solução de problemas concretos, estruturando racionalmente os conhecimentos que vai adquirindo, entrelaçando o que lhe é transmitido com o que ele próprio procura. Dessa forma, sob o ponto de vista do aluno, a abordagem tradicional de ensino, antes apresentada em total predominância, já não encontra espaço no ambiente escolar.

O que leva a outro aspecto de reflexão acerca dos diferentes tipos de abordagens de ensino, entre as quais esta abordagem tradicional se insere.

O processo de ensino-aprendizagem

De acordo com Gil (2013, p.10), o processo de ensino-aprendizagem envolve cinco formas de abordagens educacionais, que são divididas em: abordagem tradicional, abordagem comportamentalista, abordagem humanista, abordagem cognitivista e abordagem sociocultural.

A abordagem tradicional, conforme citado anteriormente, é a que propõe uma forma conservadora de ensino, na qual o conhecimento é transmitido ao aluno pelo docente de maneira unilateral em caráter apenas expositivo.

O aluno exerce um papel passivo nesse caso, uma vez que não são considerados os seus interesses e anseios.

Trata-se de um programa escolar rígido, com disciplinas e regras definidas pela escola e, segundo Libâneo (2013, p.83), é o tipo de ensino que existe na maioria das escolas, e consiste na transmissão da matéria pelo professor ao aluno, que, por sua vez, recebe e reproduz de forma mecânica o que aprendeu.

E, ainda que o aluno realize as atividades e responda aos questionamentos do professor, assume um papel muito limitado, com o mínimo de participação na elaboração dos conhecimentos.

Dessa forma, a abordagem tradicional, que sempre foi muito difundida, não se enquadra ao perfil atual dos alunos no ensino superior, na medida em que se subestima sua atividade mental, privando-o de desenvolver suas possibilidades cognitivas, suas capacidades e habilidades.

A abordagem comportamentalista, por sua vez, de acordo com Gil (2013, p.10), enfoca o conhecimento e considera os padrões comportamentais dos indivíduos, como fator de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

influência no ensino e aprendizado.
Nesta abordagem, os indivíduos são vistos como um produto do meio em que estão inseridos, e os conhecimentos transmitidos podem ser moldados de acordo com a sua realidade.
A abordagem humanista tem o enfoque central no aluno, leva em consideração as suas relações interpessoais e a construção do saber pela ação conjunta. Nesta abordagem o aluno passa a ter um papel ativo e o professor o de facilitador do conhecimento.
Na abordagem cognitivista o foco é a interação entre o sujeito e o objeto. Nesta abordagem, o aluno adquire o conhecimento e o desenvolvimento da inteligência com o estímulo ao pensamento, por resolução de problemáticas propostas pelo docente e de forma participativa.
A abordagem sociocultural é a que defende o processo educativo como algo que não se restringe apenas à educação formal da escola, passando a envolver os aspectos do ambiente sociocultural em que vive o aluno. Nessa abordagem, o ensino exerce um papel sobre o aluno como formador de opinião, cidadania e senso crítico. A escola influencia o aluno ao passo que também é influenciada pelo meio.

Considerando que a revolução comportamental provocada, em grande parte, pelas mídias digitais rompeu a aceitação pela abordagem tradicional de ensino, tanto por parte dos alunos quanto pelos próprios professores, cabe refletir acerca da necessidade de reformular as formas de utilização dessas abordagens de ensino- aprendizagem, na qual se torna adequado combiná-las e mesclá-las durante as aulas.
Após refletir acerca do perfil e formação ideal do docente sob o ponto de vista do professor e do aluno, no contexto das atuais mudanças culturais e comportamentais motivadas pela era digital, pode-se supor que o pleno êxito da prática docente não se dá meramente pelo domínio do conteúdo técnico e vivência profissional específica na disciplina lecionada.
Sendo assim, é possível adentrar em outro aspecto relacionado à reflexão sobre o preparo do professor universitário de Marketing Digital, tão ou mais importante do que simplesmente dominar sua disciplina, que é o de também ter o domínio sobre o processo de ensino-aprendizagem.
Conforme Masetto (2003, p.27), a falta de domínio na área pedagógica é o ponto de maior carência quanto ao profissionalismo na docência.
Para o autor, se faz necessário aos professores dominarem ao menos quatro eixos que norteiam o processo de ensino-aprendizagem, que são: o conceito do próprio processo, a visão do professor como conceptor e gestor do currículo, a compreensão da relação professor-aluno e aluno-aluno no processo, e a teoria básica da tecnologia educacional.
O domínio do processo de ensino-aprendizagem envolve o entendimento do professor em relação aos meios de como levar o aluno ao efetivo aprendizado, com maior eficácia e maior grau de retenção dos ensinamentos, no aspecto mais amplo do saber. Em outras palavras, não só envolve as informações, conhecimentos e desenvolvimento intelectual, como também, envolve o desenvolvimento das suas habilidades humanas e profissionais, de seus valores quanto profissionais e cidadãos no sentido do comprometimento com os problemas e evolução do meio e sociedade em que vivem.
O professor como conceptor e gestor de currículo, em Masetto (2003, p.28), pressupõe a visão que o professor deve ter em relação à formação do aluno como um todo, considerando todo o seu currículo e habilidades necessárias a serem desenvolvidas, e não só uma visão isolada da matéria em que lecionam.
Sob esta ótica, é de grande importância que o docente interaja com os demais docentes que lecionam disciplinas correlatas a sua no mesmo período, a fim de entender

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

melhor como ensinar o que for necessário, e a maneira mais adequada e completa para que os alunos efetivamente aprendam.

Já a relação professor-aluno e aluno-aluno no processo de aprendizagem tem relação com a construção de um processo de aprendizado colaborativo em que o professor entenda os seus alunos e aja como incentivador de um trabalho em equipe na busca de solução de problemas, em parcerias, levando em conta a capacidade dos alunos a aprenderem uns com os outros.

E o quarto eixo citado por Masetto (2003, p.30) enfoca o domínio da tecnologia educacional, tanto na teoria quanto na prática. Estas tecnologias podem abranger diversos recursos, como por exemplo, dinâmicas de grupo, estratégias participativas, entre outros, com o objetivo de criar um clima favorável de aprendizagem.

Observando estes quatro eixos, cabe considerar o fato de que o embasamento teórico e a habilidade dos métodos de ensino-aprendizagem completam o perfil do professor.

O professor universitário ao lecionar sobre o campo do Marketing Digital precisa estar constantemente atento às novidades, buscar o aprimoramento diário, despertar no aluno o interesse por buscar conhecimentos sobre novas tecnologias, e, sobretudo, transmitir uma visão não só teórica como também prática da vivência profissional, por meio do compartilhamento suas próprias experiências e vivências profissionais.

O ensinamento prático, em paralelo com o embasamento teórico, potencializa o nível de conhecimento do aluno, levando a uma reflexão mais profunda sobre o tema e um melhor aproveitamento das aulas.

A partir do momento em que o professor proporciona em suas aulas uma visão realista de como funciona mercado na prática, aliada à teoria, ele dá ao aluno a oportunidade de alinhar suas expectativas em relação ao seu futuro profissional.

Para tanto, após estas reflexões, pode-se considerar que se faz necessário ao docente de Marketing Digital o domínio de algumas competências relacionadas ao processo de ensino-aprendizagem e práticas pedagógicas, além de dominar sua disciplina, para que possa lecionar de maneira clara e precisa, permitindo aos alunos o efetivo aprendizado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que o Marketing Digital é um tema de crescente relevância no âmbito corporativo e que, em contrapartida, não é abordado com a abrangência necessária nos cursos superiores com a devida profundidade.

Dessa forma, ao término da graduação, o profissional completa os seus estudos em cursos de *lato sensu*, que por sua vez, trazem uma especialização na área específica, porém, não contemplam nenhum preparo para a docência.

Por conta disso, o docente iniciante que passa a lecionar esta disciplina, não tem em geral, uma preparação suficiente e necessária acerca da didática e do processo de ensino-aprendizagem. E embasa seu estilo de lecionar espelhando-se nos professores que tiveram enquanto alunos, época em que as mídias digitais ainda não se faziam presentes.

À medida que as novas tecnologias evoluem e que a Internet passa a estar cada vez mais presente na vida de todos nós, muda também o perfil do aluno nas salas de aula. E o aluno já não aceita os padrões tradicionais de ensino, pautados em aulas expositivas e processo avaliativo norteado apenas pela aplicação de provas.

De acordo com esta reflexão, pode-se dizer que apenas o conteúdo técnico e a vivência profissional, não são suficientes para completar o perfil do professor. E que se faz necessário dominar também a didática e o processo de ensino-aprendizagem para que se obtenha pleno êxito na prática docente.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

CETIC**,** *Panorama Setorial da Internet. [Online],* Ano 6, Número 2, julho 2014 disponível em www.cetic.br/media/docs/publicacoes/6/Panorama_Setorial_7_FINAL_2-1.pdf – Acesso em: 15 de agosto de 2015

CIPRIANI, Fábio, *Estratégias em mídias sociais: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante.* 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014

GIL, Antonio Carlos, *Didática do Ensino Superior*. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2013 LIBÂNEO, José Carlos, *Didática*. 2ª Ed. São Paulo: Cortez, 2013

MASETTO, Marcos Tarciso, *Competência Pedagógica do Professor Universitário*, 4ª Ed. São Paulo: Summus, 2003

PIMENTA, Sema Garrido, Docência no Ensino Superior. 4ª Ed. São Paulo: Cortez, 2010.

TORRES, Cláudio, A Bíblia do Marketing Digital. 2ª Ed. São Paulo: Novatec, 2009

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

APLICAÇÃO DO PARADIGMA DO PENSAMENTO COMPLEXO A EDUCAÇÃO

SUELI TORRES; suhome@terra.com.br

RESUMO
A partir do século XVI as sociedades evoluíram fundamentadas nas ciências, e tem adotado o método cartesiano como referencial epistemológico. Este é um método de redução e abstração. Ao longo deste tempo foram se criando mais e mais reduções para os objetos de estudo, o que gerou as especializações excessivas. É do desenvolvimento das ciências que derivam não só dos aparatos que se utilizam como ferramentas no dia a dia social, mas também da forma como a academia transmite conhecimentos adquiridos através dos seus doutores. O conhecimento vem sendo transmitido de forma fragmentada tal como a observação científica é feita. Para fazerem reduções e abstrações, as mentes devem ser treinadas para enxergar partes cada vez menores de um todo. Isto se passa de forma desapercebida de doutores para mestres, de mestres para professores, de professores para os jovens. As conseqüências são notadas no desinteresse cada vez maior dos alunos em relação à escola e ao aprender. Surge então uma necessidade geral de revisão na forma de pensamento na base científica e em decorrência na forma de educar. O pensamento complexo vem abarcar esta questão, da impossibilidade de se conhecer o todo pelas partes e as partes pelo todo, propondo um estudo das inter-relações e retro-alimentações que ocorrem no contexto e suas relações. Da mesma forma que um ser humano não é passível de recortes sem se considerar o seu contexto, as partículas subatômicas também não o são já que seu comportamento é influenciado pelo observador.

Palavras chave: Paradigmas, Paradigma da Complexidade, Educação.

ABSTRACT

The societies have evolved based on science since the XVI century, adopting the Cartesian method as epistemological referential. The method is based on reduction and abstraction. Along the time it was created more and more reduction to the study objects, originating excessive specialization. From science development it comes not only the apparatus used as tools on society daily life, but the frame how the academy transmits knowledge to the doctors. The knowledge is been transmitted as fragmented as the scientific observation is done. In order to reduce or to abstract, the mind must be trained to see the smaller parts of an entire phenomenon. This process passes unperceived from doctors to masters, from masters to teachers, from teachers to the youngers. The consequence is observed in the Youngers' behavior, a complete missing interest in school and learning activities. What emerges from this scenery is the need of a complete review of scientific base way of thinking and consequentially in Education methods.The complex thinking paradigm comes to embrace the problem of being impossible to know the whole by its parts and parts from the whole. It proposes studying inter relations and feed-back process that occurs in the context and its relationships. The same way a human being can not be studied by cutting it from its context, subatomic particles can not since its behavior depends on the observer.
***Keywords**: Paradigms, Complexity Paradigm, Education.*

INTRODUÇÃO

Este artigo pretende introduzir o tema do pensamento complexo e sua aplicação à

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Educação. Iniciando pelo conceito de paradigmas, a origem da fragmentação das disciplinas nas ciências, a consequência desta fragmentação na formação social. Então se introduz o pensamento complexo que traz novas alternativas, tanto para as ciências, quanto para a Educação. Por fim, se faz uma síntese do livro Os Sete Saberes da Educação do Futuro de Edgar Morin, aplicando o paradigma complexo à Educação do Século XXI.

APLICAÇÃO DO PARADIGMA DO PENSAMENTO COMPLEXO A EDUCAÇÃO

> O que é verdade? Um exército móvel de metáforas, metonímias e antropomorfismos, em resumo, um conjunto de relações humanas que são poética e retoricamente sublimadas, transpostas e embelezadas até que, após uso prolongado e repetido, as pessoas as consideram como algo sólido, canônicas e inevitáveis. Verdades são ilusões cuja natureza ilusionária foi esquecida, metáforas que foram usadas à exaustão, e que perderam sua gravura, e agora funcionam como mero metal, e não mais como moeda. (NIETZSCHE, 1873).

Paradigmas

Paradigma é uma visão completa da realidade, ou forma de ver o mundo.

Para as ciências, Kuhn (1962) definiu paradigma como sendo o entendimento compartilhado e, tão importante quanto isso, os modelos compartilhados que emergem em disciplinas científicas para guiar a pesquisa e a educação no campo da disciplina.

A ciência moderna é fundamentada no paradigma cartesiano, cujos princípios são: fragmentação, simplificação, redução, objetivismo e dualismo. Decorrentes desta forma de fazer ciência são as nossas estruturas mentais atuais.

A fragmentação das disciplinas

No método científico estão embutidos os princípios cartesianos, estes dentre outras coisas, dizem respeito à identificação do objeto de estudo e aos recortes que são efetuados na realidade. Dos recortes cada vez mais específicos foram criadas as disciplinas científicas e delas se originaram as disciplinas acadêmicas. As disciplinas são inúmeras e trazem o conhecimento fragmentado em si. A isto se chama especialização.

Nicolesku (1999, p.21) descreve o problema gerado pela especialização: na medida da evolução da especialização da ciência criamos cientistas tão especialistas que parece difícil fazer um cientista de uma comunidade manter uma conversação com outro cientista da mesma comunidade sobre os dados gerados por cada um em suas pesquisas. Ainda mais grave é o fato de ser praticamente impossível fazer um matemático dialogar com um poeta, ou um físico com um neurofisiologista. O que ocorreu foi que a especialização se tornou uma barreira entre cientistas no centro das ciências.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Segundo Japiassu (2006), no contexto da educação, a especialização excessiva gerou:

> A especialização sem limites culminou numa fragmentação crescente do horizonte epistemológico. Chegamos a um ponto em que o especialista se reduziu ao indivíduo que, à custa de saber cada vez mais sobre cada vez menos, terminou por saber tudo (ou quase tudo) sobre o nada, em reação ao generalista que sabe quase nada sobre tudo.

Em meados do século XX vários cientistas percebiam a necessidade de se estabelecer relações entre as disciplinas, surgindo então a pluridisciplinaridade e a interdisciplinaridade. A ideia da transdiciplinaridade é mais recente, surgida na década de 70 e derivada das ideias do pensamento complexo.

Segundo Nicolescu (1999, p. 21-22),

> Pluridisciplinaridade diz respeito ao estudo de um objeto de uma mesma e única disciplina por várias disciplinas ao mesmo tempo. Como resultado tem-se o conhecimento do objeto em sua própria disciplina aprofundado por uma contribuição pluridisciplinar.
> Interdisciplinaridade diz respeito à transferência de métodos de uma disciplina para outra.
> A transdisciplinaridade como o prefixo "trans" indica, diz respeito àquilo que está ao mesmo tempo entre as disciplinas, através das diferentes disciplinas e além de qualquer disciplina. Seu objetivo é a compreensão do mundo presente para o qual um dos imperativos é a unidade do conhecimento.

Todos estes conceitos originam-se no âmbito das ciências e têm, pouco a pouco, avançado também para o ensino, tornando-se não somente necessários à formação dos professores, mas, também, conhecimento de suporte para o entendimento das suas atribuições e papel na sociedade do século XXI.

> A separação entre a atuação científica e as formulações teóricas gerais teria origem no esquecimento, por parte dos cientistas, de uma das principais características do pensamento grego: "a estreita ligação entre formulações teóricas e atuação prática [...] e a aptidão em ordenar a policroma multiplicidade da experiência, tornando-a acessível ao pensamento humano" (HEINSENBERG, 1962, p. 52-3, citado por LEITE E SIMON, 2010).

Mudança de paradigma

A sociedade atual demanda uma visão ampliada, pois se compreende que o ser humano é mais complexo do que se entendia há 100 anos, as relações do ser humano com o mundo também são mais complexas. Portanto, os papéis a serem desempenhados também o são. Por fim, existe uma necessidade premente de mudança de visão de mundo e dos paradigmas mentais atuais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Mudança de paradigmas na educação

Os 4 pilares da educação do futuro apontam para o fato de que apenas o conhecimento técnico de uma disciplina, ou área de estudo, não é suficiente para preparar cidadãos ou profissionais para enfrentar as situações com as quais irão se deparar ao longo de sua vida. Neste momento de quebra de paradigmas demandado pela sociedade, ou seja, no ponto de evolução em que as sociedades em geral se encontram, existe uma necessidade de alargamento de limites individuais, não somente no campo da técnica, mas do próprio autoconhecimento.

Para os professores em especial, que pretendem mediar conhecimentos e auxiliar no desenvolvimento dos indivíduos que integram a sociedade neste novo contexto que emergiu no século XXI, deveria ficar explícita a necessidade de se tornarem aprendizes em modo contínuo, pois também é necessário que estes saibam ensinar os alunos a aprender a aprender.

Paradigma do pensamento complexo

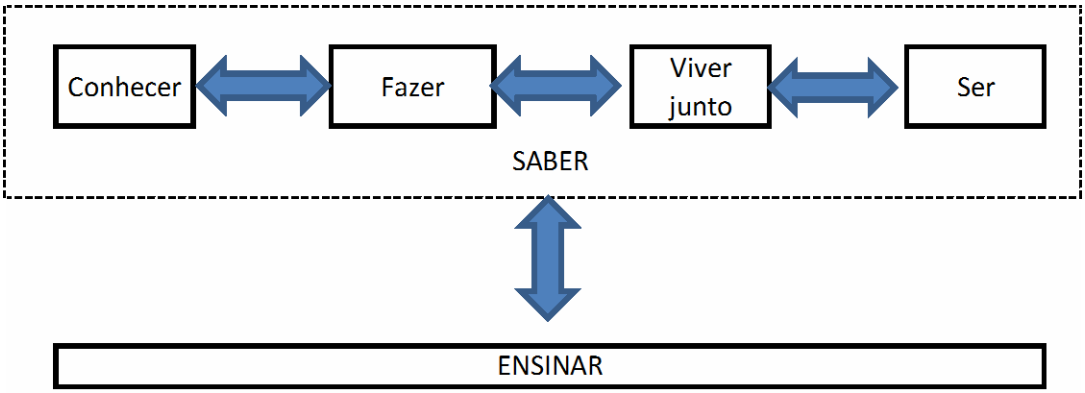
> Complexus significa o que foi tecido junto; de fato, há complexidade quando elementos diferentes são inseparáveis constitutivos do todo (como o econômico, o político, o sociológico, o psicológico, o afetivo, o mitológico), e há um tecido interdependente, interativo e inter-retroativo entre o objeto de conhecimento e seu contexto, as partes em si. Por isso a complexidade é a união entre a unidade e a multiplicidade. (MORIN, 2000, p.38).

A proposta da complexidade é a abordagem transdisciplinar dos fenômenos e a mudança de paradigma, abandonando o reducionismo que tem pautado a investigação científica em todos os campos, dando lugar à criatividade e ao caos.

A figura 1 a seguir, esboça um sistema (a teoria dos sistemas também é uma linha de estudos do pensamento complexo) onde se verifica o fluxo de realimentação contínua existente entre os saberes e o ofício de ensinar.

Figura 1 Fluxo de realimentação aprender/ ensinar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: elaborado pelo autor baseado no texto de Edgar Morin (2000).

Por abranger aspectos diversos da realidade, individuais e coletivos, aprendizagem e desenvolvimento contínuos, que ao se inter-relacionarem geram diferentes graus de resultado, este é considerado um sistema complexo.

É importante notar que o sistema retroalimentado traz em si a ideia do tecido junto. Na medida em que se aprende a conhecer, o ser se alarga; na medida em que aprende a fazer o conhecer e o ser se alargam e assim por diante. Na medida em que o ser se torna mais consciente, ele evolui e altera as dimensões do conhecer, fazer e viver junto. As dimensões se confundem e da relação sinérgica o todo do indivíduo evolui.

O paradigma da complexidade aplicado aos 4 pilares da educação

Edgar Morin é considerado o fundador da ciência da complexidade na Europa, pois tem a obra mais extensa e profunda sobre o assunto na série de 5 livros "O Método", com publicação do primeiro volume iniciada em 1977.

> Em meio ao big-bang dos avanços do conhecimento e à crise dos princípios que norteavam a ciência clássica, coube a Edgar Morin assumir o desafio de religar e fazer dialogar o que à partida se constituíam em revoluções dispersas por domínios disciplinares. Se, pois, as ciências da complexidade não têm patri-maternidade definida, o método complexo tem, em Edgar Morin, seu artífice e construtor. (ALMEIDA, 2004, p.15)

Segundo Almeida (2004), Morin em seu método complexo, demove os pilares da ciência clássica: ordem, princípio da "separabilidade", princípio da redução e lógica indutiva-dedutiva identitária, ..." abre mão da sua formação disciplinar e sistematicamente penetra territórios diversos...". Ele utiliza como ferramentas a migração conceitual e a construção de metáforas.

Morin foi convidado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) a aplicar à educação sua visão de complexidade. O resultado está contido no livro "Os Sete Saberes da Educação do Futuro", de 1999.

Em seu livro, Morin faz um compêndio dos saberes importantes ao século XXI, além dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

saberes disciplinares, a partir da perspectiva do pensamento complexo. Entrelaça as questões de saber conhecer, saber fazer, saber conviver, saber ser, criando diferentes aspectos da realidade.

Por se tratar de uma visão da Educação como um todo, o conteúdo do livro foi sintetizado a seguir, pois norteará todo este trabalho, inclusive a forma como foi pensado e elaborado o capítulo 7, que é o objetivo concreto deste estudo e será aplicado no ensino da disciplina proposta.

1. Todo conhecimento é sujeito a erros e ilusões

> A racionalismo que ignora os seres, a subjetividade, a afetividade e a vida é irracional. (MORIN, 2000, p. 23).

Aqui o autor descreve os problemas da própria produção científica, na sua questão epistemológica, ou seja, a forma pela qual o conhecimento sobre uma realidade é construído pelo cientista e comunicado aos demais seres humanos. Vários são os problemas que podem ocorrer durante a elaboração de um conhecimento:

- Erros intelectuais: podem ser cometidos nas teorias, doutrinas e ideologias;
- Erros da razão: racionalização em contraposição à racionalidade;
- Erros mentais: são erros que a mente comete porque vê o mundo externo a partir de suas próprias imagens mentais; além disto, é possível: mentir para si mesmo e acreditar na mentira, se autojustificar, a memória falhar e selecionar o que quer lembrar ou esquecer;
- Paradigmas e modelos explicativos determinísticos: fornecem aos cientistas uma interpretação da realidade e não necessariamente a visão da realidade;
- As sociedades são formadas através de seu *imprinting* e normalização, constantemente alimentadas pela série: determinismo dos paradigmas e modelos explicativos **+**determinismo de convicções e crenças **+**doutrinas **+**ideologias **+** verdades estabelecidas **+***imprinting* cultural. Este ciclo encarcera o conhecimento ao invés de libertá-lo;
- Construções mentais do tipo mitológicas, religiosas ou ideológicas. Estas podem se tornar perigosas na medida em que podem acabar por possuir as próprias mentes que as criaram. É possível matar quando se está tomado por ideias.

Além destes problemas, é preciso acomodar o inesperado na vida, na mente, nas ideias e nas teorias educativas.

Ensinar o conhecimento pertinente

> [...]sendo todas as coisas causadas e causadoras, ajudadas ou ajudantes, mediatas e imediatas, e sustentando-se todas por um elo natural e invisível que une as mais distantes e as mais

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> diferentes, considero ser impossível conheceras partes sem conhecer o todo, tampouco conhecer o todo sem conhecer particularmente as partes. (MORIN, 2000, p. 37).

Morin acredita que numa era planetária, as variáveis a serem conhecidas, analisadas, avaliadas e interpretadas estão num âmbito universal e não mais local, que não é possível que não se conheça o contexto, o global que é a relação todo/partes, o multidimensional e o complexo. Por exemplo, para entender a crise no Brasil, neste ano de 2015 é necessário conhecer a relação desta com a crise hídrica que outros países estão sofrendo, seu desdobramento político nacional e internacional, seu desdobramento econômico para a população afetada, o impacto ambiental planetário e cultural.

- Cada conhecimento deve ser trazido para dentro de um contexto antes de ser analisado, isto em oposição ao abstracionismo que vinha tomando conta das ciências;
- A sociedade, o planeta, os indivíduos não são apenas um contexto, são um todo em si mesmos, pois o todo tem partes ou qualidades que não são encontradas nas partes isoladamente e vice versa. Ou seja, existe um significado de conjunto, que existe naquelas inter-relações apenas;
- O conhecimento multidimensional implica em reconhecer as várias dimensões de uma unidade complexa. Por exemplo, o ser humano tem dimensões biológica, psíquica, social, afetiva e racional, assim como a sociedade tem dimensões histórica, econômica, sociológica, antropológica, religiosa e assim por diante;
- O conhecimento pertinente deve enfrentar a complexidade que é a resultante de todas as inter-relações e retroalimentações que emergem das unidades, das suas multidimensionalidades em um determinado contexto temporal. O homem, a natureza, a economia das sociedades, etc. não são indissociáveis entre si.

Ensinar a condição humana

> Todo desenvolvimento verdadeiramente humano significa o desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e do sentimento de pertencer à espécie humana. (MORIN, 2000, p. 55).

Fazemos parte de um universo, que é composto de galáxias e estrelas, que tende à organização, mas que ao mesmo tempo é assolado por forças de desorganização e dispersão. Está se expandindo, se transformando. Sua idade estimada é de cerca de 14bilhões de anos e a do Sistema Solar do qual a Terra faz parte cerca de 5 bilhões de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

anos. Elementos de outros sóis foram depositados na Terra antes de ela ser agregada ao Sistema Solar atual e depois dela ter sido incorporada, há cerca de 4 bilhões de anos, através de tremendas transformações físico-químicas, a vida surgiu. A Terra é hoje um complexo biofísico, dependente do sol e os seres vivos dependentes da biosfera terrestre.

A evolução dos seres vivos se deu de forma descontínua, foram gastos milhões de anos até que se chegasse ao homo sapiens que desenvolveu a linguagem; com a comunicação falada também foram organizados os saberes, os fazeres, as crenças e os mitos, sendo estes transmitidos de geração em geração desenvolvendo a cultura de cada povo. O hominídeo se tornou humanizado através da cultura gerada pela sua vida em sociedade. O humano é um ser biológico e cultural ao mesmo tempo. O homem sem a sua cultura seria apenas um primata.

No cérebro humano existem 3 áreas distintas que alojam: paleocéfalo - pulsões (agressividade, pulsões primárias) herdadas dos répteis; mesocéfalo - afetividade e a memória de longo prazo herdada dos mamíferos; e o neocórtex que contém as aptidões analíticas, lógicas e estratégicas. Todas as áreas do cérebro concorrem entre si, num momento uma delas pode sobrepor-se às outras, e esta pode usá-las em seu próprio benefício.

A mente humana é produto da relação entre cérebro e cultura e é através dela que se dão os pensamentos e a consciência.

A unidade humana é então formada pelo ser com características genéticas únicas (DNA), com um cérebro sujeito às pulsões, afetividade e razão e que, imerso em uma cultura, possui uma mente que pensa e tem consciência.

Esta malha entrelaçada compõe o uno de cada ser humano e ao mesmo tempo lhe faz diverso de todos os outros. E pelas mesmas causas e motivos as sociedades se fazem diversas entre si.

É um erro distinguir um ser humano dos outros seres apenas pela sua racionalidade; o ser humano é um ser complexo composto de antagonismos: sabedoria e loucura, trabalho e diversão, prosa e imaginação, econômico e consumista, prosaico e poético.

Ensinar a identidade terrena

> Se a modernidade é definida como fé incondicional no progresso, na tecnologia, na ciência, no desenvolvimento econômico, então esta modernidade está morta. (MORIN, 2000, p.72).

O século XX consolidou o ápice da era planetária e o seu desenvolvimento foi concebido unicamente sob a perspectiva técnico-econômica.

A partir desta perspectiva, ocorreram duas guerras mundiais que tiveram repercussões enormes sobre o restante do século, mas não se bastando em si mesmas, as descobertas científicas levaram à fabricação das armas nucleares que são usadas como

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

instrumento de dominação entre os países. Isto se deve à forma como a ciência foi e ainda é praticada: esta promove o abstracionismo, a racionalização, se baseia em cálculo puro e despreza o indivíduo, seu corpo, sentimentos e alma.

O legado que carregamos para o século XXI é o de existir uma possibilidade real de extinção global dos seres vivos, pois:

- O desenvolvimento técnico-industrial urbano ameaça a biosfera de envenenamento;
- Novos vírus surgiram e as bactérias se tornaram resistentes aos antibióticos;
- Novas drogas letais foram introduzidas na sociedade;
- Novas incertezas sobre o futuro foram inseridas pelas possibilidades das biotecnologias, genética e manipulação molecular.

E aqui se encerra a nossa condição: partilhamos todos dos mesmos problemas e em qualquer sociedade os problemas primordiais são os mesmos.

Algumas contracorrentes podem e devem tomar corpo, no sentido de minimizar o impacto deste quadro, entretanto, na mesma mente humana onde foi produzido o quadro de hoje devem-se encontrar as soluções. É neste sentido que a educação e os educadores são essenciais.

Ensinar as incertezas

> Não há evolução que não seja desorganizadora/reorganizadora em seu processo de transformação ou de metamorfose. (MORIN, 2000, p. 82).

A incerteza na vida humana se faz tão presente quanto as certezas. Elas mantém entre si uma relação dialógica inseparável.

Os fatos históricos que desencadearam os eventos mais impactantes para a sociedade, nunca foram possíveis de serem previstos e nem o serão. Não há evolução sem ruptura, um movimento de desorganização para um novo de reorganização. Há inovações e criações e há também destruição:

- As teorias e ideais científicos interpretam a realidade, entretanto interpretá- las não é suficiente para poder refleti-la;
- O conhecimento é incerto, pois depende do ser humano. A consciência da incerteza do ato cognitivo é a oportunidade de se chegar ao conhecimento pertinente;
- Há incerteza circunscrita em qualquer ação social a ser empreendida, pois uma ação que pretende levar a um bem comum pode, ao ser iniciada, gerar reações que a levem a um mal comum. É importante considerar os riscos de uma situação e entender a sua repercussão, mas não deixar de tomar ações necessárias;
- O fim nem sempre justifica os meios, pois não é absolutamente certo que a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pureza dos meios conduza aos fins desejados, nem que sua impureza seja necessariamente nefasta;

- Existe um oceano de incertezas e a postura correta é a de se ter consciência disto, identificar os riscos, montar uma estratégia que os mitigue ou que permita que uma ação seja modificada ou cancelada no decorrer do seu andamento. É impossível ter certezas ou mitigar todos os riscos no longo prazo.

Ensinar a compreensão

> A compreensão não desculpa nem acusa: pede que se evite a condenação peremptória, irremediável, como se nós mesmos nunca tivéssemos conhecido a fraqueza nem cometido erros. Se soubermos compreender antes de condenar, estaremos no caminho da humanização das relações humanas. (MORIN, 2000, p. 100).

Existem duas formas de compreensão: a intelectual ou objetiva e a humana, intersubjetiva. A compreensão intelectual passa pela inteligibilidade e pela explicação, ao passo que a humana está relacionada ao outro. Este compreender inclui um processo de empatia, identificação e projeção, demandando generosidade. Uma ética da compreensão inclui o bem-pensar e a introspecção.

Os principais obstáculos à compreensão são o egocentrismo, o etnocentrismo, o sociocentrismo e o espírito que reduz o conhecimento do complexo a um de seus elementos.

A consciência da complexidade humana depende de uma abertura subjetiva (simpática) em relação ao outro e a interiorização da tolerância a outras ideias, que possui 4 graduações: o direito do outro de proferir algo ignóbil; a democracia; o reconhecimento da verdade que existe numa ideia totalmente antagônica a nossa; e a consciência das possessões humanas.

Por fim, a humanidade precisa reformar sua mentalidade, pois em todos os sentidos o planeta Terra precisa de compreensão. É preciso educar para compreender.

A ética do gênero humano

> [...] compreende, por conseguinte, como toda ética, aspiração e vontade, mas também aposta no incerto. Ela é a consciência individual além da individualidade. (MORIN, 2000, p. 106).

A base para o ensino da ética do gênero humano se baseia na tríade: indivíduo/sociedade/espécie, pois qualquer concepção de ser humano significa o desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e do sentimento de pertencer à espécie humana.

Ensinar ética humana significa trabalhar para a humanização da humanidade, que engloba o respeito, a solidariedade e a compreensão planetários.

Esta ética ainda abrangeria o ensino do civismo terrestre, a Terra como nossa pátria e palco do desenvolvimento político, da democracia e da responsabilidade.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A humanidade em nós precisa ser realizada, precisamos nos tornar humanos na nossa completude para que não corramos mais o risco de sermos destruídos por nós mesmos.

CONCLUSÃO

A chave para viver a modernidade está em aprender a ser. Aprender a ser diz respeito a algo maior do que aprender para ter uma ocupação, um trabalho. Significa estar ciente de si mesmo e do papel que ocupa na sociedade, da importância relativa ao todo que cada um exerce.

Nós seres humanos não nascemos prontos, nascemos com potencias a seres desenvolvidos e, principalmente, com o potencial para o aprendizado. A humanidade do ser humano está para ser desenvolvida. Todos os processos pelos quais se passa durante a existência de uma vida formam o ser humano e a sua habilidade de refletir sobre isto.

O pensamento complexo convida a todos a uma aventura de desenvolvimento maior, de exploração e de consciência. Aos mais velhos dá a abertura a novas possibilidades. Convida a sair do lugar onde se está e mostrar as novas gerações uma perspectiva mais abrangente da realidade na qual estamos todos inseridos. Ao aumentar-se a abrangência, pode-se vislumbrar novas saídas e soluções para os problemas globais aos quais estamos submetidos nos dias de hoje.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M.C. ***Um itinerário do pensamento de Edgar Morin****. Palestra no ciclo de estudos sobre "O Método" de Edgar Morin. Instituto Humanitas UNISINOS. São Leopoldo:2004.*

HEISENBERG, W. **A imagem da natureza na física moderna.**Lisboa: Livros do Brasil, 1962*apudLEITE, A.; SIMON, S.* **Werner Heisenberg e a Interpretação de Copenhague**: a filosofia platônica e a consolidação da teoria quântica. São Paulo: Scientiae Studia, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678- 31662010000200004>. Acesso em: 15 ago. 2015.

JAPIASSU, H.F. O espírito interdisciplinar. Rio de Janeiro: **Cadernos EBAPE. BR**, vol. 4, n. 3, out. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512006000300006>.Acesso em: 15 fev. 2015.

KUHN, T.S. **A Função do Dogma na Investigação Científica. [S.l.: s.n.], 1962. Disponível em: <**http://www.filosofia.seed.pr.gov.br/arquivos/File/traduzindo/kuhn_funcao_dogma_na_investigacao_cientifica.pdf**>.** Acesso em: 15 ago. 2015.

LEITE, A.; SIMON, S. **Werner Heisenberg e a Interpretação de Copenhague**: a filosofia platônica e a consolidação da teoria quântica. São Paulo: ScientiaeStudia, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-31662010000200004>. Acesso em: 15 ago. 2015.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2000.

NICOLESCU, B. **O Manifesto da Transdisciplinaridade**. Tradução de Lucia Pereira de Souza. São Paulo: Triom, 1999. Disponível em:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

<http://www.ruipaz.pro.br/textos/manifesto.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2015.
NIETZSCHE, F. Sobre a verdade e a mentira no sentido extra-moral. 1873.In: LEBRUN,G. (org.) **Obras Incompletas:** Friedrich Nietzsche. São Paulo: Nova Cultural, 2000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A VIOLÊNCIA NAS ESCOLAS: O BERÇO DA EDUCAÇÃO OU A DECADÊNCIA DA SOCIEDADE

Kátia Valeria do Nascimento de Araújo* (UNIESP)
Kraujo200@gmail.com

RESUMO: Este trabalho aborda assuntos de violências, que as escolas sofrem na atualidade, relacionados com uso de drogas, o bullyng, violência sexual, agressão física e verbal com todos que fazem parte do ambiente escolar e a falta de segurança que relativamente vamos colocar, não como saída para os fim das constantes violências sofridas por professores e alunos sendo que, em sua maioria, estas violências ocorrem dentro das escolas. O artigo engloba outros fatores que causam esse fenômeno como a violência contra o prédio escolar que geralmente são atacados com pichações e depredações, atos de vandalismo, insatisfação ou até mesmo alguma forma de expressão. Professores e gestores escolares se encontram diante de situações envolvendo drogas nas escolas e a falta de punidade. Serão apresentados assuntos que destacam a intolerância, falta de respeito e preconceito, a maior ênfase será dada ao bullyng e à descriminação por opção sexual ou homofobia que são assuntos contemporâneos dentro do espaço físico escolar, que em pleno século XXI ainda veem pessoas com poucas orientações, em desrespeito ao ser humano. E como a escola vem preparando estes alunos para conviverem numa sociedade de direitos igualitários? E a família, qual a importância e como ela pode ser ferramenta principal para resultados positivos no desempenho da redução dos preconceitos e consequentemente as prevenções das violências nas escolas? Em sua maioria são jovens que por não terem nenhum direcionamento familiar são atacados por abutres da sociedade que tomam estas crianças para serem suas vestes e caras colocando poder em suas mãos vazias e abandonadas.
Palavras-chave: bullyng, violência sexual, drogas, homofobia, falta de segurança.

ABSTRACT:

This work deals with issues of violence, that schools suffer today related to drug use, the bullying, sexual violence, physical and verbal aggression with all who are part of the school environment and the lack of security and respect, there is no way out for the purposes of constant violence suffered by teachers and students and, most of these acts of violence take place in schools. The article includes other factors that cause this phenomenon, such as violence against the school building, which are usually attacked with graffiti and vandalism, dissatisfaction or even some form of expression. As teachers and school administrators are faced with situations involving drugs in schools and the lack of punity. Issues will be presented that highlight the intolerance, disrespect and prejudice, greater emphasis will be given to bullying and discrimination by sexual orientation or homophobia that are contemporary issues within the school space and that in the XXI century still see people with little guidance, disrespect for human beings. How is the school preparing these students to socialize in equal rights in society? Concerning family, how important and how can it be primary tool for positive results in performing reduction of prejudice and therefore the prevention of violence in schools? They are mostly young people who have no family guidance, attacked by

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

vultures of society who take these children to be in his clothes putting power in his empty and abandoned hands.

Keywords: bullying, sexual violence, drugs, homophobia, lack of security.

INTRODUÇÃO

Antes de relatarmos à sociedade os problemas atuais das escolas e os acontecimentos cotidianos que estão degradando a imagem das escolas de ensino como um todo no que diz respeito às instituições educadoras no Brasil e no mundo, devemos entender quais fatores têm contribuído para que estas estatísticas negativas venham romper o silêncio da sociedade.

A escola é uma instituição de ensino, é lugar de formação da ética e da moral dos alunos, professores ou demais funcionários, a violência é um problema social que está presente nas ações dentro das escolas.

A violência vem crescendo dentro das grandes metrópoles e são as crianças e os jovens que estão diretamente sendo envolvidos ou introduzidos dentro dos acontecimentos, elevando drasticamente uma estatística em que os professores vêm sendo tratados de forma desrespeitosa e sendo agredidos dentro de salas de aula.

> Segundo pesquisa divulgada pelo **Sindicato dos Professores do Ensino Oficial de São Paulo (APEOESP)** em maio deste ano, 44% dos professores da rede estadual já sofreram algum tipo de violência na escola. A agressão verbal é a forma mais comum de ataque, tendo atingido 39% dos docentes, seguida de assédio moral (10%), bullyng (6%) e agressão física (5%). O estudo mostra ainda que quem mais sofra violência escolar são os professores do sexo masculino que lecionam no ensino médio: 65% deles foram agredidos de alguma forma.
> (Thiago Esteffanato-Araçatuba 16/11/2013)

No entanto, quando falamos de violência é importante esclarecer o que está sendo anunciado nas grandes mídias. O crescimento da violência em torno das escolas numa grande maioria por tráfico, roubo, crimes, pequenos furtos, envolvimento da sociedade em se omitir por medo e represarias dos criminosos, ou até mesmo pelos órgãos responsáveis de segurança, pela falta de competência das atividades de levar mais apoio à população menos protegida, muitos dos adolescentes ou até crianças são usadas por esses maus elementos servindo-os de escudos e assumindo ‘’poder’’e com isso, muitos adolescentes experimentam a violência como saída, uma vez que não recebem apoio familiar, acabem sendo acuados e o que vemos são crianças brincando com instrumentos de madeiras como se fossem armas, mais conhecida como polícia e ladrão, brincadeira comum, mas onde as crianças tentam criar um cenário vivido nos acontecimentos diários nas ruas, nas mídias ou lares que convivem com a violência.

Um dos fatores desse crescimento da violência nas escolas, não só aos professores, mas também as instalações e pertences da escola é a falta de segurança. Falarmos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sobre segurança pública é estender o assunto a uma realidade que mascararia o objetivo principal que abordaríamos. Não podemos deixar de destacar também que foram tomadas providências por parte da secretaria de segurança pública com as implantações da guarda municipal nos estados e a ronda escolar que reprimem a violência aos redores das escolas.

> Há muito a GCM realiza a Patrulha Escolar, contudo agora foi criado um grupamento de Ronda Escolar, com um trabalho continuo e com busca de resultados. O Patrulhamento Escolar é a união da comunidade escolar com a Guarda Municipal, para reduzir a violência e a criminalidade nas escolas e nas suas proximidades. (ACESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA GUARDA MUNICIAL-SP- 2015)

Também destacamos um dos principais problemas que é, sem dúvida, um dos mais impactantes, e até hoje vem sendo discutido nas escolas e é o causador da maioria das agressões dentro e fora das escolas é o BULLYNG (agressões verbais e homo fóbicos), drogas, violência sexual dentro das escolas, meninas que sofreram algum tipo de assédio ou violência, e o uso da tecnologia que esta cada vez mais presente dentro das salas de aula. O uso de celulares e outros aparelhos, teoricamente, não são permitidos dentro das
salas, mas, cada vez mais, são vistos nas mãos dos alunos e que, por sua vez, também são motivadores de conflitos e violência nas escolas.

A EVOLUÇÃO DA VIOLÊNCIA

Estes acontecimentos nas unidades escolares são muito antigos, foi um tema abordado nos Estados Unidos desde a década de 1950, mas com o passar do tempo foi se estendendo a situações graves e preocupantes no meio social.

Há uma visão diferenciada quando se referia à violência no passado, considerada como questão disciplinar, depois vista como de forma mais extensa, como intolerância, globalização e exclusão social.

Diante de várias pesquisas no Brasil, como: mapeamentos, causas e efeitos sobre alunos, professores e corpo administrativo, ainda que seja um estudo, os resultados apontam os fatos mais relevantes da violência escolar.

Na década 1970, o primeiro estudo, em busca de explicações, pedagogos e pesquisadores procuravam justificativas em relação ao crescimento da violência, em 1980 a violência era com o patrimônio, as depredações e pichações; já na década de 1990 as agressões passaram a ser física, com o foco maior entre alunos. No final do século XX e no início do século XXI a violência escolar tornou-se preocupante de tal maneira que questiona o comportamento que não está somente relacionado fora das escolas.

Mas quando observamos o emprego do termo violência em outros países, percebemos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

variações. Nos Estados Unidos, entende-se como delinquência juvenil (refere- se aos atos criminosos cometidos por menores de idade); já na Inglaterra, o termo violência é empregado em casos de alunos e professores ou em caso de suspensões, mesmo com essas diferenças entre os países, nota-se um consenso que de fato não podemos considerar que só é violência se for física, por que existem outros tipos de violência que são um tanto graves e podem ser traumáticos.

De acordo com o livro Violência Nas Escolas[14] publicado em 2002 pelas Organizações das Nações Unidas para Educação, a Ciência e Cultura (UNESCO), a violência escolar está relacionada com fatores internos e externos, mas para amenizar a responsabilidade do sistema escolar, considera-se somente o interno, na realidade deveria pôr em questão todos os fatores, em busca de causas e antecedentes, para identificar possíveis conjuntos de violência

Alunos e membros do corpo técnico-pedagógico foram pesquisados pela UNESCO, relatando os arredores da escola que ocorrem ato de violência. Um quinto dos alunos e um quarto do técnico-pedagógico afirmam que o espaço escolar interno é mais violento do que a parte externa assegurando ser um ambiente inseguro.

UM CAMINHO DIFICIL DE PERCORRER

Em algumas situações externas existem escolas de difícil acesso como; falta de sinalização, passarelas, seguranças, faixa de pedestre e até mesmo iluminação, de fato são colaboradores para a ocorrência de qualquer tipo de violência.

Em destaque, 63% das escolas observadas ficam localizadas perto de bares de fácil acesso aos alunos que frequentam e consomem bebidas alcoólicas, comprometendo a assiduidade em sala de aula, esses ambientes são frequentados por grupos que consomem bebidas alcoólicas, podendo se envolver em atos de violências, tendo em vista que a falta de fiscalização coopera para que esses episódios aconteçam com frequência sem nenhum tipo de punição para quem fornece bebidas alcoólicas para menores de idade.

Quando o assunto é segurança, tantos alunos quanto corpo técnico-pedagógicos apontam que a formação de gangues e tráficos de drogas é um dos maiores problemas, dentro e fora do espaço escolar, gerando insegurança, a escola diante desse fato fica imóvel, com receio de receber represália, porque sabe que não existe segurança e fica a mercê da violência.

[14] O estudo coordenado por Mirian Abramovay e Maria das Graças Rua,foi realizado em 13 capitais Goiânia, Cuiabá,Manaus, Belém, Fortaleza , Recife, Maceió, Vitória, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis,e Porto Alegre mais o Distrito Federal. Ao todo 33.655 alunos de escolas públicas e privadas, dos turnos diurnos e. noturnos, responderam ao questionário. Como a amostra é expandida, os dados correspondem a 4.663.301 alunos localidades pesquisadas. Também aos questionários 3.099 professores 10.225 pais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

De acordo com a pesquisa UNESCO, uma parcela dos alunos critica as escolas com índice de insatisfação bem elevado, principalmente com o prédio escolar, como corredores, salas de aulas e pátios, ainda mesmo nessa contradição afirmam que gostam da escola, que preferem os locais como lanchonete, cantina, biblioteca, informática, laboratório e quadra.

Diante de inúmeros fatos de violência, lamentavelmente podemos citar que, existem professores com "certas" atitudes que deixam os alunos incomodados, falta de diálogos, por exemplo, comportamento que causa revolta entre os alunos; professores agem com falta de respeito com os alunos que o colocam em situações constrangedoras, usando-o como comparação em relação aos demais alunos da sala, um ato de covardia e de humilhação. Pensando nessa hipótese de postura de o professor tratar o aluno com desrespeito, como: gritar, atirar objetos, humilhações, agressões verbais, cria-se a desunião e um passo para possíveis violências.

As causas que geram a violência escolar, infelizmente, são as diferenças de classes econômicas, preconceitos raciais e com homossexuais, podendo entender que esses são as causas primordiais de violência nas escolas; as negações pelo outro, os conflitos mútuos entre alunos.

Uma questão preocupante é o uso de arma de fogo entre os alunos que frequentam escolas e fazem desse tipo de objeto parte de seu material escolar ou recurso em caso de briga.

Segundo a pesquisa da UNESCO, o uso de arma de fogo em ambiente escolar é minoria, os números mais elevados são de armas brancas, objetos cortantes como lâminas, os alunos relatam que utilizam para sua própria defesa, que a facilidade desse acesso ás armas são de suas residências que geralmente pertencem aos pais ou familiares.

Ao observar tais estudos e a crescente falta de interesses dos adolescentes com relação aos estudos com objetivo de um futuro melhor, entende-se que a realidade é bem mais preocupante. Basta que um adolescente de periferia ou de alta sociedade pergunte a um senhor ou senhora que estudou mais ou menos 35 a 40 anos dos dias atuais de seus estudos hoje, certamente será assustador a forma com que eles receberão as respostas, não porque era assustador a educação que receberão nas escolas em que eles estudaram, mas com a disciplina que receberam mesmo com muita dificuldade de acesso às escolas, a quilômetros de suas casas, ou meios de transportes precários, muitos sem terem um calçado ou um caderno, o que diferencia é que esses adolescentes vão ouvir falar que foram os pais dessas pessoas que incentivaram e deram esperanças para eles, do quão importante seria estudar e o que se tornariam.

Hoje muitos pais se preocupam com as contas que vão pagar, com o que vão vestir, comer e poucos participam do dia a dia de seus filhos ou se envolvem com projetos escolares e pior ainda com o maior projeto de sua vida, seus filhos o que fazem com quem andam por uma das desculpas mais insatisfatórias da sociedade atual é "não ter

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tempo".

Quando destacamos a violência nas escolas temos que apontar como culpados também, comumente citados, os outros, o município, o estado, a segurança pública ou o prefeito, o governador, e até mesmo o presidente, mas cada um tem uma parcela de culpa.

Planejamentos escolas construídas dentro de comunidades com o objetivo de facilitar o deslocamento das crianças e adolescentes para criarem um vínculo de satisfação com o eleitor. Porém, qual foi o resultado? Estampado em jornais e revistas, matérias em grandes mídias e temas de debates. "Aluno bate em professor", "aluno agride aluno", "aluno atira em professor", "venda de drogas dentro das escolas".

Algumas estatísticas esclarecem com riqueza de detalhes como o crescimento da violência nas escolas dentro e fora está cada vez mais elevada e degradante, a falta de respeito com o ensino nas escolas em todo o país é assustador, o que os gráficos de um levantamento feito por um dos maiores meios de comunicações da internet divulgou e de como é importante que os órgãos de segurança, escolas, pais ou até mesmo adolescentes que tiverem a oportunidade de ver estas estatísticas se comprometam a mudar o rumo do que estão recebendo, que possam ser críticos e que mudem este mecanismo que foi introduzido no sistema atual e implantado. Sistema esse que permite que uma jovem saia de uma escola sem ao menos saber qual o principio de estar estudando, sem esperança, sem objetivo, porque esse cumpriu sua frequência em sala de aula e não teve nenhum proveito do ensinamento de esforçados professores que se dedicam a levar para dentro das salas de aula todo seu conhecimento com o objetivo de formar cidadãos e por falha de sistema que induz os adolescentes a questionarem a autoridade dos professores, o conhecimento, e de um estatuto que defende e ao mesmo tempo incentiva as desordem, dando poder para essas crianças quando são pressionadas a exercerem simplesmente educação e respeito.

Professores vêm sendo agredidos constantemente, são ameaçados dentro das salas de aula e não só por alunos, mas por aqueles que deveriam dar o exemplo, pais de alunos. Quando o professor chama a atenção de um aluno no exercício de educador em ter total atenção do aluno são recebidos por pais que não cumprem o papel de cidadania apoiando e participando das ações e critérios adotados pelas escolas, desrespeitando a autoridade do professor onde a moral e as condutas dos alunos se elevam de forma agressiva para com os professores, com ofensas morais, atos de vandalismo, agressão física e, quando a violência se torna tão frequente, esses jovens acabam levando essas violências para fora das escolas onde o furto é o primeiro passo para generalizar os avanços de outras estatísticas envolvendo jovens aos crimes.

Acompanhando uma reportagem no dia 19/09/2015, uma adolescente de 13 anos sofreu violência sexual por três garotos da mesma escola onde estuda, o caso aconteceu quando a adolescente estava a caminho da escola, quando foi atraída pelo garoto de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

14 anos para sua residência, tendo mais dois garotos no local, abusaram sexualmente e a agrediram fisicamente a menor, o caso foi registrado na delegacia, mas os adolescentes foram ouvidos e liberados. A reportagem foi até a residência dos acusados para saber o que os motivou a cometer tal crime? Mas sem sucesso, as famílias e os acusados não estavam no local.

Diante desse episódio deprimente, refletindo sobre o papel da família e da justiça, podemos observar que este tipo de violência urbana cresce na sociedade brasileira e que acaba por atingir o espaço escolar aumentando as estatísticas do descaso do poder público, reproduzindo dados e formas de violência extramuros em torno das escolas.

Não devemos criar uma sociedade inimputável, casos como o que foi relatado devem ser punidos para que se crie uma forma de repressão a jovens que se envolvam mentalmente, diante da certeza que não vão ser repreendidos por suas más atitudes.

Para entender melhor os acontecimentos e a violência nas escolas, dados apresentados em pesquisa realizada por uma das grandes redes de comunicação de internet, o site www.terra.com.br/noticias/infograficos/violencianasescolas[15], assim, com clareza, podemos verificar os tipos de violência causadoras da insegurança, ameaças, armas, drogas, ambientes e a evolução de que nos leva a entender o porquê este assunto, violência escolar, estar longe de acabar, no entanto, em contrapartida, podemos usar estas ferramentas didáticas como aperfeiçoamentos para gerações futuras, objetivando a diminuição destas estatísticas negativas. Em geral, a outras pesquisas também relacionadas à violência na escola, vejamos os dados para entender melhor o que esta acontecendo nas escolas e o que nos levou a realização de um trabalho acadêmico de um assunto de tamanha dificuldade e extensão, alvo de debates.

Uma ação preventiva deve ser tomada, quando várias estatísticas e dados que se referem á violência escolar, é possível saber com clareza os detalhes e os motivos que levam ao crescimento dos degraus da violência e combater de forma conjunta envolvendo todas as partes sendo elas, governo, estado, município e a sociedade

---

[15] Tipos de violência: 96% agressão verbal. 89,57% atos de vandalismo 82% agressão física. 76,42% furto
Causas dessas violências: 76% conflitos entre alunos. 63% drogas e álcool. 60% falta de funcionários. 45,6% pobreza generalizada
Causadores: 93,37 alunos. 31,6% desconhecidos. 25,2% pais e responsáveis
Insegurança: a pesquisa mostra que 39% dos alunos se sentem inseguros a ponto de deixar de ir para a aula. 29% dos professores se sentem inseguros a ponte de deixarem de lecionar.
Ameaças: as pesquisas também questionam alunos e professores e os resultados são alarmantes, 74% disseram que conhecem professores ameaçados dentro das escolas e 68% disseram que conhecem casos de alunos ameaçados dentro da escola.
Armas: 46% souberam de casos de pessoas armadas dentro das escolas.
Drogas: 70% afirmam saber de casos de trafico dentro da escola e 67% sabem de casos de consumo de drogas dentro da escola.
Em relação à segurança em torno da escola a pesquisa considera que a sociedade com apenas 35% considera inseguro e 54% acham mais ou menos seguro sendo apenas 10,6% consideram seguros

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

em geral, uma participação de pais e alunos professores e funcionários, criar novas leis de estatutos que garantem o ensino e o comprometimento de alunos dentro das escolas, uma ordem sustentável onde será possível gerar um ambiente saudável e motivador para dar maior interesse aos alunos em frequência de aula e vontade de aprender trocando informações entre eles sem desigualdade e para professores abrindo diálogos e discussões com alunos críticos e professores com autonomia de dar direcionamento aos jovens para que possam ser cidadãos responsáveis e interessados em fazer uma sociedade evoluída e sustentável, a fim de que se tornem multiplicadores de boas práticas educativas.

Quando citamos as formas expressivas que as escolas vêm sendo degradadas por atos de vandalismo, pichações, invasões e retiradas de alunos de dentro da escola sem justificativa, só aumentam a fragilidade do gerenciamento escolar que não se compromete em reger seu poder. Existem regras e deveres que contribuem para que tais acontecimentos não se tornem uma controvérsia ao sistema do ensino atual, mais incentivo, professores com maior reconhecimento, escolas com infraestrutura tecnológica e sustentável, eventos envolvendo familiares, enfim, uma parceria que certamente se tornaria uma forte ferramenta de motivação trazendo mais conhecimento e preparo para uma geração de bons exemplos e menos violência.

> Por que os professores não têm mais a autoridade de antigamente? É com esse questionamento que **Maria Izabel Noronha, presidente do sindicato dos educadores da rede estadual de São Paulo (APEOESP)** tenta compreender o fenômeno da violência contra os educadores. O sindicato foi responsável por divulgar, em maio deste ano, uma pesquisa que mostra o desalento cenário da violência em sala de aula: 44% dos educadores da rede estadual já sofreram algum tipo de agressão física e psicológica. Para ela, os dados refletem uma escola que não mais atende aos anseios dos alunos.
>
> (Ângela Chagas - Terra - 15/08/2013)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A violência atinge diversas escolas no Brasil, os dados devem ser analisados e apurados de forma que a escola seja vista integralmente como uma instituição de aprendizagem e formação de cidadãos para um meio de socialização.

Notamos que esse fenômeno não é novo, considerando que, há muitos anos atrás, a forma de punição dos alunos era considerada como disciplina, no final dos anos 70 e lá em meados dos anos 80 realizaram as pesquisas em busca de justificativas devido à violência escolar.

Diante dos estudos abordados, notamos que a violência escolar é um problema que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

vai além do espaço físico, a falta de diálogo entre os pais e alunos, fracasso escolar, a falta de comunicação no processo de democratização da escola e pais que transferem toda responsabilidade de educação à instituição, contribuindo de fato para um possível ato de violência escolar.

No entanto, vale ressaltar que o objetivo dessa pesquisa é aprofundamento no assunto, buscando várias definições e fatores que contribuem para esse fenômeno, de maneira que possamos compreender, minimizar o problema e ir em busca de soluções para a superação destes problemas que as escolas enfrentam.

REFÊRENCIAS:

GUIMARÃES, Áurea M. A dinâmica da violência escolar: Conflito e ambigüidade. Campinas: Autores Associados, 1996.

Portal NOVA ESCOLA, Bullyng: é preciso levar a sério. Disponível em:<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/bullying-preciso-levar-serio-431385.shtml?page=1,2,3,4,5>Acesso em 4 de julho de 2015.

Portal EDUCAÇÃO: Guarda Municipal. Disponível em:<http://www.correiosantafe.com.br/site/noticia/educacao/21344/guarda-municipal-cria-grupamento-de- ronda-escolar.html>Acesso em 17 de julho.

Portal UNICEF, Violência nas escolas. Disponível em:<www.unicef.org>Brasil>Cap_2>Acesso em 21 de julho de 2015.

Portal APEOESP - Reportagem especial. Disponível em:<http://www.apeoesp.org.br/publicacoes/observatorio-da-violencia/reportagem-especial-violencia-contra- professores>Acesso em 5 de agosto de 2015.

Portal TERRA, Alunos tiram sarro de você. Disponível em:<http://noticias.terra.com.br/brasil/interna/0,,OI1739990-EI306,00.html>Acesso em 29 de agosto de 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

TECNOLOGIAS PARA O PROFESSOR NO ENSINO SUPERIOR

Alex Sander de Oliveira
Alexsandra Gomes Moreno
Vera Lúcia Alves Tokunaga

RESUMO

A mudança da didática no decorrer do tempo e a evolução das tecnologias estão mudando o método de ensino na educação. Com isso, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) tornaram-se importantes na relação professor-aluno em sala de aula. Frente a isso, o docente no ensino superior apresenta dificuldades de acompanhar essas mudanças devido à falta de capacitação e horas disponíveis para a iniciação cientifica. Por meio da capacitação, do aumento dos conhecimentos teóricos unindo-se a prática, a aula se torna mais atrativa e rica em fundamentos.
PALAVRAS-CHAVE: TIC. Educação. Professor Universitário. Didática

ABSTRACT

The change in the didactic over time and the evolution of technology are changing the teaching method in education. Thus, the Information and Communication Technologies (ICTs) have become important in the student-teacher relationship, in the classroom. Facing this, teaching in higher education is often difficult to keep up with these changes due to lack of training and hours available for scientific initiation. Through capacity building, the increase in theoretical knowledge together with practice makes a class become more attractive and rich fundamentals.
Keywords: ICT. Education. College Professor. Didactic

INTRODUÇÃO

O papel docente nas Universidades está mudando de forma gradativa, mas radicalmente. As aulas ministradas por professor "detentor do saber" já não são mais aceitas pelos alunos que querem interação.

Ainda existe o ensino da forma tradicional, mas está em defasagem, pois a sociedade não aceita mais essa forma de ensino aprendizagem, a tecnologia chegou para unir o mundo através da informação e do conhecimento e mostrar que aprendizado entre aluno e professor deve ser recíproco, o mestre transmite o conhecimento, mas o aluno dá o *feedback*, e assim ambos conseguem andar numa linha de conhecimento paralelamente. Por meio dos meios de comunicação a tecnologia está cada vez mais presente: as informações hoje se deslocam numa fração de segundos, isso vem modificando e dominando as formas de lidar com o processo de aprendizagem, principalmente na educação.

No setor educacional, ainda existem muitos obstáculos em se tratando de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

inovações tecnológicas, mas cabe ao professor usar tal ferramenta a seu favor, mais interações com os meios tecnológicos disponíveis facilitarão a comunicação e a interação com o aluno, fazendo assim com que o professor atinja o seu objetivo e o aluno conquiste o seu principalmente na educação.

DESENVOLVIMENTO

TIC – Uso na Aprendizagem

A didática do século XXI, não é mais vista como antigamente onde os recursos eram livros, giz e lousa. Hoje com a evolução tecnológica, o docente precisa ir além dos tais recursos para se comunicar com os alunos de forma a ser mais bem entendido, isto está intimamente ligado à evolução da comunicação e do processo de informação.

A revolução tecnológica e o processo de ensino aprendizagem vêm viabilizando uma prática pedagógica renovada, onde o docente é o orientador do aprendizado e o aluno é o pesquisador que acumula o conhecimento de forma dinâmica, ou seja, vivenciada e assim uma vez aprendida.A necessidade do uso dos recursos tecnológicos na escola é evidente, uma vez que a tecnologia faz parte do cotidiano do ser humano, não se pode fugir disso.

No Brasil, questiona-se muito o uso da tecnologia como recurso didático, mas é muito oneroso frente às necessidades básicas da educação. Como pensar em tecnologia quando a nossa realidade ainda exclui 14 milhões de brasileiros da escrita e da leitura (IBGE 2011). Essa realidade é ainda pior, visto que temos 33 milhões de analfabetos funcionais, ou seja, pessoas com quatro anos de estudo e 16 milhões de pessoas com 15 anos ou mais que ainda não foram alfabetizadas.

Vivemos uma realidade no Brasil onde uma parcela de alunos é considerada analfabeta digital, pois não lhes foi dado o direito à "cidadania eletrônica" (Silveira 2001) privando-os ao acesso à comunicação mediada pelo computador, o que os impede ao letramento digital, que é o meio mais ágil, completo e abrangente de comunicação. É importante afirmar que o letramento digital é a forma de comunicação com a qual o indivíduo responde às demandas envolvendo o uso de recursos tecnológicos e de escrita na sociedade digital.

É de suma importância que a conquista da cidadania na sociedade moderna faça com que o indivíduo tenha acesso às ferramentas digitais, o que é o passo inicial para o combate à exclusão digital que atinge uma grande parcela de alunos no Brasil, uma vez que o analfabetismo tecnológico não difere do analfabetismo como um todo no país.

O acesso tecnológico, de forma democrática, aos bens de consumo como computadores, celulares e internet podem certamente minimizar a exclusão tanto digital quanto social de um grande número de alunos brasileiros, portanto, políticas públicas educacionais seriam capazes de acelerar o processo de inclusão digital

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

diminuindo assim os desníveis sociais no país.

Desde o século passado conjectura-se um programa nacional de tecnologia educacional (Proinfo), criado pelo ministério da educação no ano de 1997, que visa o uso das TIC como ferramenta de enriquecimento pedagógico voltada ao ensino público. O programa tem excelentes ideias, mas com as mudanças governamentais, as prioridades mudam e elas continuam apenas no papel distante de atingir as metas pré-estabelecidas em número e em qualidade.Diante de políticas eleitorais descontinuadas que propõe programas faraônicos e de resultados quase sempre catastróficos sem planejamento com verbas públicas, só nos resta um questionamento: como faremos para dar conta do analfabetismo? Como podemos colocar este país em igualdade aos demais quando o assunto é educação?

Como fazer uso das TIC em sala de aula de forma adequada, quando o professor encontra alunos com defasagem em todos os aspectos sociais, morais e de aprendizagem?

Para que a utilização das TIC possa ser de fato uma ferramenta, capaz de romper as barreiras tecnicistas e do modismo, se faz necessário que o docente tenha preparo, clareza nas intenções e objetivos pedagógicos, ou seja, o docente tem de saber a importância do seu saber social e tomar as rédeas do fazer pedagógico, alinhando a prática com a modernidade.

Essas mudanças são necessárias para que os alunos sejam motivados a aprender de forma seletiva e crítica.

Atualmente, o magistério não é algo que se faça por amor ("a pedagogia do amor, caiu por terra, vivemos momentos de competência e eficiência").

É notável o quanto as TIC entraram nas salas de aula, atualmente elas são concorrentes com o discurso do professor.

Cuidados devem ser tomados no uso das ferramentas, pois elas podem aproximar, incluir e ao mesmo tempo, excluir alunos que não tenham acesso as tais ferramentas, não podem, portanto, passar despercebidas pelo docente.

A resistência no uso das TIC pelos professores universitários, na maioria das vezes, está associada à falta de preparo e cursos de capacitação tecnicista desvinculados de didática, o que os transforma em docentes inseguros.

Capacitação Docente

Há mais de duas décadas, no Brasil, o discurso difere da prática, sabe- se que a educação não tem prioridade nos projetos políticos e o magistério não possui plano de carreira, desvalorizando o docente que estuda, às vezes, até o doutorado.

É fácil culpar o docente pelo baixo índice de qualidade de ensino, obtido nos exames preparados pelo governo, onde os alunos são avaliados. Ninguém se

preocupa em avaliar a condição do professor para ministrar a aula, a falta de incentivo, a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

falta de planos de carreira e como se não bastasse, os salários estão muito aquém do que deveria receber.

Quem afinal é o professor brasileiro?

> "Parem de associar qualidade de educação com professor dentro da sala de aula. Porque não tem condição de ter qualidade em educação com professore tendo de multiplicar o que ganha trabalhando em três horários em sala de aula: R$ 930 de manha, R$ 930 a tarde e R$ 930 à noite". (Fragmento do discurso da professora Amanda Gurgel para os deputados da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte em audiência pública, em 10 de maio de 2011).

Com o transcorrer do tempo, os programas governamentais ganham novas fachadas, são repaginados, mas continuam os mesmos, incluindo a tecnologia. As mudanças curriculares, geralmente, são feitas sem a efetiva participação do professor, o que as tornam ineficazes e não cumpridas.

Na realidade não se pode deixar de refletir sobre o fracasso da educação e da qualidade do ensino das escolas brasileiras, a inserção ou não das mídias em seu cotidiano, não é a tábua da salvação para qualidade no ensino.

Tem que ser levado em consideração que o abismo que existe entre o discurso oficial e a inserção das TIC nas práticas pedagógicas está ligada à realidade do que é oferecido na maioria das universidades.

São muitos os desafios para as melhorias na educação brasileira, se faz necessário um plano com metas claras, participação de docentes e da sociedade com metas estabelecidas a médio e longo prazo e que possam envolver todos os brasileiros, pois educação é dever do estado e um direito do cidadão.

Como afirma Moran (1998), "nunca tivemos tantas tecnologias fantásticas de comunicação e, ao mesmo tempo, é um desafio encontrar o ponto de equilíbrio entre o deslumbramento e a resistência tão comuns entre muitos educadores".

Os professores precisam de ajuda para entender e colocar em prática essas novas posturas, e precisam saber lidar criticamente com as tecnologias. É necessário trabalhar com o conhecimento adquirido e com a busca de novas informações, que os capacitam continuamente para acompanhar as mudanças estruturais dos saberes. O docente também deve assumir a postura de questionamento e crítica diante das informações, bem como precisa exercer o papel de orientação e cooperação com os discentes, ensinando-os a aprender e aprender ensinando.

As TIC são vistas como otimizadas, mas precisam ser dominadas, é preciso saber como, quando e porque ligá-las ou desligá-las.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

No que tange a competência do professor universitário, os desafios atuais vão além dos saberes, capacidade e informações acadêmicas se fazem necessárias à construção do aprendizado, que não ocorre espontaneamente e difere de indivíduo para indivíduo com necessidade de aprender estas competências para melhor desenvolvê-las.

Com a explosão do uso das TIC nas salas de aula, muitos docentes deram maior ênfase aos recursos audiovisuais, sendo preferido, atualmente, o projetor de multimídia, um dos recursos das tecnologias, mas, sendo didaticamente mal utilizado, pode transformar a aula em monótona e cansativa, direcionando assim o recurso para o mesmo.

Alguns cursos de capacitação são oferecidos aos professores, cursos esses ministrados por tecnicistas sem nenhuma didática, o que dificulta o aprendizado do professor, que acaba por perder o interesse, além da dificuldade que muitos professores encontram para frequentar tais cursos devido à exaustiva carga horária que deve ser cumprida.

Teorias x Prática

A separação entre teoria e prática é uma ocorrência corriqueira no ramo da educação. A teoria vem para explicar / tentar situações de forma a buscar soluções da realidade humana, já a prática é o acontecimento que ocorre a todo o momento, que se pode perceber ou não, de visão sucinta ou até em questão de segundos acontecerem fatos.

O referencial teórico do professor é baseado na realidade, enxergado por ele. Quando seu plano pedagógico é construído sem sua reflexão da prática, a teoria se torna vaga e mal elaborada, o professor acaba perdendo seu controle e também seu discurso, tornando um ensinamento abstrato.

O professor deve conquistar, construir e reconstruir a prática ao contemplar os fundamentos teóricos que a sustentam e explicam as condições concretas para transmitir, produzir e socializar o conhecimento.

Em uma em que um professor leva seus alunos a uma quadra para fazer um exercício físico e, a partir daí, tira conclusões e resultados por meio de simuladores e aplicativos, os alunos conseguirão fazer uma junção de teoria e prática sendo vivenciada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho foi apresentar as dificuldades encontradas pelos professores universitários para a utilização das TIC no ensino aprendizagem.

Não foi necessária muita pesquisa para que o notório fosse constatado, as pesquisas mais relevantes foram realizadas para que se conseguisse saber a razão de tais obstáculos, foi verificado então que empecilhos advêm da falta de capacitação do docente para lidar com tais ferramentas, muitas vezes os treinamentos até são oferecidos, mas por falta de tempo, devido á sobrecarga que o professor tem de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cumprir, o mesmo se vê impedido de conciliar essas habilidades.

Em relação ao professor com a realidade dos meios de comunicação, foi percebido que, por causa deles, houve uma grande mudança na mentalidade do ser humano, que não aceita mais apenas as definições abstratas, sugestões ou ordens na educação, é exigida uma participação ativa do aluno nesse processo, para que assim se concretize realmente a aprendizagem.

O educador consegue ver a necessidade e muitas facilidades trazidas pelas tecnologias, e também percebe que se não forem utilizadas de forma adequada, podem transformar-se em transtorno tanto para o aluno quanto ao próprio professor, por isso, a atualização e o processo de continuação de aprendizagem do docente são fundamentais para que ele não fique defasado ou se torne obsoleto no ramo da educação.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, N. P. G; JÚNIOR. F.M.B; DARÓZ, E.P. O professor e as novas tecnologias na perspectiva da análise do discurso: (DES) encontros em sala de aula. Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 14, n. 1, p. 15-27, jan./abr. 2014.

BERNARDI, L.T.M.S; GRANDO, C.M; TAGLIEBER, J.E. A relação teoria e prática na formação do educador. Disponível em: <http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rc/article/view/805/657>. Acesso em: 23 set. 2015

Decreto n°. 6.300, de 12 de dezembro de 2007. Dispõe sobre o Programa Nacional de Tecnologia Educacional – Proinfo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 13 dez. 2007. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6300.htm>. Acesso em: 21 set. 2015.

GIL, A.C. Didática do ensino superior. São Paulo. Atlas, 2013.

GURGEL, A. Professora Amanda Gurgel discursa para deputados do RN. YouTube, Natal, 10 maio 2011. Disponível em:<http://www.youtube.com/watch?v=yFkt0O7lceA>. Acesso em 23 set. 2015.

IBGE. Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 21 set. 2015.

JOLY, M. C. R. A. (org.). A tecnologia no ensino: implicações para a aprendizagem. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002.

MORAN, J. M. Mudanças na comunicação pessoal: Gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnologia. São Paulo: Paulinas, 1998.

SANCHO, J. M; HERNÁNDEZ, F. Tecnologias para transformar a educação. Porto Alegre. Artmed, 2006.

SELWIN, N. O uso das TIC na educação e a promoção de inclusão social: uma perspectiva crítica do reino unido.

SILVEIRA, S. A. Exclusão digital: a miséria na era da informação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

SOUZA, N. A. A relação teoria-prática na formação do educador. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/3868/3108>. Acesso em: 23 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GERAÇÃO Z: A GERAÇÃO QUE TORNOU A TECNOLOGIA UM DIVISOR DE ÁGUAS NA EDUCAÇÃO

Danilo Marinho Oliveira
danilomao@hotmail.com

RESUMO

O presente artigo aborda as principais características da geração Z, visando relacionar, por meio de diferentes concepções, como esta geração convive de forma quase que homogênea com a tecnologia, tornando-a um fator decisivo nos mais diversos âmbitos educacionais. Permitindo assim uma análise dos impactos causados na área da educação e possibilitando a exposição de alternativas para amenizar tais impactos, haja vista que esses fatores não influenciam apenas o âmbito educacional, mas estão presentes em qualquer processo relacionado a ensino-aprendizagem.

PALAVRAS-CHAVE: Geração Z. Tecnologia. Educacional. Ensino-aprendizagem. Nativos digitais.

ABSTRACT

This article discusses the main features of the generation Z, order to relate through different conceptions, as this generation lives almost homogeneously with technology, making it a decisive factor in various educational fields. Thus allowing an analysis of impacts in education and enabling the display of alternatives to mitigate these impacts, given that these factors not only influence the educational context but are present in all proceedings related to teaching and learning.

KEYWORDS: Generation Z. Technology. Education. Teaching and learning. Digital natives.

INTRODUÇÃO

As gerações são classificadas para que dessa forma seja possível observar melhor quais são as características dos indivíduos que pertencem à determinada geração e, devido a essa peculiaridade, pode-se notar que a geração Z possui uma grande afinidade e domínio quando o assunto é a tecnologia.

A tecnologia tem facilitado o acesso à informação, por meio de dispositivos eletroeletrônicos, dos quais a geração Z possui um grande domínio, destacando-se o uso de smartphones, desktops, notebooks e tablets. Pode-se notar que o smartphone é o dispositivo mais utilizado, devido a sua alta performance, principalmente quando o assunto é acessar redes sociais, internet e as redes wireless, 3G ou 4G (Prado, 2015).

Essa grande afinidade e facilidade da geração Z para com a tecnologia e seus dispositivos são os fatores que nos levam a observar de forma intrigante a maneira como tal geração tem se comportado dentro das salas de aulas, influenciando de forma impactante todos que participam de forma direta ou indireta do meio educacional e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

dos processos de ensino-aprendizagem e, por meio deste artigo, iremos expor tais comportamentos, permitindo assim reflexões a respeito deste assunto que é complexo e de grande relevância no atual cenário da educação.

CONHECENDO AS GERAÇÕES

Uma das principais e mais disseminadas formas de organizar os indivíduos é classificá-los através de gerações, classificação esta que se dá através de períodos, por meio desta temos as seguintes gerações: Veteranos ou tradicionais, baby boomers, geração x, geração y, geração z e geração alfa.

Os veteranos ou tradicionais são aqueles indivíduos que tiveram nascimento entre os anos de 1925 e 1945, uma geração marcada pela vivência de momentos internacionais importantes como a II Guerra Mundial e do Vietnã. Marcados pelo patriotismo, valorizam muito a família e no ambiente corporativo, e são fiéis às empresas. A grande maioria dos integrantes desta geração estão hoje aposentados e procuram aproveitar a vida. Os veteranos deram origem à geração seguinte chamada de baby boomers, nascidos entre

1946 e 1964, este nome é dado devido à grande explosão populacional nos Estados Unidos da América, uma geração que teve mais acesso à educação que seus pais e valoriza muito os títulos, status e o crescimento profissional. Alguns a mencionam como a geração do homem na lua, e também neste período, houve um grande crescimento do Rock and Roll e aqui no Brasil, um fortalecimento do movimento hippie (Prado, 2015).

A próxima geração é a X, nascidos entre 1965 e 1979, geração marcada por grandes avanços tecnológicos, como o desenvolvimento do microprocessador e a criação do 1º vídeo game, as famílias também passam por transformações, afinal, neste período, existe um aumento no número de divórcios, jovens com característica empreendedoras e que gostam de ser reconhecidos pelo bom desenvolvimento de seus trabalhos (Prado, 2015).

A geração Y é composta por indivíduos nascidos entre 1980 e 1995, jovens que não tem muita paciência e buscam mobilidade, interatividade e que tem pressa para que tudo aconteça o mais rápido possível, utilizam com muita frequência e facilidade a internet e também possuem como característica o hábito de realizarem mais que uma tarefa simultaneamente. São totalmente adeptos da diversidade, pois aceitam muito bem a convivência com pessoas de diferentes religiões, etnias, sexo (Tapscott, 2010).

Existe uma geração onde classificamos os indivíduos como "nativos digitais", a geração Z comporta pessoas nascidas entre 1996 e 2009, são capazes de utilizar e compreender a tecnologia com mais facilidade que qualquer outra geração, afinal eles já nasceram em um Mundo conectado. Dentre as características outras que merecem destaque são a pouca preocupação com a privacidade e a grande criatividade, esta geração não sente nenhum tipo de afinidade com hierarquia e muito menos com horários pouco flexíveis o que acaba por diferencia-los e muito no ambiente corporativo (Palfrey;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Grasser, 2011).

A geração alpha é considerada por muitos estudiosos e pesquisadores a mais inteligente, fazem parte dela crianças nascidas a partir de 2010, são aparentemente mais atentas e observadoras, pois estão inseridas em ambientes rodeados por tecnologias que acabam por estimular seu desenvolvimento. São precursores de uma revolução educacional e, num futuro bem próximo, serão criadores de seus próprios conteúdos, produtos e serviços (Furia, 2015).

A TECNOLOGIA NA EDUCAÇÃO

O grande avanço de recursos tecnológicos na educação, se deu principalmente com a disseminação da internet em meados dos anos 90 e há pouco tempo houve uma notável amplitude desses recursos com a chegada da Web 2.0, termo esse que surgiu no ano de 2004, a Web 2.0 representa a 2ª geração dos serviços disponibilizados pela internet e proporciona uma maior dinamismo em toda a plataforma online, permitindo também uma disseminação maior de serviços, uma maior interatividade e uma crescente disponibilidade de aplicativos na Web, que de maneira simples são "baixados" e utilizados por um grande público de internautas (Mattar, 2013).

Nota-se que o acesso à informação tem-se tornado muito mais fácil e a internet tem proporcionado na área educacional algumas modalidades de ensino que permitem viabilizar de forma mais dinâmica processos de ensino-aprendizagem, como plataformas Wiki e cursos MOOC. As plataformas Wiki são sites que permitem aos usuários realizarem edição dos conteúdos que são disponibilizados, atualmente o exemplo mais conhecido é a Wikipedia, conhecida também como enciclopédia livre, embora exista toda uma estrutura das plataformas Wiki voltada para disseminar conteúdos confiáveis, não se pode garantir conteúdos totalmente seguros, uma vez que qualquer usuário pode realizar sua contribuição na plataforma. A sigla MOOC, significa Massive Open Online Course, são cursos gratuitos disponibilizados na Web e que permitem a participação de pessoas que desejam obter novos conhecimentos ou que almejam simplesmente se atualizarem, uma das principais características dos MOOC's é que eles ocorrem em um período determinado, embora o participante mesmo após a conclusão do curso possa ter acesso às aulas, existem tarefas que ele consegue desenvolver apenas durante o período em que o curso "evento" está ocorrendo (Mattar, 2013).

Outros canais que estão proporcionando informações e estão modificando de forma significativa os processos educacionais são as redes sociais, predominantes no dia a dia dos discentes, além de promoverem a comunicação e interação por meio de textos, vídeos, músicas e fotos, surgem também como alternativa para que os docentes e educadores se aproximem de seus alunos e possam observar melhor os hábitos e perfis desse público que tem vivenciado essas mudanças na área da educação, o que implica em subsídios para que os professores e educadores encontrem alternativas de utilizar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

esses canais como ferramentas auxiliares nos processos de ensino-aprendizagem (Tajra, 2002).

GERAÇÃO Z E OS RECURSOS TECNOLÓGICOS

A geração Z possui como marca registrada a grande afinidade na aplicação e utilização da tecnologia e seus recursos, comumente chamados de "nativos digitais", os integrantes dessa geração estão habituados à utilização da Web 2.0 e de todo um aparato tecnológico proporcionado por dispositivos eletroeletrônicos. Diferentemente das demais gerações que muitas vezes priorizam o acesso à Web 2.0 e seus recursos por meio de computadores desktops e notebooks, os "nativos digitais" utilizam também os smartphones e tablets, que acabam proporcionando mais praticidade e maior tempo de acesso à internet devido a esses dispositivos serem de fácil transporte e permitirem acesso às redes wireless (Palfrey; Grasser, 2011).

Quando se trata de redes sociais, a geração Z não deixa de justificar o porquê de serem considerados "nativos digitais", isto se deve a sua alta conectividade nas redes sociais, acabando, muitas vezes, não dissociando o real do virtual e vivendo em uma esfera onde as relações humanas estão se tornando cada vez mais digitais, ocasionando mudanças comportamentais, principalmente na comunicação verbal, haja vista que, muitas vezes, para essa geração, é muito mais cômodo se comunicar através das redes sociais do que estabelecer essa mesma comunicação verbalmente com as pessoas (Palfrey; Grasser, 2011).

Outro atributo que torna mais evidente a homogeneidade entre os "nativos digitais" e a tecnologia é o grande consumo e utilização de aplicativos mais comumente citados como app's, que são softwares utilizados em computadores, smartphones e tablets e proporcionam um maior dinamismo e interação social, haja vista que uma grande parte desses apps servem para promover a distração, divertimento e, principalmente, a comunicação online entre usuários que estejam conectados, de preferência por meio de uma rede Wireless. Essas alternativas tornam ainda mais evidente o quanto esse público permanece online, ou seja, conectados à Web e consumindo um grande volume de informações em tempo real, das mais variadas fontes e dos mais diferentes formatos. (Prado, 2015)

Notadamente, há participação das outras gerações nesta inércia tecnológica, porém, observa-se que mesmo assim a geração Z destaca-se, pois desde muito pequenos foram "alfabetizados" na Web e agem com extrema naturalidade diante de sua utilização. Uma característica muito marcante desse púbico é a utilização, na maioria das vezes, de vários dispositivos eletroeletrônicos ao mesmo tempo. É comum observar situações onde jovens estão utilizando praticamente ao mesmo tempo, smartphone, notebook, TV e ainda escutam música através do fone de ouvido, ou seja, multitarefas, e a naturalidade com o que desenvolvem estas ações é o que acaba diferenciando esses indivíduos, pois os indivíduos da geração anterior também são multitarefas, porém,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

não conseguem acompanhar os "nativos digitais", principalmente no quesito agilidade (Prado, 2015).

COMPORTAMENTO DA GERAÇÃO Z NAS ESCOLAS

Diante de tantos recursos tecnológicos que promovem como resultado um grande volume de informações que se tornam acessíveis muitas vezes com apenas um "click", esta geração já não encontra no modelo educacional tradicional fatores que os beneficiem no campo da aprendizagem e a partir desta indagação todos os profissionais que estão evolvidos nos processos de ensino-aprendizagem acabam por buscar alternativas que visam atrair o interesse de um público que se atualiza de forma constante devido ao uso intenso, principalmente, da internet. No ambiente escolar, é muito comum os alunos encontrarem ferramentas de trabalho do professor que serão utilizadas para expor ou compartilhar conhecimentos, lousa, livros, apostilas e data shows, porém, diante desses recursos o aluno pode simplesmente buscar o conhecimento utilizando um site de busca como o Google, através de um smartphone que ele mesmo utiliza para outros fins, e isso acaba por alterar todo o modelo educacional que até alguns anos era mantido como referencial nas salas de aula (Tajra, 2002).

Pode-se notar que muitos pesquisadores e estudiosos da área da educação já estão buscando alternativas para atingir com mais eficiência este público, que age e se comporta de forma diferente de qualquer outra geração anterior dentro das salas de aulas. Dentre as alternativas para atrair à atenção dos "nativos digitais", as mais comumente aplicadas são o desenvolvimento e utilização de métodos de ensino e também a gamificação.

Os métodos de ensino são muitos, porém, aqueles em maior evidência são: Peer instruction, game based learning, case based learning, team based learning e project based learning, métodos esses que podem ser aplicados em diversos cenários acadêmicos e proporcionam também um melhor desenvolvimento da aprendizagem.

PEER INSTRUCTION

Instrução aos pares é um método que estimula o aprendizado entre alunos da mesma sala de forma que um auxilia o outro, foi criado por Eric Mazur, professor doutor de Física e Física aplicada da Universidade de Harvard. Segundo Mazur (2015), este método foi criado na década de 90 após observações que mostraram que seus alunos apenas memorizavam os assuntos das suas disciplinas e não compreendiam efetivamente os conceitos e devida aplicação dos mesmos.

Este método tem como base a aula invertida (flipped classroom), técnica em que o professor concede aos alunos textos, artigos, vídeos dentre ou materiais com uma certa antecedência da aula para que os mesmos possam fazer a leitura dos temas propostos e possam chegar na aula com um conhecimento prévio dos temas em questão

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e a partir daí o professor promove discussões por meio de questões, exercícios e estudos de casos (Ramal, 2015).

No decorrer da aula o professor realiza uma breve explicação sobre o tema já estudado pelos alunos por meio da aula invertida e aplica questões conceituais (concept tests), que podem ser feitas com uso de clickers para coletar informações ou formulários como aqueles do google docs e até mesmo através de cartões com as respostas (Mazur,2015).

GAME BASED LEARNING

Aprendizado baseado em jogos é um método de ensino que consiste na utilização de jogos para que se tenha melhores resultados nos processos de ensino-aprendizagem e, em contrapartida, objetiva também tornar mais dinâmica e interessante para o alunado o desenvolvimento da aula (Prensky, 2012).

Os jogos trazem aos alunos uma série de desafios que são vencidos a partir do momento que eles assimilam um determinado conteúdo, e essa assimilação é realizada de uma maneira mais dinâmica, haja vista que os jogos são compostos por um design e estrutura visual que estimulam a participação de forma que os alunos muitas vezes não percebem que estão interagindo com temas e assuntos expostos em sala de aula por uma determinada disciplina ou conjunto de disciplinas (Dickey, 2015).

Tem-se notado uma crescente utilização desse método de ensino, isso tem ocorrido devido à grande evolução tecnológica que tem proporcionado aos indivíduos mais jovens experiências inéditas através de smartphones, computadores e tablets e que acabam por promover ainda mais uma mudança na forma como este público mais jovem busca as informações e realizam assimilação das mesmas.

CASE BASED LEARNING

Case Based Learning (CBL) é um termo utilizado para aplicação e resolução de casos baseados na prática. É muito utilizado para a prática clínica que proporciona ao aluno uma visão ampla de toda a rotina clínica e hospitalar com os pacientes, verificando sinais vitais e prestando diversas informações de apoio. Também pode ser chamado de Problem Based Learning (PBL), porém há divergências. Segundo Garvey, O'Sullivan e Blake (2000), o PBL não exige do aluno conhecimentos prévios sobre o tema em estudo, já o CBL requer um certo grau de conhecimento prévio a fim de que os alunos possam aplicar a resolução dos casos concretos para que estimule ainda mais a aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes.

Pretende-se que os alunos trabalhem em pares ou pequenos grupos colaborando na elaboração das hipóteses, justificando as opções realizadas e refletindo as atitudes tomadas. Além disso, essa metodologia apresenta outros benefícios, tais como, incentivo à autoavaliação, à integração de teorias e práticas para o desenvolvimento das capacidades necessárias para a vivência profissional (Jesus, Gomes e Cruz, 2013).

Com o intuito de preparar os futuros profissionais para o desafio e as exigências da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

profissão, o CBL aponta para a realidade, onde o professor deve ser o guia de todo o processo para findar na descoberta da qualidade do atendimento profissional. Essa prática motiva os estudantes para abordarem os problemas e refletirem sobre as causas e consequências para que possam se aprofundar na solução do estímulo que fora aguçado.

TEAM BASED LEARNING

A aprendizagem baseada em equipes ou team based learning (TBL), é um dos métodos de ensino-aprendizagem que possibilitam ao professor uma alternativa contra os modelos tradicionais de ensino. Baseada no construtivismo, método inspirado nas ideias de Jean Piaget, que procura instigar a curiosidade, onde o aluno é levado a encontrar as respostas a partir de seus próprios conhecimentos e de sua interação com a realidade e com seus colegas. O Construtivismo propõe que o aluno participe ativamente do próprio aprendizado, mediante e entre outras formas, a pesquisa em grupos (Hills, 2001).

O funcionamento se dá através da formação de grupos de alunos em sala de aula, onde cada membro deve cumprir com suas responsabilidades dentro da equipe. Previamente o tema de estudo é proposto e os alunos após lerem sobre o assunto discutem entre si, reforçando e ampliando a aprendizagem. Se torna ainda mais interessante em termos didáticos e pedagógicos o professor tomar a frente no momento da composição das equipes, promovendo assim uma maior integração entre os estudantes, uma vez que por meio dessas equipes os alunos passarão a se conhecerem melhor o que promoverá uma melhor convivência proporcionando melhores resultados na resolução dos problemas estabelecidos pelo professor (Hills, 2001).

PROJECT BASED LEARNING

Aprendizagem baseada em projetos (ABP) mostra-se um importante instrumento de inovação em sala de aula, por propiciar espaço privilegiado para a investigação, possibilita que o aprendizado se torne mais eficiente e eficaz. Ocupando lugar de destaque no rol das metodologias ativas, a ABP centraliza o estudante no processo de construção do conhecimento, uma que vez que - propicia uma vivência diferenciada de um problema real, utilizando-se de outros métodos o protagonismo e o realismo talvez não estivessem tão presentes quanto numa aprendizagem baseada em projeto. Por problematizar situações reais, enfatiza a práxis na qual o Sujeito busca soluções para um problema concreto em que vive e se torna capaz de transformá-lo pela sua própria ação, ao mesmo tempo em que se transforma. Estando em contato com uma problemática que conversa com a realidade, a aprendizagem torna-se mais significativa para o estudante, onde qualquer nova informação (conteúdo) é relacionada a um aspecto relevante, já existente na estrutura do aprendiz (Atkinson, 2001).

Esse método vai na contramão da aprendizagem mecânica, ultrapassada, quando

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pensamos na reorganização da sociedade do século XXI, a sala de aula está inserida nessa nova sociedade que não aceita mais um mero acúmulo de informações na aula e que não se relacionam com os conceitos já existentes na estrutura cognitiva do público-alvo a que se destina o conteúdo (Atkinson, 2001).

GAMIFICAÇÃO

A gamificação é a utilização de técnicas e mecânica do design de jogos eletrônicos para outros fins, permitindo que os usuários participem de forma mais produtiva e engajada dos processos que estão sendo desenvolvidos. Este conceito tem sido utilizado em diversas áreas como saúde, marketing, e na educação, surge como alternativa para atrair o interesse de um alunado que traz consigo concepções estabelecidas por meio de interação em ambientes digitais (Reiners, 2014).

Diante da grande quantidade de entretenimento disseminado, principalmente na Web, os professores e educadores encontram na gamificação uma poderosa alternativa que possibilita não apenas aproximar os "nativos digitais" dos docentes, mas, também, viabiliza uma melhora na performance dos processos de ensino-aprendizagem, uma vez que o ambiente digital e a realidade virtual proporcionada por esse ambiente já fazem parte do dia a dia da geração Z. Todavia, os games, que estimulam ou enfatizam conceitos das mais diversas áreas do conhecimento, requerem, para um melhor aproveitamento, que os alunos tenham um conhecimento mínimo do assunto abordado, para que a partir daí o mesmo possa realizar as tarefas e prosseguir para outras fases do game (Reiners, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É notável o quanto a evolução tecnológica tem influenciando o desenvolvimento intelectual, psíquico e educacional de todas as pessoas, e quando observamos a geração Z, fica evidente que esses indivíduos possuem características que surgiram devido a esse contato constante com a tecnologia e que os torna um público muito diferenciado no contexto educacional dos demais públicos até então envolvidos nos processos de ensino- aprendizagem. Notamos que esses indivíduos possuem uma grande facilidade em realizar duas, três ou mais tarefas ao menos tempo, mas tais tarefas são desenvolvidas por meio de dispositivos eletroeletrônicos, e essa naturalidade e espontaneidade, muitas vezes, causa um certo espanto para os indivíduos das gerações anteriores, haja vista que integrantes da geração Y ou até mesmo X já realizavam duas ou mais tarefas ao mesmo tempo, mas não utilizando dispositivos eletroeletrônicos com tanta agilidade e destreza.

Devido esse avanço tecnológico e essa grande afinidade da geração Z com os recursos tecnológicos, observamos também que o comportamento desta geração nas escolas e demais instituições de ensino tem mudado muito, o que acaba por influenciar na maneira como os profissionais envolvidos nos processos de ensino-

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

aprendizagem realizam suas atividades e ocasionando, também, em buscas por novos métodos de ensino por parte dos profissionais, uma vez que tem-se tornado muito difícil conquistar à atenção dos "nativos digitais", utilizando métodos de ensino tradicionais. Nota-se que a educação está evoluindo para se adequar a essa nova geração de alunos que fazem parte de um "Mundo Digital". Essa evolução não ocorre na mesma velocidade ou proporção que a tecnologia, porém, por meio de pequenas mudanças é que se tem grandes ganhos e, dessa forma, daqui a alguns anos, teremos um cenário bem diferente na educação, principalmente em nosso país.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, Jean. *Developing Teams Through Project-Based Learning.* Burlington: ASHGATE USA, 2001. BERALDO, Vanessa Vieira (2015). *Geração Alpha.* Disponível em: <http://www.marisap
sicologa.com.br/geracao-alpha.html> Acesso em: 24/09/2015.
DICKEY, Michele. *Aesthetics and Design for Game -Based Learning.* Nova York: Taylor & Francis USA, 2015.
FURIA, Fernanda (2014). *Geração Alpha e o Futuro da Educação.* Disponível em: <http://revistatutores.editoralamonica.com.br/pub/lamonica/index13/?numero=7> Acesso em: 25/09/2015.
GARVEY, M. T.; O'SULLIVAN, M.; & BLAKE, M. (2000). *Multidisciplinary case-based learning for undergraduate students.* European Journal of Dental Education: Official Journal of the Association for Dental Education in Europe.
HILLS, Howard. *Team-Based Learning.* Burlington: Ashgate USA, 2001.
JESUS, Ângelo; GOMES, Maria João; & CRUZ, Agostinho (2013). *Case Based Learning Digital: estratégias de avaliação e colaboração online. Indagatio Didactica.* Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/27116/1/Cased%20based%20learning %20digital%20est rat%C3%A9gias%20de%20colabora%C3%A7%C3%A3o%20-%20indagatio%20didactica%202013.pdf> Acesso em: 21/09/2015.
MATTAR, João. *Web 2.0 e Redes Sociais na Educação.* Campinas: Artesanato Educacion, 2013. MAZUR, Eric. *Peer instruction: a revolução da aprendizagem ativa.* Porto Alegre: Penso, 2015.
OLIVEIRA, Mauro de (2014). *As Características das Gerações: Tradicionalistas, Baby Boomers, X, Y, Z.* Disponível em: <http://pt.slideshare.net/maurojornalista/as-caractersticas-das-geraes-tradicionalistas-baby- boomers-x-y-z?next_slideshow=1> Acesso em: 24/09/2015.
OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y – Ser Potencial ou Ser Talento? – Faça por Merecer.* São Paulo: Integrare Editora, 2011.
PALFREY, John; GRASSER, Urs. *Nascidos na Era Digital: Entendendo a Primeira Geração de Nativo Digitais.* Porto Alegre: Artmed, 2011.
PRENSKY, Marck. *Aprendizagem Baseada em Jogos Digitais.* São Paulo: Senac SP, 2012.
RAMAL, Andrea (2015). *Sala de aula invertida: a educação do futuro.* Disponível em: < http://g1.globo.com/educacao/blog/andrea-ramal/post/sala-de-aula-invertida-educacao-do-futuro.html> Acesso em: 22/09/2015.
REINERS, Torsten; WOOD, Lincoln. *Gamification in Education and Business.* Nova York: Springer Verlag NY, 2014.
RODRIGUES, Maria de Lourdes Veronese; FIGUEIREDO, José Fernando de Castro (1996). *Aprendizado centrado em problemas.* Disponível em: <http://revista.fmrp. usp.br/1996/vol29n4/4_aprendizado_centrado_em_problemas.pdf> Acesso em: 22/09/2015.
SANTO, Elson Davanzo di (2012). *As gerações X, Y e Z. Suas essências... Nosso Desafio!* Disponível em:
<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/as-geracoes-x-y-e-z-suas-essencias-nosso- desafio/61589/> Acesso: 23/09/2015.
SER, Projeto Vem (2013). *Geração Baby Boomer, X,Y,Z, Alpha!!!!.* Disponível em:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

<http://www.projetovemser.com.br/blog/geracao-baby-bommer-xyz-alpha/> Acesso em: 23/09/2015. TAJRA, Sanmya Feitosa. *Internet Na Educação*. São Paulo: Erica, 2002. TAPSCOTT, Don. *A Hora da Geração Digital: Como os Jovens que Cresceram Usando a Internet estão Mudando Tudo, das Empresas aos Governos.* Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

EDUCAÇÃO INTERATIVA: O SISTEMA BRASILEIRO DE TV DIGITAL E SUAS APLICAÇÕES NA PRÁTICA DE EAD

Moacyr Vezzani Neto[*1] *moacyr.vneto@sp.senac.br*

Resumo: Este artigo analisa as possibilidades tecnológicas disponibilizadas pelo SBTVD para uso em aulas de EaD via TV digital. Para tanto, foram pesquisadas a relação convergente entre as mídias que permeiam o Sistema Brasileiro de TV Digital, o Sistema Brasileiro de TV Digital, as demandas de EaD em termos de interatividade e, por fim, as possibilidades de aplicar os recursos do SBTVD na educação a distância, tomando como base o programa Telecurso da Fundação Roberto Marinho. Para tal análise, em termos de comparação foram utilizados o caso da TV Escola Digital Interativa e um experimento de *T-Learning* na Finlândia. Os métodos utilizados foram pesquisa bibliográfica, exploratória e documental para subsidiar a análise técnica e funcional do Sistema Brasileiro de TV Digital. Os resultados obtidos apontam que os recursos do SBTVD são adequados para serem aplicados nas teleaulas do Telecurso.

Palavras chave: Comunicação, Inovação, Tecnologias Digitais, TV Digital, Educação a Distância, Telecurso.

Abstract: This article analyses the technological possibilities available at SBTVD to be used in classes of distance learning courses via digital TV. We studied the convergent relationship between the Brazilian Digital TV System and its media systems, as well as the distance education demands in its interactional terms and, finally, the possibilities to apply the SBTVD in the distance education, taking into consideration Roberto Marinho Telecurso Foundation. For this analyses, to proceed a comparison, it was used the case of Digital TV School and the experiment called T- Learning at Finland. The methods used were bibliographic exploratory and documental research, to subside the technical and functional analyses of the Brazilian Digital TV System. The results obtained suggest that the resources of SBTVD are suitable to be applied in TV classes at Telecourse.

Key words: Communication, Innovation, Digital Technologies, Digital TV, Distance Education, Telecourse.

Convergência tecno-digital-midiática

Como ponto de partida, sabe-se que o ser humano dispõe de cinco sentidos, por meio dos quais percebe o mundo em que habita e com ele interage. Por meio dessas possibilidades de absorção de 'conteúdos', ou seja, pelos sentidos que possui, as pessoas se comunicam, recebendo ou produzindo mensagens.

Esse ponto inicial é importante porque o desenvolvimento das tecnologias vem oferecendo, ao longo do tempo, mais e diferentes possibilidades para as pessoas se comunicarem. Por exemplo, tem-se em testes, no momento desta redação, a impressora que, além do texto em papel exala odores para indicar situações ou eventos aos usuários do dispositivo, inovando ao incluir outro sentido, até então desassociado, o olfato.

Embora formas isoladas de comunicação possam ser identificadas, a indústria da comunicação se organizou em torno de tecnologias específicas em seu percurso de crescimento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Inicialmente, com a construção das prensas, a forma textual impressa se dissemina. A tecnologia da fotografia se desenvolve, aquela indústria textual impressa se apropria da imagem e passa a produzir um produto 'multimidiático', ou seja, unindo texto e imagem, embora o suporte para sua divulgação seja o mesmo, o papel.

Em seguida, a tecnologia do rádio surge e uma nova mídia se disponibiliza, o áudio. Essa mídia emprega outro suporte, as ondas eletromagnéticas, requerendo um "dispositivo mediador", o rádio, para o ouvinte receber as mensagens.

Naquele momento, a mídia textual impressa e o rádio conviviam e podiam ser colaborativas, desde que alguém lesse as notícias do jornal no rádio, por exemplo. Dessa forma, eram tecnologias que não convergiam em si e cujos conteúdos eram basicamente diferentes. Evidentemente, alguém poderia descrever o conteúdo de uma foto pelo rádio, contudo, seria diferente para o consumidor da informação ver a própria foto ao invés da narração.

Posteriormente, a tecnologia da televisão se desenvolve e se pode transmitir a imagem e o áudio a longas distâncias. Embora unidirecionais, as mensagens multimidiáticas ampliam o repertório comunicativo por meio da convergência dessas tecnologias e mídias.

Vários aspectos podem ser destacados e analisados nesta breve exposição sobre as tecnologias e a comunicação, mas, no contexto desta discussão, ressalta-se a necessidade da compreensão do termo e conceitos associados: convergência.

O termo convergência vem sendo empregado em diversas áreas do conhecimento e, principalmente, para exemplificar o uso de uma tecnologia em um processo de comunicação que antes necessitava de dois ou mais canais.

Segundo o Dicionário de Português *Online* Michaelis[16], o termo convergência é o ato ou efeito de convergir, de se ter a direção comum a um mesmo ponto, uma tendência a um resultado comum. Adicionalmente, pode ser o desenvolvimento de elementos culturais semelhantes em culturas diversas, oriundas de princípios, necessidades ou inovações diferentes.

A convergência de tecnologias que permeia os meios de comunicação possibilita que o usuário consuma e produza conteúdos de qualquer plataforma digital por uma única interface ou tela.

Essa possibilidade de interação entre sistemas e modos de exibição cria uma nova cultura a partir da introdução de novos usuários nativos[17] ou não, conforme explica Sabbatini (2011), quando se refere à nova cultura de consumo tecnológico, a partir "[…] de uma combinação de fatores tecnológicos, culturais e sociais, cada vez mais pessoas

[16] Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 15 abr. 2014.
[17] Nativo digital é uma terminologia utilizada pela ONU – Organização das Nações Unidas para classificar jovens de 15 a 24 anos que estão conectados à Internet há pelo menos 5 anos. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/10/1360208-brasil-e-quarto- pais-do-mundo-em-nativos-digitais.shtml>. Acesso em: 09 nov. 2013

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de todas as idades, gêneros e classes sociais criam e compartilham seus próprios conteúdos, frequentemente em uma lógica cooperativa" (2011, p.01). O autor ressalta, ainda, que "é neste contexto que emerge a palavra convergência" (2011, p.01).

A convergência tecnológica ou de tecnologias ocorre quando uma tecnologia, usualmente mais recente, integra aspectos de outras tecnologias, podendo vir a substituí-la. Os aspectos envolvidos podem ser recursos, funções ou suas aplicações. O telefone celular, quando passa a ser oferecido com rádio FM, exemplifica uma convergência de tecnologias que, neste caso, seria a convergência para um novo produto.

Olawuyi e Mgbole (2013), discutindo sobre a convergência tecnológica, registram que "*technological convergence is the tendency for different technological systems to evolve toward performing similar tasks*". Para que uma (nova) tecnologia absorva outra tecnologia, no todo ou em partes, ela precisa possuir potencial ou condições adequadas, originadas por meio de uma evolução tecnológica ou pela criação de uma nova proposta, modelo ou paradigma.

Para dar embasamento ao conceito de convergência tecnológica, faz-se necessário definir tecnologia. Dessa forma, o pesquisador Franscico Rudiger (2011) discute que "quando, ao contrário, a criação se sujeita ao planejamento amplo e sistemático, ao cálculo padronizado e, no limite, automatizado, é porque a técnica passa a ser reinterpretada como tecnologia" (2011, p.444).

A palavra convergência é aplicada na sociedade da informação em muitos sentidos, formas e processos. Segundo Jenkins (2009), "a palavra convergência consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais" (2009, p.29).

No caso brasileiro da TV digital, essa transformação se confirma desde o decreto presidencial número 4901[18], de 26 de novembro de 2003, que instituiu o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) que visa a democratizar a informação e propiciar condições para incluir a população nas novas tecnologias digitais.

O Sistema Brasileiro de TV Digital vai além da convergência de tecnologias, microcomputação, televisão e telecomunicações e de acordo com o decreto citado, é uma estratégia política de inclusão social que, a partir da universalização do acesso à informação pode alavancar o desenvolvimento econômico do país, conforme explica Jenkins (2009) quando exemplifica o efeito da convergência das mídias: "A convergência das mídias é mais do que uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos" (2009, p.43).

O principal aspecto de desenvolvimento do Sistema Brasileiro de TV Digital é o

[1] [18] Decreto de instituição do Sistema Brasileiro de TV Digital. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.htm>. Acesso em: 09 nov. 2013

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conceito de TV Digital Interativa – TVDI – que permite que sejam sincronizados aplicativos interativos com os fluxos de áudio e vídeo da programação. O sistema também prevê que a interatividade esteja presente em dispositivos móveis e portáteis, expandindo, dessa forma, a capacidade do sistema além do aparelho de televisão.

No caso da TV digital, a cultura de consumo de programação em fluxo contínuo, característica da TV analógica, aos poucos será alterada para uma programação interativa, assíncrona e atemporal. Essas características da tecnologia de TV digital abrem espaço para novos usos e convergências de mídia a partir da digitalização dos processos comunicacionais.

Esse é o caso da TV digital interativa que já nasceu com um pacote de serviços interativos inerentes ao sistema, tais como EPG[19]5, áudio original e dublado, legendas, informações sobre o programa que está sendo exibido como nome, duração, próximo programa a ser exibido na grade. Essas funcionalidades independem do canal de retorno ou interativo[20].

A urgência desses novos processos conduz a sociedade à busca constante de alternativas que atendam as expectativas de formação do novo cidadão conectado, em rede e disponível 24 horas por dia e 7 dias por semana.

Dessa forma, a convergência digital e sua nova cultura de consumo gera oportunidades que podem alterar o panorama da comunicação e, consequentemente, da sociedade conectada.

SBTVD

No Brasil, a televisão é o principal meio de comunicação e fonte de informação. Hoje, apesar da alta penetração dessa tecnologia nos lares brasileiros, com mais de 98%[21] de residências recebendo o sinal televisivo, nos últimos dez anos, a audiência dessa mídia vem apresentando quedas[22] sucessivas, por conta da introdução de novos dispositivos conectados à *internet* e a partir da evolução das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC).

---

[19] Electronic Programming Guide – Guia Eletrônico de Programação - trata-se de uma interface gráfica, pré-requisito nos sistemas de TV digital, que disponibiliza a programação da emissora no formato de grade, com informações como duração do programa, nome do programa, próximo programa, grade de programaçã do dia ou semana

[20] Possibilita o tráfego de informações entre o telespectador e a emissora de TV. Essa comunicação pode acontecer por diferentes tecnologias, como por exemplo, a internet, o telefone fixo ou a rede de telefonia celular. Disponível em: <http://www.dtv.org.br/informacoes- tecnicas/canal-de-retorno/>. Acesso em: 16 nov. 2013

[1] [21] De acordo com reportagem do site do Observatório da Impresa de 24 de maio de 2014, a diminuição do número de telespectadores tem como principal fator a Internet, com a capacidade de reunir texto, foto, áudio e vídeo em uma só plataforma. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed793_crise_de_audiencia>. Acesso em: 15 fev. 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A televisão brasileira desde a inauguração das transmissões digitais em São Paulo, no dia 2 de dezembro de 2007, até as perspectivas de interatividade e convergência com tecnologias da informação e comunicação (TIC) e dispositivos móveis e portáteis, vem buscando novas alternativas de programação e interação com o telespectador.

Atualmente, os *smartphones* possuem conexão à *internet* por meio da tecnologia 3G[23] e 4G[24], conexão *Wi-Fi*[25] e *Bluetooth*,[26] tecnologias que permitem que eles interajam com outros dispositivos e plataformas.

A tecnologia *1-seg* é a utilização de um segmento entre os treze da transmissão digital de TV do sistema ISDB para transmissão televisiva para dispositivos móveis e portáteis. No SBTVD, essa modalidade de transmissão abre novas perspectivas de consumo de televisão. A partir da transmissão *1- seg,* é possível receber os sinais do SBTVD em *smartphones* e em dispositivos móveis instalados em automóveis, no transporte público ou em televisores portáteis.

A multiprogramação é outra possibilidade técnica do Sistema Brasileiro de TV Digital. Nesse caso, no mesmo espectro de 6MHz, espaço ocupado por um canal de TV na transmissão analógica de televisão, a partir da transmissão digital, é possível a transmissão de vários conteúdos dentro de um mesmo canal.

De acordo com Ferraz (2009) *apud* Cardoso (2010), "A tecnologia (TV digital) permite o uso mais eficiente do espectro de transmissão e o aumento do número de canais oferecendo mais conteúdo, maior concorrência e diferentes usos (canais de serviço, governo, bancos etc)" (2010, p.4)

A interatividade é a mais esperada novidade do Sistema Brasileiro de TV Digital. Esse

---

[23] A rede de terceira geração usa principalmente as tecnologias WCDMA ou CDMA e oferece velocidades mínimas de 200 kbps, segundo padrão do IMT-2000. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/conheca-as-diferencas-entre-1g,-2g,-3g-e-4g/34225>. Acesso em: 01 mar. 2014.

[2] [24] 4G é a tecnologia de transmissão de dados em redes de celular mais avançada do momento. No Brasil, todas as redes 4G usam o padrão LTE (Long Term Evolution). Outro padrão considerado 4G é o WiMax, usado por algumas operadoras nos Estados Unidos e em outros países. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/conheca-as-diferencas-entre-1g,-2g,-3g-e-4g/34225>. Acesso em: 01 mar. 2014.

[25] Wi-Fi é a marca registrada pela Wi-Fi Alliance, a expressão hoje se tornou um sinônimo para a tecnologia IEEE 802.11, que permite a conexão entre diversos dispositivos sem fio. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/wi-fi/197-o-que-e-wi-fi-.htm>. Acesso em: 01 mar. 2014.

[1] [26] Bluetooth é o nome dado à tecnologia de comunicação sem fio de que permite transmissão de dados e arquivos de maneira rápida e segura através de aparelhos de telefone celular, notebooks, câmeras digitais, consoles de videogame digitais, impressoras, teclados, mouses e até fones de ouvido, entre outros equipamentos. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/bluetooth/161-o-que-e-bluetooth-.htm>. Acesso em: 01 mar 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

recurso pode ser acessado por televisores residenciais e por dispositivos móveis e portáteis. Nessa perspectiva, o diferencial do SBTVD é o conceito de TV digital interativa – TVDI.

Esse conceito contempla inúmeras possibilidades de interação entre o produtor de conteúdo e o telespectador. Essa funcionalidade do Sistema Brasileiro de TV Digital é possível graças ao *middleware* Ginga.

O *middelware* Ginga faz a intermediação entre o conteúdo interativo que é produzido e o *set-top-box* que interpreta essas informações, ou seja, o Ginga garante que toda aplicação interativa, desenvolvida dentro de suas especificações, será compatível com qualquer receptor do Sistema Brasileiro de TV Digital.

O Sistema Brasileiro de TV Digital oferece dois modelos de interatividade, com canal de retorno ou sem canal de retorno. No modelo sem canal de retorno, não há possibilidade do telespectador enviar mensagens ao produtor de conteúdo.

Um exemplo desse modelo é o aplicativo do programa Big Brother Brasil, da Rede Globo de Televisão. Trata-se de um aplicativo que não necessita de canal de retorno, as informações podem ser consultadas, mas não é possível enviar mensagens para a produção do programa, conforme a figuras 1.

Figura 1. Aplicativo do Programa Big Brother Brasil.

Fonte: http://www.ars3design.com.

No modelo com canal de retorno o telespectador pode interagir com a emissora ou com pares, enviando mensagens por meio de aplicativos interativos.

Exemplo de aplicativo interativo com canal de retorno é o aplicativo da Copa do Mundo da África do Sul, de 2010. Nesse aplicativo, o usuário pode acessar informações como escalação dos times e arbitragem, consultar os números de cartões amarelos e vermelho, além de outras informações relativas ao jogo e ao campeonato. A diferença é que, com o canal de retorno, é possível interagir com a emissora respondendo a perguntas e enviando para a emissora palpites sobre a escalação dos jogadores, conforme a figura 2.

Figura 2. Aplicativo da Copa do Mundo de 2010.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: http://www.ars3design.com.

Castro (2012) afirma que uma das características mais marcantes desse processo de mudança é "a passagem da comunicação unidirecional (produção - mensagem - recepção) para a comunicação bidirecional, dialógica e interativa: produção - mensagem - recepção – com resposta ao campo da produção" (2012, p.64).

Uma possibilidade de aplicação dos recursos interativos do Sistema Brasileiro de TV Digital é utilizà-los para fins educacionais. Os aplicativos podem ser sincronizados ao fluxo de áudio e vídeo e, dessa forma, incrementar uma aula na modalidade de educação a distância com informações complementares ou com aplicativos educativos disponibilizados na grade de programação das emissoras de televisão.

Educação interativa a distância

Segundo Schlünzen e Feitosa, a Rede Glodo de Televisão foi a primeira emissora brasileira a incluir um projeto educacional em rede comercial no Brasil, conforme afirmam os autores (2012) "em 1981, a fundação Roberto Marinho e a Fundação Bradesco colocaram no ar o Telecurso 1º Grau, destinado às quatro últimas séries do Ensino Fundamental, com apoio do MEC e da Universidade de Brasília" (2012, p.22).

Conforme dados do censo populacional do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 2011[27], a alfabetização e o baixo nível de escolaridade da população brasileira serão desafios importantes para os próximos anos, pois do total de 195.200.000 de habitantes, 12,9 milhões são analfabetos e 30,5 milhões são analfabetos funcionais. Nesse panorama quase um quarto da população está à margem da formação básica de educação.

A educação a distância é uma modalidade de ensino que se apresenta como alternativa à educação formal presencial e pode atender aos anseios de formação das camadas da sociedade que não tem acesso ao ensino presencial.

Uma das possibilidades de aumentar o acesso da população a plataformas de educação a distância é oferecê-las via TV digital. De acordo com Bizelli e Stipp (2012), "essa modalidade de ensino recebe a denominação de *T- Learning*. O 'T' vem dos anacrônicos utilizados na TV digital como *T-Commerce, T-Government, T-Banking* entre

[27] Disponível em: <http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm>. Acesso em: 22 mar. 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

outros" (2012, p.402).

O Sistema Brasileiro de TV Digital aponta para uma realidade em que o telespectador é protagonista quando pensamos em uma programação interativa. Então, conforme ressaltam Schlünzen e Feitosa (2012), "é possível, sim, pensar em um contexto em que professores também possam fazer da TV uma extensão da sala de aula. Isso significa o uso das tecnologias como instrumentos de integração e facilitação do processo de ensino-aprendizagem" (2012, p.471).

Perspectivas da TVDI no caso do Telecurso

O Telecurso é uma tecnologia educacional, reconhecida pelo MEC, que oferece escolaridade básica de qualidade a quem precisa. No Brasil, é utilizado para a diminuição da defasagem idade-ano, Educação de Jovens e Adultos (EJA) e como alternativa ao ensino regular em municípios e comunidades distantes.

O Telecurso é uma importante ferramenta em prol da Educação para a dimuição da defasagem idade-ano na educação de jovens e adultos. Hoje, ele conta com teleaulas que são exibidas na Rede Globo de Televisão, TV Cultura, Canal Futura, TV Brasil, Rede Vida, TV Aparecida, Rede Minas e Rede Gênesis. Além da programação televisiva, as teleaulas do Telecurso podem ser acessadas por meio da *internet* no seu *site*[28].

No *site* do Telecurso, o aluno tem acesso às teleaulas nas modalidades, ensino fundamental, ensino médio e profissionalizante; pode assistir palestras, obter informações sobre como adquirir materiais, acesso a um *blog* e um *link* para contato.

O Sistema Brasileiro de TV Digital prevê que qualquer formato de programa televisivo é passível de interagir com os aplicativos interativos do sistema. Dessa forma, o Telecurso da Fundação Roberto Marinho pode se apropriar dessa nova tecnologia e, assim, criar novas perspectivas de propagar a educação por meio da televisão.

TV Escola Digital Interativa

De acordo com Silva *et al.* (2004) a TV Escola está no ar desde março de 1996. Em 2002, foram distribuídos para as escolas antenas parabólicas para a implementação do sinal digital. Com a instalação dessa rede, há potencial para alcançar 1,1 milhão de professores e 28 milhões de alunos do Ensino Fundamental (2004, p.670).

Como forma de enriquecer o processo de ensino e aprendizagem dos alunos e a formação continuada dos educadores, a TV Escola Digital Interativa, primeiro sistema de TV digital interativa do mundo dedicado à educação a distância, tem uma interface amigável e intuitiva e seus recursos são acessados exclusivamente via controle remoto[29].

[28] Disponível em: <**www.telecurso.org.br**>. Acesso em: 26 abr. 2014
[29] Disponível em: <**https://www.youtube.com/watch?v=5Xngm9jONhM**>. Acesso em: 03 maio 2014

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O controle remoto do conversor digital da TV Escola Interativa tem quatro botões coloridos: vermelho, verde, amarelo e azul. Esses botões têm funções específicas de navegação na interface principal do sistema, como, por exemplo, o agendamento de programas para serem exibidos em horários escolhidos pelos educadores. Os botões também possuem funções específicas em outras interfaces do sistema, como por exemplo em jogos.

As principais funcionalidades de interatividade da TV Escola Interativa não depende exclusivamente de um canal de retorno que, nesse sistema, é imprescindível para as respostas de "Enquetes", porque precisam ser enviadas para os produtores da TV Escola Digital Interativa.

O sistema da TV Escola Digital Interativa, apesar de ser amplamente utilizado em sala de aula com a exibição de vídeos e textos complementares, é um sistema que se apresenta muito mais como uma ferramenta para o planejamento e aperfeiçoamento de professores, sendo transmitido via satélite, o que pode ser um entrave para sua adaptação para o uso caseiro, se esse fosse o caso. De toda forma, é um sistema robusto, interativo e muito relevante para uso na educação na modalidade a distância.

Aprendizagem interativa em ambientes de TV digital: resultados e experiências – o caso finlandês

A segunda experiência utilizada para comparação com o Sistema Brasileiro de TV Digital foi desenvolvida e testada na Finlândia. Trata-se de uma experiência de aprendizagem via TV digital com alunos do curso de Engenharia da Universidade de Tecnologia de Helsinki.

Os testes foram coordenados pela Profª. Drª. Päivi Aarrenieme Jokipelto e consistiam em oferecer via TV Digital a disciplina de Demandas Locais e Globais de Empreendedorismo.

Os testes foram realizados no sistema DVB - *Digital Video Broadcast* – padrão europeu de TV digital e com interação pelo *middleware* MHP - *Multimedia Home Platform* – que é o *middleware* adotado no sistema DVB.

O projeto incluiu a produção de materiais para ambientes de aprendizagem específicos para interagir com interatividade em TV digital. Essas produções visam a incentivar trabalhos individuais e em grupo, tutoria e orientação, conversas e compartilhamento de novos conhecimentos.

Segundo Jokipelto (2004), no ambiente de aprendizagem Motive, os alunos só precisam ter uma televisão, um *set-top-box* e um canal de retorno para ser capaz de estudar. As setas do controle remoto são usadas para navegar pela interface de aprendizagem para a direção desejada, o botão de seleção é usado para fazer escolhas e botões coloridos são para a navegação e opções de página (2004, p.07).

O sistema também prevê que a interação com os materiais de aprendizagem se dê

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

em *smartphones* pela *internet*, tornando mais flexíveis os processos de aprendizagem.

Comparação em termos de conteúdo

O Telecurso da Fundação Roberto Marinho é, antes de uma modalidade de EaD, um programa de televisão. Logo, está em conformidade com todas as possibilidades técnicas e aplicações possíveis do Sistema Brasileiro de TV Digital.

Um exemplo das especificações do Sistema Brasileiro de TV Digital, que pode ser implementado no Telecurso, é o Guia Eletrônico de Programação. Esse recurso é padrão no sistema e pode disponibilizar para os telespectadores ou estudantes todos os programas de determinado curso, possibilitando maior flexibilidade no acesso aos conteúdos disponibilizados.

Essa tecnologia é denominada VOD – vídeo sob demanda e disponibiliza conteúdo em vídeo para ser acessado a qualquer momento. Exemplos de VOD são a plataforma NOW da operadora de TV por assinatura NET e a plataforma NETFLIX que, apesar de ser disponibilizada na WEB, é consumida em *Smart TVs* com conexão *Wi-Fi*.

A partir do incremento dos recursos de interatividade no SBTVD, será possível utilizar os *smartphones* como plataforma para acesso da interatividade. Nesse caso, o telespectador ou estudante pode assistir as teleaulas em um aparelho convencional de televisão e acessar os recursos de interatividade na tela do *smartphone*.

Conforme exemplificado nos recursos da TV Escola Digital Interativa e no experimento realizado na Finlândia, os recursos, apesar de necessitar de ajustes e testes e, no caso brasileiro, não estar plenamente disponível, pode acelerar o processo de ensino-aprendizagem, além de estar alinhado à forma de consumo das mídias digitais.

As possibilidades de implementação dos recursos de interatividade do Sistema Brasileiro de TV Digital podem ocorrer conforme os exemplos a seguir.

Na primeira parte do programa Telecurso, os apresentadores podem convidar os telespectadores ou estudantes a interagir com a programação acessando outros conteúdos que podem estar pré-definidos a partir dos botões coloridos do controle remoto. Por exemplo: botão azul – acesso a apostilas, botão amarelo – acesso a exercícios e botão verde – acesso a exemplos em vídeo das técnicas que estão sendo apresentadas.

O programa, que já conta com o recurso de *Closed Caption,* pode contar com legendas em português, substituindo o *Closed Caption*, ou com legendas em outros idiomas, ferramenta que pode ser de grande utilidade em cursos de idiomas.

Os quadros que apresentam o dia a dia da profissão exemplificada na teleaula, pode conter outros exemplos que não foram ao "ar". Nesse caso, os vídeos sob demanda podem ser acessados por um botão colorido e a navegação na interface de vídeos pode acontecer pelos botões direcionais do controle remoto.

O telespectador ou estudante escolhe o vídeo que deseja assistir e clica no botão "OK"

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para abri-lo. Esse fluxo de vídeo pode ser assistido no momento do acesso ou carregado para ser assistido posteriormente.

Os depoimentos de profissionais da área que são exibidos no programa podem ser incrementados. O programa pode continuar com um depoimento, e outros podem ser disponibilizados para serem acessados pelos telespectadores ou estudantes. Outra possibilidade é a disponibilização de documentários que podem servir como base de estudo e podem estar relacionados ao conteúdo do livro que é utilizado pelo aluno para exercícios e estudos complementares.

Os quadros "Vamos pensar um pouco" e "revisão" podem ser incrementados com jogos, vídeos e exercícios. Essa possibilidade pode tornar a revisão mais efetiva no sentido de maior compreensão do conteúdo apresentado.

Uma possibilidade que não pode ser descartada é o envio de exercícios para serem resolvidos logo após a transmissão da teleaula, textos complementares e jogos que podem mensurar o que foi de fato absorvido pelo telespectador ou estudante depois da teleaula.

Todas as possibilidades apresentadas nesse artigo estão em conformidade com o SBTVD e podem ser implementadas sem necessidade do canal de retorno.

Portanto, o emprego do SBTVD se mostra completamente adequado para a oferta do Telecurso, como exemplificado nesta análise, bem como pode ser igualmente aplicado para a oferta de educação a distância de outros programas e propostas educativas no Brasil.

Considerações finais

As tecnologias da informação e comunicação estão cada vez mais presentes em nossa sociedade e se apresentam nas mais variadas formas de uso. Hoje, essas tecnologias transitam nas relações de trabalho, lazer e educação.

A partir da introdução da tecnologia de TV digital no Brasil, novos modelos e formatos de mídia vem sendo desenvolvidos para atender as necessidades de entretenimento, informação e educação por meio da televisão.

A convergência de tecnologias que permeia os meios de comunicação possibilita que usuários consumam ou produzam conteúdos por meio de qualquer plataforma digital por uma única interface ou tela. Essa nova cultura de consumo altera profundamente a relação que temos com produtos de mídia.

Um programa televisivo, por exemplo, pode ser acessado através da *Internet* em *sites* de vídeo sob demanda, a partir de *smartphones, tablets, laptops* e *desktops* e conteúdos que antes podiam ser acessados apenas em equipamentos baseados em microcomputação, como redes sociais, programas informáticos e aplicativos, agora podem ser acessados em *Smart TVs*. É com base nessa nova perspectiva de consumo de produtos televisivos que pode ser incrementada a educação a distância a partir dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

recursos do Sistema Brasileiro de TV Digital.

Uma alternativa para atender a demanda por educação e elevar a escolaridade da população é o investimento em plataformas de educação a distância que sejam acessíveis à população de baixa renda, já que essa faixa da população é economicamente fragilizada e tem pouca cultura de consumo de produtos educacionais no meio digital. É importante que essa plataforma seja de fácil compreensão para que não crie barreiras tecnológicas para o acesso.

O Telecurso da Fundação Roberto Marinho é, antes de uma modalidade de EaD, um programa de televisão. Logo, está em conformidade com todas as possibilidades técnicas e aplicações possíveis do Sistema Brasileiro de TV Digital.

O formato do Telecurso possibilita a introdução das tecnologias previstas no SBTVD, por se tratar de um programa educacional que necessita de material complementar para incrementar as possibilidades de ensino-aprendizagem.

A partir da introdução dos recursos do Sistema Brasileiro de TV Digital, as teleaulas do Telecurso podem se tornar mais interativas, atraentes, flexíveis e acessíveis para os telespectadores ou estudantes.

O Sistema Brasileiro de TV Digital aponta para uma realidade em que o telespectador é protagonista, quando pensamos em uma programação interativa.

O desafio do SBTVD, nos próximos anos, é a ampliação da cobertura do sinal, pois está previsto para 2018 o *switch off*, ou seja, o desligamento das transmissões analógicas de televisão. Para que haja o desligamento, é preciso que 100% do território nacional esteja coberto pelo sinal digital e, principalmente, que haja a implementação dos recursos de interatividade previstos no sistema, oportunizando novos usos do espectro de TV em VHF e novas possibilidades de inclusão social e oferta de conteúdo televisivo educativo.

Referências

BIZELLI, J. L.; STIPP, S. B. C. Educação, novas tecnologias e interatividade em TVs Universitárias. **Televisão Digtal na América Latina: avanços e perspectivas**, São Paulo, 2, p.391-415, 2012.

CARDOSO, V. L. **Multiprogramação:** possibilidades, desafios e viabilidade no Brasil. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, p.1-14, 2010.

CASTRO, C. **Pensando a produção de conteúdos para TV Digital Pública a partir da interatividade e da convergência tecnológica**. I Jornadas de Difusión y Capacitación de Aplicaciones y Usabilidad de la Televisión Digital Interactiva RedAUTI | Red de Aplicaciones y Usabilidad de la TVDi. Madrid: RedAUTI | Red de Aplicaciones y Usabilidad de la TVDi. p.52- 82, 2012.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOKIPELTO, P. A. **Interactive Learning Environment in Digital TV:** Results and Experiences. World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education. Washington: Association for the Advancement of Computing in Education, p.1-8, 2004. OLAWUYI, J. O.; MGBOLE, F. Technological Convergence. **Science Journal of Physics**, Warri, 5 pages, april 2012.

RÜDIGER, F. Humanismo, arte, e tecnologia segundo Heidegger. **Fragmentos de Cultura**, Goiânia, 21, p. 433-51, jul./set. 2011.

SABBATINI, M. A folkcomunicaçao na era da convergencia midiática digital: da folksonomia às narrativas folkmidiáticas transmídia. **Razón y Palabra**, Monterrey, 77, p.1-17, out. 2011. SCHLÜNZEN, E. T. M.; FEITOSA, D. F. Uma TVDI para otimizar a Educação Brasileira. **Televisão Digital na América Latina: avanços e perspectivas**, São Paulo, 2, p.441-75, 2012.

SILVA, F. P. R. *et al*. **TV Escola Interativa:** uma proposta educativa para a TV digital. VII Congresso Iberoamericano de Informática Educativa. Mar del Plata: RIBIE, p.670-9, 2004.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

COMPETÊNCIAS NECESSÁRIAS PARA A FORMAÇÃO DOCENTE DO SÉCULO XXI

Carolina Carvalho Guilherme (UFSCar); carolina.cguilherme@sp.senac.br *

Resumo: No contexto atual de globalização, têm sido depositadas na educação expectativas para a formação de um indivíduo que atenda as exigências da contemporaneidade. A tarefa de ensinar, nessa perspectiva, está cada vez mais complexa e exigente, pois cabe ao professor desenvolver competências que o capacite a formar sujeitos num contexto multicultural, complexo, com avanços tecnológicos e de profundas desigualdades. O saber não é mais objeto do conhecimento em si, mas deve estar ligado a atitudes morais, responsáveis e sustentáveis. Assim sendo, é imprescindível que o professor tenha uma formação bastante sólida e que corresponda às necessidades do século XXI, tendo a consciência que ensinará sujeitos plurais num mundo de mudanças intensas como: a formação em massa, a aceleração da comunicação e do acesso à informação, a pluralidade cultural, a desigualdade social e a exploração dos recursos sustentáveis. Ensinar estes sujeitos requer uma compreensão ampla dos acontecimentos do mundo, sem, contudo, esquecer-se da tarefa de ensinar que não mais se configura em apenas deter o conhecimento e passar adiante, antes, requer o compartilhamento e a troca entre pares de forma reflexiva e crítica, garantindo, assim, que os educandos tenham um posicionamento autônomo com uma atitude individual e coletiva que corresponda às necessidades urgentes do mundo, que são: a preocupação consigo mesmo, com o outro e com o meio ambiente. Portanto, o percurso formativo deve considerar o professor como um ser inacabado e que precisa de formação contínua a fim de que reconheça a sua incompletude, considere a especificidade humana de seus alunos e seja um pesquisador, pois, somente por meio desta prática, percebe-se que o conhecimento é inesgotável.

Palavras-chave: Formação Docente. Competências. Educação.

Abstract: in the current context of globalization, expectations for the formation of an individual that meets the requirements of contemporary times have been deposited in education. The task of teaching, in this perspective, is increasingly complex and demanding, as it is for the teacher to develop skills that enable the formation of people in a complex multicultural context, with technological advances and of profound inequalities. Knowledge is no longer object of knowledge itself, but it should be linked to moral, responsible, and sustainable attitudes. Therefore, it is essential that the teacher has a very solid training and that he matches the needs of the 21st century, with the consciousness that he will teach plural individuals in a world of intense changes like training in mass, the acceleration of communication and access to information, cultural plurality, social inequality and the sustainable exploitation of resources. Teaching these contemporary students requires a broad understanding of the events of the world, without, however, forgetting the task of teaching that no longer sets up in just stopping the knowledge and passing it along; before that, it requires sharing and exchanging between pairs ethically, reflexively and critically, thus ensuring that all the learners have a positioning with an individual and collective attitude that matches the urgent needs of the world, which are the concern with yourself, with others and with the environment. Therefore, the path to the formation should consider the teacher as an unfinished being and which needs further training in order to recognize their incompleteness, consider the human specificity of his students and that the teacher is a researcher, because only through this practice it is perceived that knowledge is inexhaustible.

Keywords: teacher education. Skills. Education.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ser professor nos dias de hoje não costuma ser uma tarefa simples. A complexidade da sociedade atual impacta diretamente o trabalho do professor em sala de aula, independente do contexto em que ele atua. Tancredi (2009) afirma que as mudanças que invadem a escola dizem respeito ao novo modelo de organização da sociedade que também está em constante mudança.

O advento das redes sociais, o acesso à informação pelo uso da internet, a comunicação instantânea, a crescente utilização das tecnologias, a diversidade cultural proporcionada pelo processo de mobilidade existente no país, a desigualdade decorrente do acúmulo de riqueza, as novas configurações do trabalho e da falta de emprego, a forte presença da mulher no mercado de trabalho, os novos modelos de família e a utilização exploratória dos recursos sustentáveis explicam as profundas transformações na sociedade brasileira do século XXI, que a torna a sociedade da informação e do conhecimento, mas, também, a sociedade das grandes desigualdades.

Todas essas mudanças sociais modificaram a tarefa de ensinar, uma vez que o público atendido pela escola é sujeito desta sociedade plural, e os professores precisam prepará-lo para serem cidadãos do mundo:

> [...] isso exige que sejam "cidadãos do mundo", no sentido de que se formem não apenas como profissionais, mas se desenvolvam no âmbito pessoal, social e cultural, ou seja, como pessoa participante dessa mesma sociedade (TANCREDI, 2009, p.11).

Ensinar, nesse ponto de vista, se configura um grande desafio ao professor, pois a escola deposita em seus "ombros" a responsabilidade de dar conta de todas estas mudanças sociais para formar um cidadão integral, ético, autônomo, crítico- reflexivo, tolerante, sustentável e responsável; e, para isso, ele precisa desenvolver competências profissionais que de acordo com o Parecer CNE/CEB nº 16/99 "é a capacidade de articular, mobilizar e colocar em ação valores, conhecimentos e habilidades necessários para o desempenho eficiente e eficaz de atividades requeridas pela natureza do trabalho (BRASIL, 1999, p.33)".

Este artigo se defronta, assim, com a seguinte pergunta motivadora: quais seriam as competências necessárias para a formação do professor do século XXI?

O objetivo geral do presente trabalho é pesquisar quais seriam as competências que um professor precisa desenvolver para educar o aluno do século XXI, isto é, quais os saberes necessários a sua prática educativa para atender a sociedade contemporânea.

Como objetivos específicos, pretende-se:

- Analisar o perfil da sociedade contemporânea;
- Entender qual o desafio contemporâneo da educação;
- Identificar as características da profissão professor;
- Identificar as competências necessárias para a formação do professor.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A sociedade brasileira do século XXI traz consigo resquícios do século anterior, fadado às desilusões no plano econômico e social. O que a identifica são fenômenos de desemprego, exclusão social e desigualdades. O mercado rege as condutas sociais, nesse sentido, a educação não se esmera em educar para a virtude, mas, sim, para o mercado de trabalho e consequentemente para a competição e consumo.

O século XX foi marcado por guerras que acumularam tensões, injustiças e lutas de classes que buscavam a tão sonhada democracia. "A questão central da democracia é saber se queremos, se podemos participar na vida em comunidade." (Delors, 1993, p,14). Participar da vida em comunidade implica diretamente na educação, pois segundo Delors, para os sujeitos serem cidadãos do mundo precisam participar ativamente da vida de seu país, e a cidadania somente acontece por meio da educação.

As evoluções em curso e a globalização criaram uma crise de identidade dos povos, pois a progressiva mundialização esqueceu a individualidade do ser, tendo este que deixar a tradição e a cultura individual com o discurso de respeitar o espaço do outro, construindo a cultura ocidental.

A chegada da internet e dos serviços de telefonia criou a sociedade do "instantâneo". A preocupação de soluções em curto prazo no contexto de tantas informações tem incumbido a sociedade de se atentar apenas para problemas imediatos, aqui, por exemplo, a educação não se aplica, pois diz respeito a construção dos seres humanos em toda a sua complexidade.

Além disso, a formação dos sujeitos precisa ser integral, assim, "é necessário, pois, optar, com a condição de preservar os elementos essenciais de uma educação básica que ensine a viver melhor, através do conhecimento, da experiência e da construção de uma cultura pessoal." (Delors, 1993, p.15).

Por conta das desigualdades e da concorrência, a luta pela sobrevivência comprometeu os valores morais que também ficaram em "cheque" nessa sociedade contemporânea, isso trouxe à educação "a nobre tarefa de despertar em todos, [...] esta elevação do pensamento e do espírito para o universal e para uma espécie de superação de si mesmo", (ibid., p.16)

A maturação do pensamento também precisa ser encarada como um processo contínuo da construção humana. O autor nos alerta que o caminho para uma "sociedade educativa" será trilhado quando os sujeitos desempenharem o papel social de trabalhador e cidadão que é potencializado pelo prazer de aprender e aprender a aprender.

O mundo em rápida transformação desafia a educação para que os sujeitos tomem consciência de que sua formação deverá ser contínua e sempre inacabada, necessitando da relação entre os pares para uma construção coletiva de sociedade e de mundo. Não se trata apenas de absorver conhecimento, mas de desenvolver competências que preparem o indivíduo para as situações complexas do mundo. Segundo Delors (ibid.), isso acontecerá se os sujeitos tiverem uma alternância entre

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

atividades sociais e profissionais em paralelo com os estudos.

Ainda, aprender a "ser" preparará a sociedade para grandes necessidades da atualidade no que diz respeito à autonomia, discernimento e responsabilidade pessoal em atitudes coletivas. Se autoconhecer implica em saber do que você é capaz. Delors (ibid., p.21) afirma que, nessa sociedade do conhecimento, é imprescindível que se saiba selecionar, ordenar, gerir e utilizar as informações com responsabilidade.

A sensação contemporânea é de que muito há de se fazer daqui para frente, a fim de resolver problemas como o subdesenvolvimento. Dentre os fatores de perturbação entre sociedade e educação está a massificação do ensino e a formação rápida e superficial para o mercado.

O cenário social atual mostra um clima de incertezas demandado várias e rápidas mudanças no mundo. O mundo novo globalizado é reforçado por novas tecnologias da informação que constituem uma interdependência no plano econômico, científico, cultural e político.

Existe também um rápido crescimento demográfico, o qual Delors (ibid., p.37) afirma que demandará algumas decisões em virtude de estarmos num momento histórico em que a tecnologia encurta o período de espaço e tempo. As migrações internacionais dispararam e o êxodo rural também, acentuando, além das disparidades entre as nações, a diversidade e a problemática da pluralidade de línguas e culturas da humanidade.

A abertura da economia afetou a indústria e o comércio de alguns países e, em contrapartida, ajudou outros em desenvolvimento. Assim, também fomentou a constituição de redes científicas e tecnológicas, bem como, ampliou o fenômeno das atividades criminais.

A comunicação universal também é uma característica da sociedade contemporânea, acontecimento que quebrou os limites da distância e do tempo.

Contudo, todas essas mudanças não abrangem nem equiparam a coletividade, mas, agravam a exclusão social e a pobreza. Com o crescimento desigual da economia, grande parte dos sujeitos não tem acesso às tecnologias, aos serviços de telefonia, à boa formação e ao emprego, o que resulta em marginalização, criminalização, preconceito, discriminação e tantas outras mazelas que a "falsa" cultura mundial omite. Existe um profundo abismo entre ricos e pobres.

Nesse sentido, a educação entra com uma missão diferente de outras épocas, a tarefa de formar um cidadão integral que tenha condições de exercer cidadania, com pensamento crítico e autônomo.

Ademais, é preciso educar as competências socioemocionais, porque ao que parece, os indivíduos têm se tornado cada vez mais rasos, ansiosos, individualistas e agressivos em virtude da competição, do consumismo, das diferenças sociais e da falta de afeto. Segundo Delors (ibid., p.45), "o mal-estar causado pela falta de visão clara do futuro

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conjuga-se com a consciência cada vez maior das diferenças existentes no mundo, e das múltiplas tensões que daí resultam, entre o "local" e o "global"."

O mundo está marcado por vários desequilíbrios que incluem a degradação dos recursos naturais e do meio ambiente.

A mudança para o futuro exigirá dos indivíduos uma profunda conscientização e ações de solidariedade, pois a sensação é de grande vulnerabilidade. Este também é o mais novo papel da educação, "[...] deve, para isso, preparar cada indivíduo para se compreender a si mesmo e ao outro, através de um melhor conhecimento do mundo." (ibid., p.44).

Para compreender as mudanças e a complexidade mundial é necessário que se adquira conhecimento com análise crítica das informações. Logo, mais do que nunca a educação terá a incumbência de formar sujeitos capazes de refletir os acontecimentos mundiais para ter uma percepção clara e não deformada desse mundo em constante mudança.

Também, esta deve ser uma educação ao longo da vida que coloque os sujeitos em relação com a natureza, e o tire do "centro" do mundo e de seu próprio mundo. É preciso ampliar a visão para o outro e para a diversidade. O conhecimento de outros e de outras culturas submete o sentimento de superioridade à realidade, pois faz reconhecer a diferença rica e construtiva que outros proporcionam, bem como, subtrai a individualidade.

> A descoberta da multiplicidade destas relações, para lá dos grupos mais ou menos restritos constituídos pela família a comunidade local e, até, a comunidade nacional, leva à busca de valores comuns, que funcionem como fundamento da "solidariedade intelectual e moral da humanidade". (DELORS, 1993, p.46).

Em busca de compreender e facilitar a convivência dos sujeitos nesse momento instável e de extremas transformações do mundo e das pessoas, o professor, como educador que é, tem o papel de formar seres humanos capazes de superarem esse tempo e afirmarem o seu lugar no mundo por meio de sua autonomia. Para isso, é preciso desenvolver competências que o auxiliem nessa tarefa.

Segundo o dicionário Michaelis, competência é a faculdade para apreciar e resolver qualquer assunto. No campo acadêmico, podemos dizer que ter competência para ensinar, significa que o sujeito tem conhecimentos, habilidades, atitudes e valores no que diz respeito ao ofício de educar. A questão da formação docente, nesse sentido, está relacionada a capacitar professores para que ensinem de um modo que, exercendo suas competências, alcancem como resultado a autonomia do ser dos educandos.

Freire (1996), em sua obra "Pedagogia da Autonomia", aponta algumas competências necessárias para formar professores da contemporaneidade, partindo do pressuposto que não se pode fugir da reponsabilidade ética da prática formadora.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ética esta que é universal do ser humano – marca da natureza humana - que confronta comportamentos imorais e que é inseparável da prática educativa e indispensável à convivência humana. "Não é possível ao sujeito ético viver sem estar permanentemente exposto à transgressão da ética" (ibid., p. 10), desse modo, o comportamento não pode ser moralista hipócrita, que diz, mas não coloca em prática.

A prática docente tem a competência da aprendizagem, isto é, ensinar supõe aprender, por isso, quando eu ensino eu aprendo. De acordo com Freire (ibid.) não existe docência sem discência, e é necessário que se saiba que a postura crítica da profissão, remete a criar possibilidade para a construção do conhecimento e não a sua transmissão. Esse posicionamento recusa o sistema "bancário" que tem a premissa de fazer depósitos de conhecimento naquele que aprende.

O educador deve considerar a capacidade crítica dos educandos e estimular sua curiosidade. O conhecimento precisa ser construído juntamente por educandos e professores. É imprescindível pensar certo, evitar o simplismo e as facilidades, isso requer uma postura humilde para que o outro não seja julgado por sua "ignorância". Todos os seres humanos são inacabados e na medida em que os homens se constroem, também vão construindo o mundo. Nenhum ser humano é irrevogável ou inequívoco, ser gente significa não ser predeterminado, sua feitura é construída por meio do relacionamento com outros e ninguém pode se eximir dessa responsabilidade da construção social.

O professor precisa saber que todos somos seres inacabados. E saber da incompletude permite a tomada de atitudes responsáveis e o reconhecimento de suas ações no mundo. Freire adverte que "a inconclusão que se reconhece a si mesma implica necessariamente a inserção do sujeito inacabado num permanente processo social de busca" (ibid., p.23), esse senso de responsabilidade afirma a postura ética no que concerne à opção de decidir e agir, fazer história e cultura. Isso torna a educação um processo permanente.

Outro saber necessário à prática educativa se funda no respeito à autonomia do ser do educando, essa postura envolve o aprendiz em sua própria curiosidade e elimina o professor da posição autoritária potencializando o diálogo de maneira horizontal.

Nem é necessário dizer que o bom senso é também imprescindível à prática docente. A autoridade do professor cumprindo o seu dever precisa estar distante do autoritarismo, solidarizar-se com o outro é sinal de corresponsabilidade e de bom senso, um exemplo disso, é não estar alheio às condições culturais, sociais e econômicas de seus alunos.

Essa qualidade requer aproximação tanto da teoria em relação à prática, quanto do professor em relação aos aprendizes. A aproximação dos sujeitos sempre exigirá humildade e tolerância com relação a aprender a viver com diferentes e respeitá-los.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A experiência educativa está dissociada da submissão e adaptação ao mundo, antes, impregnada de sentido promoverá a transformação da realidade. Freire (ibid., p.28) sugere que o aprendiz tem a capacidade de apreender (agir no mundo), dado que não é adestrado como animais ou cultivado como plantas.

> Mulheres e homens, somos os únicos seres que, social e historicamente, nos tornamos capazes de *apreender*. Por isso, somos os únicos em quem aprender é uma aventura criadora, algo, por isso mesmo, muito mais rico do que meramente repetir a lição dada. Aprender para nós é construir, reconstruir, constatar para mudar, o que não se faz sem abertura ao risco e à aventura do espírito (FREIRE, 1996, p.28).

Logo, para ser professor, é preciso conhecer a natureza da atividade docente, a qual irá contribuir positivamente para o avanço da autonomia dos educandos. Isso se dará por meio de um posicionamento que assume e não se neutraliza frente às ideias e opiniões alheias, sem, contudo, impor sua postura, mas promover o pensamento crítico.

O que é ensinar senão acreditar na esperança. A esperança não é a busca da utopia, ela é indispensável na História, posto que ela que permite o sentimento "mal com as injustiças, que se ofende com as discriminações, que se bate pela decência, que luta contra a impunidade, que recusa o fatalismo cínico e mobilizante" (ibid., p.29) e permite aos homens não se acomodarem ao discurso cínico, mas agirem em prol de mudanças do seu contexto. Isso é também uma competência necessária ao professor.

Acreditar que a mudança é possível promove a intervenção na realidade. "Ninguém pode estar no mundo, com o mundo e com os outros de forma neutra" (ibid., p. 30), por isso, é importante que o educador conheça seus alunos e suas realidades a fim de que possa estimulá-los a uma nova forma de compreensão do seu contexto e saiam de sua posição passiva perante a sociedade. Saber escutar prescinde o ensinar, "somente quem escuta pacientemente e criticamente o outro, fala com ele" (ibid., p.43). O diálogo, nessa perspectiva, expõe o professor e suas fragilidades, humaniza e não "despe" o professor no que se refere ao seu desconhecimento. Não é preciso se envergonhar.

Perscrutar, examinar e sondar são características do indivíduo inquieto e curioso. Um professor que estimula a reflexão crítica e a pergunta sobre o que está posto promove um diálogo aberto e indagador. Nesse sentido, a experiência sempre promoverá o exercício da curiosidade que, por sua vez, "convoca a imaginação, a intuição, as emoções, a capacidade de conjecturar, de comparar" (ibid., p.34).

Freire afirma, igualmente, que a relação autoridade-liberdade resulta da harmonia e do respeito de uma parte pela outra. A experiência discente é fundamental para a prática docente, pois quando o professor se reconhece como aprendiz e vivencia uma liberdade enquanto aluno, exerce a docência de forma democrática.

Ensinar nunca estará dissociado de agir. O comprometimento do que se fala deve estar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

eticamente associado com o que se faz. A presença do professor em sala de aula é política e não pode falhar à verdade e à justiça. Intervir no mundo é uma prerrogativa de um ser de opção, de decisão.

Querer bem aos educandos também faz parte do ofício de ensinar. Querer que ampliem sua zona de conforto, que saiam da ignorância, que não sejam neutros em relação ao que podem protagonizar. Não negar seus sonhos e suas utopias, pois de acordo com Freire (ibid., p.53), o trabalho do professor é uma especificidade humana.

Analisando o contexto das transformações do mundo e a construção de uma sociedade diversa que está no auge das mudanças e crescimento de novas culturas, percebemos o grande desafio contemporâneo à educação, pois aos professores se coloca a oportunidade de abrir mão do conservadorismo para uma postura progressista que defende as inovações morais, sociais, políticas, religiosas e comportamentais.

Para superar o conservadorismo nessas esferas é importante uma postura ética, humilde e política no que diz respeito a troca entre pares. Na sala de aula atual, o ambiente é de construção coletiva. Não existe verdade absoluta e somente o diálogo quebra essa barreira. As experiências de cada um acrescentam na construção do todo e no pensamento reflexivo, por isso, é necessário o bom senso como recurso de integração.

A postura do professor precisa ser de esperança e fé no outro, acreditar na capacidade crítica dos educandos e estimular a sua curiosidade. Deve saber qual é o seu papel na sala de aula e assumir a reponsabilidade ética da prática formadora. Conhecer seus alunos e acreditar que a mudança é possível quando se tem um comportamento autônomo e empenhado com a mudança da realidade, a fim de construir uma sociedade mais justa e com igualdade de oportunidades. Uma sociedade solidária.

REFERÊNCIAS

Brasil - MEC. Secretaria de Educação Básica. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão. *Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica*. CNE/CEB. Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais da Educação. Brasília. 2013. 562p.

BRASIL-MEC. Parecer CNE/CEB nº 16/99. Aprovado em 5 de outubro de 1999. Dispõe sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/1999/pceb016_99.pdf>. Acesso em: agosto/2015

BRASIL. Senado Federal. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional: nº 9394/96. Brasília: 1996.

DELORS, Jacques. Educação um tesouro a descobrir. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. Editora Cortez. 1993. 281p.

_____. Dicionário Michaelis. Disponível em < http://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em agosto de 2015.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo. Paz e Terra. 1996. 148 p.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MARIGO, A. F. C. e Braga F. M. Em busca do conhecimento em educação. Fundamentos do trabalho acadêmico-científico. São Carlos. 2011. 92 p.
TANCREDI, Regina Puccinelli. .Aprendizagem da docência e profissionalização: elementos de uma reflexão. São Carlos: EdUFSCar, 2009. 62 p. -- (Coleção UAB-UFSCar).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O BRINCAR E A APRENDIZAGEM NA EDUCAÇÃO

Zuleica de Souza – Universidade Paulista - UNIP

"A educação é um processo social, é desenvolvimento. Não é preparação para a vida: é a própria vida.". Rubens Alves

Resumo

As brincadeiras e jogos fazem parte do dia-a-dia da criança, desempenhando importante papel em seu desenvolvimento. É o momento que ela poderá expressar, de modo simbólico, suas fantasias, seus desejos, medos, sentimentos e os conhecimentos que vai construindo a partir das experiências que vive. Segundo Kishimoto (1999, p. 75), o desenvolvimento deve ser entendido como um processo global, pois quando corre, pula, ela desenvolve sua motricidade e, paralelamente, é um desenvolvimento social, pois brica com parceiros, obedece às regras, recebe informações e estabelece relações cognitivas, tornando-se assim, um ser humano inteiro. Neste sentido, Maluf (2003, p.21) afirma que: "Quando brincamos, exercitamos nossa potencialidades, provocamos o funcionamento do pensamento, adquirimos conhecimentos e estresse ou medo, desenvolvemos a sociabilidade, cultivamos a sensibilidade, nos desenvolvemos intelectualmente, socialmente e emocionalmente.".

Palavras-chaves: brincadeira; regras; conhecimento; emocionalmente.

ABSTRAT

The fun and games are part of day-to-day child, playing an important role in its development. It is the time when children can express, symbolically, their fantasies, their desires, fears, feelings and knowledge, which will be built from the experiences they live. According to Kishimoto (1999, p. 75), development must be understood as a global process, because when they run, jump, they develop their motor skills and at the same time is a social development because of the interaction with with partners, following of rules, the child receives cognitive information and establishes relationships, thereby becoming an entire human being. In this sense, Maluf (2003, p.21) states that: "When we play exercises, we develop our potential, we provoke the functioning of thought, acquire knowledge and stress or fear, we develop sociability, cultivate sensitivity, we develop intellectually, socially, emotionally.".
Keywords: play; rules; knowledge; emotionally.

INTRODUÇÃO

É impossível imaginar uma sociedade, hoje desenvolvida, que não tenha passado pelo caminho da construção e universalização da educação.

A educação tem como função criar condições para o desenvolvimento integral de todas as crianças. Para que isso ocorra, faz-se necessário uma atuação que propicie o desenvolvimento das capacidades envolvendo aquelas de ordem física, efetiva, cognitiva, ética, de relação interpessoal e inserção social.

O propósito desse artigo e entender como a brincadeira pode direcionar a aprendizagem da criança de forma lúdica, simples e leve.

Para Robert B. Dilts e Todd A. Epstein (1999), aprendemos naturalmente pela experiência:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> "A PNL surgiu como um instrumento de investigação e estudo da estrutura de funcionamento do ser humano – as informações recebidas por intermédio de nossos sentidos são registradas em nossa neurologia (Neuro), construindo assim, ao longo do tempo, uma base de dados que utilizamos como referência para pensar, sentir e agir em nossas vidas, nossas aprendizagens (programação), e expressamos por meio de nossa linguagem verbal e não verbal (linguística).". (p.14).

É por meio da brincadeira que os pequenos aprendem a organizar a memória e começam a reivindicar seu espaço como indivíduo, ocupando futuramente lugar na sociedade e sendo capazes de expressar seus pontos de vista.

Piaget (1978, p. 34) classifica o jogo infantil em três categorias: De **exercício:** que caracteriza-se pela repetição de uma ação pelo prazer que ela proporciona, e é uma das primeiras atividades lúdicas do bebê; **Simbólico:** que envolve o faz-de- conta, a representação; **De regras:** que exige que os participantes cumpram normas e passem a considerar outros fatores que influenciam no resultado como, atenção, concentração, raciocínio e sorte.

Em seus estudos sobre jogos, Vygostky (1896-1934) deu ênfase aos jogos de representação. Ele considera que "Não existe brincadeira sem regras, partindo do princípio de que os pequenos se envolvem nas atividades de faz-de-conta para tentar entender o mundo em vivem, para isso usam a imaginação."

Sendo assim, os estudos de Piaget e Vygosttky levam a refletir sobre o significado do jogo simbólico e do brinquedo na infância. O lúdico propicia à criança o desenvolvimento das estruturas cognitivas, a construção de personalidade, o intercâmbio do cognitivo como o afetivo, o avanço nas relações interpessoais, nas interações e no conhecimento lógico matemático, a representação do mundo e o desenvolvimento da linguagem.

A IMPORTÂNCIA DO JOGO E BRINCADEIRA NO DESENVOLVIMENTO

Na psicologia cognitiva, a criança constrói um conceito através de um processo lento e gradual. Daí a necessidade de iniciá-la informalmente, desde cedo, por meio de jogos, em atividades manipuláveis e de explorações espontâneas e intuitivas. Quando a criança brinca livremente com objetos e materiais, suas diferenças e semelhanças, podendo assim, afirmar que a criança aprende muito enquanto joga e brinca.

Atitudes e situações assim estimulam a criança a pensar por si própria e a elaborar cada vez mais sua rede interna de conhecimento, expor desafios e atingir princípios como construir e desenvolver a inteligência. Em uma visão construtivista, isso significa ser capaz de adaptar-se às demandas do ambiente, transformando o pensamento em ação e ação em movimento.

Com relação a isso, PIAGET (1978, p. 55) nos relata que os jogos e as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

brincadeiras facilitam a construção do conhecimento, tornando-se prazeroso e desejável por todos. Assim, a criança se sente segura em relação a outras e a ela mesma, capaz de lançar hipóteses e curiosidades sobre o meio.

Assim sendo, o jogo e a brincadeira permitem o relacionamento da criança como o objeto num processo interacionista, onde a assimilação remete à adaptação das ações dos mesmos, provocando e encarando uma acomodação com o objeto.

No livro "Esporte e atividade física na infância e na adolescência – uma abordagem multidisciplinar", Renato de Moraes, relata:

> "Minha filha sempre gostou de brincar na cama elástica desde que começou a andar. Toda ida ao *shopping center* resultava em alguns minutos pulando nesse aparelho. No início, ela tinha dificuldades para se equilibrar na cama e caía com frequência. Após mais de dois anos brincando eventualmente na cama elástica, ela conseguiu equilibrar-se muito bem sobre ela e incorporou o uso dos membros superiores para auxiliar na manutenção do equilíbrio corporal durante os saltos. É interessante observar, entretanto, que tanto eu
> quando minha esposa nunca fornecemos nenhuma dica sobre como realizar os saltos de uma forma mais eficiente. Apesar disso, ela demonstrou uma melhora acentuada no desempenho de seus saltos. Em outras palavras, ela aprendeu a saltar na cama elástica sem nenhuma instrução efetiva. Como isso é possível? Qual mecanismo de aprendizagem está envolvido nesse caso?"

Içami Tiba (1996, p.78) conta em suas palestras uma história que sempre desperta o interesse dos pais e educadores porque é ao mesmo tempo muito bem- humorada e realista:

> "Dois meninos de cinco anos estão numa espaçosa área de lazer. Não há brinquedos por perto. Um deles é magro e alto. O outro é gordo é baixo. Naturalmente, resolvem brincar.
> O magro propõe:
> "É pega-pega, e você é o pegador!"
> E já sai em tal disparada que o gordo, com seus passos lentos e pesados, tem dificuldade de acompanhar. Quando esse percebe a distância entre os dois aumentando cada vez mais, toma consciência de que não conseguirá alcançar o outro tão cedo. Então para, estica o braço e, apontando com o indicador, grita:
> " Aí não vale!!
> O magro imediatamente pára, mesmo sabendo que não tinha sido combinado que ali não valeria.
> Nesse momento da palestra, pergunto ao público: "Por que o magro parou?"
> Percebo que cada um busca dentro de si uma boa resposta. Para facilitar, eu mesmo respondo:
> "Para continuar brincando! Se o magro continuar correndo, a brincadeira acaba, não é?"
> O magro volta até o gordo como os ombros meio caídos, pois sabe que agora é a vez daquele propor outra brincadeira. O gordo, vendo o magro bem
> próximo, diz: "É luta livre!".
> E já avançando no magro, dá-lhe uma "gravata", derruba e aperta o pescoço do menino, que, à beira do desmaio, dá umas palmadinhas no braço do gordo em sinal de que está se rendendo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Nesse momento, pergunto de novo ao público:
> "Por que o gordo para de enforcar o magro?"
> "Para continuar a brincadeira!", responde o público. E eu arremato:
> "E também porque com morto não se brinca!"
> Após a gargalhada geral, volto ao tema: as crianças sabem, intuitivamente, que a brincadeira é um tipo de relacionamento em que um depende do outro. Para continuar a brincar é necessário que aceitem, nessa experiência de sociedade que elas mesmas criaram uma série de regras:
>
> - Cada criança escolhe a brincadeira na qual tem melhor desempenho, pois sempre quer ganhar.
> - Cada criança dá o máximo de si e, se alguém faz "corpo mole", isso significa que não está levando a brincadeira a sério.
> - Uma criança não pode exigir das outras mais do que esta pode fazer; portanto, o limite é estabelecer por aquele que menos habilidades tem para determinada brincadeira.
> - Quando uma criança diz que não aguenta mais, a outra é obrigada a parar, por mais que queira continuar brincando.
> - Se um escolhe uma primeira brincadeira, o outro tem direito a escolher a segunda.

O brincar não pode ser visto como um 'mero' passa tempo, mas sim como um processo no qual é necessário olharmos para esse brincar como algo que insere o ser humano na vida, estimulando-o e fortalecendo sua imaginação e criatividade como o brincar e o faz de conta.

JOGOS E BRINCADEIRAS

Segundo Teixeira (2009), Infância e brincar são temas muitos próximos nos seus sentidos mais amplos. As crianças sempre brincam. Desde épocas mais antigas, as crianças procuram conhecer o mundo por meio de adivinhação, faz de conta, jogos com bolas, rodas, cordas e bonecos.

Podemos observar nas artes em geral que várias gerações deixaram registrados diferentes aspectos da vida cotidiana, nas quais se vê a presença dos jogos, das brincadeiras e dos brinquedos. Existem muitos jogos tradicionais, como a amarelinha, em que as regras podem variar ao longo do tempo, mas os princípios do jogo permanecem os mesmos. Alguns desses jogos existem há cem ou até mesmo mil anos.

O QUE É BRINCAR PARA A CRIANÇA?

A educadora Vera Lúcia dos Santos (1990, p. 85), em seu texto "Promovendo o desenvolvimento do faz de conta na Educação Infantil", fala que,

> "Ao observarmos crianças brincando, ficamos impressionados com a forma como elas são absorvidas por essa atividade. Como não se cansam? De onde vem tanta energia? O que faz com que as crianças mesmo esgotadas e sem folego, continuem a correr para não serem pegas numa brincadeira de "policia e ladrão", ou permaneçam escondidas num cantinho, apesar do medo do escuro,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> num jogo de esconde-esconde? A resposta é simples: a causa de tamanha entrega e envolvimento por parte das crianças e o prazer e o divertimento que o brincar dá a elas. Assim, podemos dizer que os jogos da criança pequena são fundamentais para o desenvolvimento e para aprendizagem, pois envolvem diversão e ao mesmo tempo uma postura de seriedade.".

Se observarmos as atividades que a criança realiza, veremos que os jogos e as brincadeiras estão no dia a dia.

O BRINCAR NA ATUALIDADE

Em seu livro **Cultura da Infância**, Teixeira (2009) descreve:

> "Brincar é gostoso, é agradável, dá prazer e satisfação. Brincando, a criança se diverte com seus parceiros, fazem novas amizades e soltam a imaginação.
> No entanto, é possível observar que muitos dos espaços utilizados para brincar foram restringidos. A falta de segurança, sobretudo nas grandes áreas urbanas, é uma das causas responsáveis por essa restrição. A rua, os terrenos baldios, os parques públicos e os clubes, antes espaços comuns de brincadeiras, agora são quase inexistentes. O que foi colocado no lugar?
> Além da restrição de espaços, o tempo para brincar também diminuiu. Cada vez mais cedo são atribuídas a algumas crianças tarefas domésticas, a outras, devido a condições sociais menos favorecidas, o ingresso precoce no mundo do trabalho para auxiliar no sustento da família. Também é muito comum a existência de numerosas tarefas escolares ou vasta agenda de cursos extracurriculares. Essas são algumas das situações que corroem o tempo da infância.
> Em algumas instituições, a criação de espaços denominados de "brinquedotecas" apresenta-se como alternativa para suprir a carência de espaços para brincar. ". (2009, p 88)

BRINQUEDOTECA

Segundo Cunha, brinquedoteca:

> {...} é um espaço preparado para estimular a criança a brincar, possibilitando o acesso a uma grande variedade de brinquedos, dentro de um ambiente especialmente lúdico. É um lugar onde tudo convida a explorar, a sentir, a experimentar. (apud FIEDMANN, 1992, p.40).

Ainda segundo Teixeira (2009), graças à importância que a criança tem adquirido nos últimos anos e o interesse por tudo aquilo que faça parte de seu universo, as brinquedotecas têm se tornado um local valorizado por diferentes áreas do conhecimento.

São muitos os tipos de brinquedoteca, as temáticas e as faixas etárias possíveis de usufruir delas. É evidente que o maior contingente está voltado ao público dos 2 aos 9 anos, por conta das características mágicas dos jogos simbólicos e todas as possibilidades

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de organização do espaço e dos materiais que esse jogo proporciona.

Com origens ligadas a questões sociais (falta de dinheiro para comprar brinquedos) e de saúde (utilizar brinquedos para motivar o desenvolvimento de crianças com necessidades especiais), esse espaço caiu nas graças dos profissionais de Educação Infantil e tem presença garantida na maioridade das instituições destinadas a esse público.

Composta na maioria das vezes por contos temáticos ligados ao faz de conta, jogos de construção, canto para leitura e para construção de brinquedos, as brinquedotecas têm se espalhado por instituições públicas e particulares.

Espaço para troca de experiências lúdicas também aparece como laboratórios de teste de novos jogos e brinquedos, bem como espaço para formação de profissionais.

CONCLUSÃO

O lúdico implica em diferentes formas de relação do sujeito (criança) com o objeto (a realidade – o outro, o meio) por conter a estratégia e ação, capaz de conduzir o desenvolvimento e a transformação dos envolvidos no processo educativo.

No universo infantil, o lúdico aponta a possibilidade de desenvolver, de forma prazerosa, integralmente, o processo pedagógico.

O brincar promove a construção do conhecimento, pois apresenta uma função social, já que permite o processo de apreensão, análise, síntese, expressão e comunicação da criança sobre si mesma e o mundo que a rodeia, criando um sentimento e uma identidade pessoal e social.

A brinquedoteca vem com a proposta de criar espaços para expressão da cultura infantil; Integrar ações de cultura, educação e saúde, utilizando o lúdico como ferramenta; Escolher brinquedos com qualidade; Valorizar o brinquedo e as atividades lúdicas e criativas; Desenvolver hábitos de responsabilidade junto ao público-alvo; Explorar atividades complementares e de inclusão social e da família.

Educar é conduzir até o nível mais elevado do desenvolvimento, tão importante que não se pode deixar de admitir que a infância é a base do adulto intelectual e social.

REFERÊNCIAS

CREPALDI, Rosilene. Jogos, brinquedos e brincadeiras. Curitiba: Iesde Brasil, 2010.

DILTS, Robert B. e EPSTEIN, Todd A. **Aprendizagem Dinâmica**. São Paulo: Summus Editorial, 1999.

MALUF, Ângela Cristina Munhoz. **Brincar: prazer e aprendizado**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. PIAGET, Jean. **A formação do símbolo na criança**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

ROBERT B. Dilts e Todd A. Epstein. **Aprendizagem Dinâmica**. São Paulo: Summus Editorial, 1999. SEBASRIANI, Márcia Teixeira. **Cultura da infância.** Curitiba: Iesde Brasil, 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

TIBA, Içami. **Disciplina, limite na medida certa**. São Paulo: Editora Gente, 1996. VYGOSTKY, L. S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

KISHIMOTO, Tizuko M. **Jogos, brinquedo, brincadeira e a educação**. São Paulo: Cortez, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CRISE AMBIENTAL: DEPREDAÇÃO PARA SUSTENTO DO CONSUMO

Joaquim Nunes Pereira (UNESP)

Loana Franciele Correia (UNIESP)

RESUMO

O estudo realizado aborda assuntos relacionados sobre a ação do homem no planeta e as consequências de uma má administração sobre essas ações. Por meio desse estudo, busca- se entender sobre a relação que o homem tem com a natureza e a forma com que se beneficia. Com a forma de consumo desenfreado que a sociedade atual segue, se torna difícil falar em desenvolvimento sustentável, para que isso aconteça, é necessário rever as ações do homem na sociedade frente a natureza, reformulando antigas posições, assim como pensar em mudanças no modelo econômico que se encontra fixado até o momento. A utilização desses recursos deve ser realizada de forma racional e passiva, entrando, a questão que deve ser discutidas aqui, em conjunto, unindo, sociedade, governo e união, pensando-se em uma mudança de postura, refletindo e discutindo sobre padrão de vida que se é exigido atualmente, um modelo de sociedade onde para se estar enquadrado no que é exigido pela indústria e comércio, ou pela mídia, sufoca a mente da sociedade com oferta de produtos que, na verdade, são desnecessários para a vida humana, onde consume-se muito visando a quantidade e não a qualidade. O foco da pesquisa está no modo com que o homem deve extrair, utilizar e descartar os recursos naturais, bem como repartir os benefícios advindos dessas extrações, já que os recursos naturais deveriam ser um bem de todos. Para a pesquisa, foram utilizados livros, artigos, revistas e dados que abordam mais especificamente o assunto, dando uma visão holística da realidade. O estudo deixa claro que é necessária a mudança no modo de pensar do homem, como também em suas ações de forma coletiva para que se possa ter resultados satisfatório frente à crise ambiental que estamos enfrentando. A sociedade precisa buscar novas formas para modificar esse modelo capitalista, buscando alternativas ecologicamente corretas de viverem, usufruírem e dividirem um planeta que é igual para todos, independentemente de crença, cultura ou valores.

Palavras Chaves; Desenvolvimento Sustentável, Consumismo, Impacto Ambiental e Crescimento Populacional.

ABSTRACT

The study performed discusses matters related to the action of the man on the planet and the consequences of poor administration on these actions. Through this study we aim to understand the relation that man has with the nature and the way that benefits. In the unbridled way of consumption that the current society follows, it becomes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

difficult to talk about sustainable development, to make it happen it is necessary to review the actions of man in society forward the nature reformulating former positions, as well as thinking about changes in the economic model that is set up at the moment. The use of these resources should be conducted in a rational and passive way, entering the question here that must be discussed unifying society, government and European thinking on a change in posture, reflecting and discussing on life the standard that is currently required. A model of society where being framed is required by industry and trade, or by media stifles mind of society which offers products which, in fact are unnecessary for human life, consuming much more for quantity than for quality. The focus of the research is about how man has to remove, use and discard natural resources, as well as to distribute the benefits of these extractions, already that the natural resources should be good for everybody. For this research were used books, articles, magazines and data addressing more specifically the matter giving a holistic view of reality. The study makes it clear that if it is necessary a shift in the way of thinking of man, as well as in its actions of a collective way to have satisfactory results forward the environmental crisis that we are experiencing. Society needs to find new ways to modify this capitalist model, seeking ecologically correct alternatives to live, enjoy and share a planet that is equal to all, regardless of creed, culture or values.

Keywords; Sustainable development, Consumerism, Environmental Impact and Population Growth.

INTRODUÇÃO

O presente artigo discute a degradação do meio ambiente na busca acumulativa de riquezas e no consumismo de forma demasiada. Se analisarmos a situação em que o planeta se encontra, é visível que essa situação requer análise e reflexão para buscar mudanças urgentes, já se pode notar nas vivências reais, que as transformações do planeta estão acontecendo progressivamente, onde, de algum modo, já é demonstrado, seja pelas mudanças bruscas do clima, seja pelo aquecimento global ou por vários outros fatores que serão discutidos no decorrer do texto, como a utilização de recursos naturais transformados em matéria-prima pelas indústrias, para produção em grande escala de bens de consumo para atender às necessidades do homem. Esse modo de produção capitalista tem causado danos irreversíveis à natureza, causando entre outros fatores, poluição e doenças. Com a revolução industrial do século XVIII, iniciou-se um enorme processo de produção de bens de consumo, atendo à prática consumista adotada pela forma capitalista que contribui significativamente para a degradação ambiental. Os problemas ambientais começaram a ser discutidos a partir da segunda metade do século XX, devido às grandes catástrofes ambientais, e o aumento do número de doenças. Outro fator foi o crescimento populacional nas cidades de forma desorganizada que levaram à desigualdade nas formas de trabalho e distribuição de renda, que teve

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

por resultado a desigualdade social. Com esse aumento populacional da cidade, houve também um aumento no número de empresas e indústrias que elevaram a produção em alta escala, causando efeitos globais como a poluição, pelos gases tóxicos e pelo aumento do número do lixo, que favoreceram a crise ambiental estabelecida nos dias atuais, o que tem afetado a todos sem distinção. Uma questão que deve se frisar, pois todas as discussões apresentadas aqui apontam para um mesmo fator, que é a questão da desigualdade social, a má administração da distribuição de capital, o consumo desenfreado, o crescimento populacional e a falta de conhecimento, que causam o desequilíbrio ambiental. O modelo de sociedade capitalista que se segue atualmente, é totalmente oposto ao pensamento de continuidade da vida na terra, pois, esse modelo descarrega a responsabilidade de "vida perfeita" naquilo que não temos a disposição que são os recursos naturais, pois somos totalmente dependentes deles para que a vida prossiga na terra.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Mesmo com alternativas para desenvolver um mundo sustentável, a real importância ao assunto não é de fato praticada, fazendo com que ações desenfreadas pelo consumo excessivo mantenham um padrão de vida que não pode continuar sendo sustentado.

O interesse dos cientistas nas questões que envolvem o meio ambiente não é recente, pois estas envolvem a perda da qualidade de vida em razão da degradação ambiental e diminuição de recursos que são fundamentais para sobrevivência humana.

A urgência atual sobre o tema, segundo Mendonça (2001), se torna importante em razão de três fatos: O caos na qualidade de vida, presente nos centros urbanos industriais; o sensacionalismo da mídia em noticiar os problemas da degradação do meio ambiente, e o papel das ciências, das artes e da atividade política.

Pensar em desenvolvimento sustentável nos leva a repensar em mudanças no desenvolvimento econômico e nas ações do homem na sociedade e na natureza, reformulando antigas posições. Segundo Branco (1988, p. 06):

> "A verdadeira incompatibilidade está situada entre a preservação do meio ambiente e o acumulo de riquezas, pois o desenvolvimento de uma nação não se faz amontoando riquezas, desenvolvimento é tudo que traz felicidade a um povo, e não será feliz o povo que tiver suas matas destruídas, paisagem alterada e sua saúde corrompida".

Devemos levar em conta o modo que a geração presente utiliza os recursos naturais, como evitar o desperdício ou o uso desnecessário desses recursos e a sua utilização de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

forma consciente.

> A degradação ambiental é resultado de um desenvolvimento capitalista baseado na

acumulação de bens materiais, consumismo e desperdício, o que tem ameaçado as futuras gerações. De acordo com GIANSANTI (1998, p.10), "É preciso atender às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades".

Os recursos naturais devem ser utilizados de forma racional e passiva, para que haja tempo suficiente para repô-los garantindo, assim, a mesma qualidade de vida para as futuras gerações, portanto, é necessário que se lance um novo olhar sobre a relação entre o homem e a natureza.

A palavra sustentabilidade leva à ideia de "durável", algo que seja utilizado por muito tempo, mas não é o que ocorre pelas diferentes visões de culturas e seus respectivos modos de vida, dessa forma, o termo desenvolvimento sustentável é abordado como vago já que ele dá a liberdade para que cada grupo social o intérprete da maneira que lhe for conveniente.

Para FOLADORI (2001, p. 40), "Certas formas de vida geraram crises ambientais para outras formas e lutam para adaptar o meio a suas necessidades".

As populações junto com o poder público devem trabalhar em parceria para que de fato o uso sustentável aconteça, a educação deve servir para incentivar e conscientizar a população sobre os riscos e as consequências, sendo necessário se conhecer para saber o que é realmente importante e essencial. Para FOLADORI (2001, p.165), a comunidade deve estar envolvida nos processos decisórios para solucionar os problemas relacionados a qualidade de vida. "A busca de desenvolvimento sustentável requer participação democrática nos processos políticos decisórios, sistema de produção que respeite a preservação, sistema tecnológico que busque novas soluções, padrões sustentáveis e flexíveis capazes de autocorrigir-se" GIANSANTI (1998, p.11). Sendo assim, é necessário que todos estejam envolvidos nesse processo de preservação dos recursos naturais, segundo PRADO E GUITIERREZ (2000, p. 16) ". Cidadão organizador é um cidadão com capacidade de vigiar e participar na instrumentação das políticas públicas e com um projeto próprio para alcançar uma manipulação de recursos naturais mais regional e equitativo e um entorno mais habitável".

Os estados devem cumprir com os acordos e tratados, a comunidade, os agentes e as ONG's devem cobrar dos órgãos responsáveis a garantia de cumprimento das leis que preservem o meio ambiente, exigindo mudança de postura, não aceitar a transferência de produtos nacionais a outros países, ficando cada um responsável pelos seus e sua forma de cultura. "Uma sociedade sustentável depende antes de tudo de uma reconstrução política total da sociedade contemporânea". (Cavalcante 1998, p.109)

As empresas de grande porte e comércios devem ter um controle social sobre o consumo desenfreado de seus produtos, contendo a lógica industrial consumista e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estimulando a reciclagem e a reutilização de seus próprios produtos, adotando formas de "tecnologias limpas", controlando o aumento do lixo e desperdício desnecessário, também é importante que os governantes adotem medidas para combater o consumismo e a má distribuição de riquezas que criam a desigualdades, preservando o que é público para o bem de todos. FOLADORI (2001, p.165) explica que "Quando se pode utilizar recursos ou espaços públicos, sempre se o fará com o objetivo de produção privada"

CONSUMISMO

O consumo não é o grande problema, pois o consumo é algo necessário e essencial à vida e à sobrevivência humana. Precisamos consumir ar para que possamos respirar, água para hidratação e higiene e alimentos para nos mantermos vivos e saudáveis. O mesmo acontece com qualquer outro ser que habita nesse planeta, sendo algo natural para se manter saudável e vivo. A grande questão é quando o consumo ocorre exageradamente, explorando de forma demasiada os recursos naturais e assim afetando o equilíbrio e a vida em nosso planeta.

O mercado capitalista subordina a natureza como donos únicos de um patrimônio que deveria ser de todos. "O que hoje se considera uma crise ambiental mundial não está separada da economia capitalista". FOLADORI (2001, p. 179).

De acordo com relatórios de organizações ambientais estamos consumindo mais do que nosso planeta pode recuperar, assim, afetando a sua estabilidade. Segundo o relatório do Planeta Vivo (WWF, 2008), "A população mundial já consome 30% a mais do que o planeta consegue repor". Outro relatório Estado do Mundo 2010, do Eldoro Watch Institute (W.W.I.) comenta que "Hoje extraem anualmente 60 bilhões de toneladas de recursos naturais. Isto representa 50% a mais do que extraíamos 30 anos atrás, é claro que o crescimento populacional contribuiu muito para isso".

Devemos compreender os acontecimentos atuais, e saber as responsabilidades que, como seres viventes desse planeta, devemos ter com o meio ambiente. Esse pensamento deve estar na construção de uma democracia participativa, pensar de modo crítico a realidade da atual crise ambiental. O ser humano perdeu o controle da própria vida por conta do mercado globalizado que oprime e obriga as pessoas a serem manipuladas pelos setores públicos e privados.

A partir da revolução industrial no século XVIII, foi-se adotado um desenvolvimento fundado no aumento da produção e do consumo, forçando a extração dos recursos naturais, gerando a degradação do meio ambiente de todas as formas, pois todos os tipos recursos naturais passam a ser matéria-prima geradora de novos produtos. Com isso, a busca passa a ser obsessiva em um sistema econômico e social baseado na acumulação, na busca por novas tecnológicas e avanços científicos. De acordo com ROSS (1996, p. 213) "O acréscimo do conhecimento técnico-científico dos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

séculos XVIII, XIX e XX, possibilitado pelo capitalismo, colocou definitivamente os interesses das sociedades humanas de um lado e a preservação da natureza de outro".

Assim, criou-se uma falsa expectativa que as fontes naturais fossem inesgotáveis, não se preocupando com a natureza, mas, sim, apenas com a produção industrial e acumulo privilegiado de riquezas. "O capitalismo do século XX trouxe um crescimento na produção de mercadoria e atividades industriais" (Giansanti,1998,p.30).

MORIN (2011, p.56) argumenta que "O planeta não é um sistema global, mas um turbilhão em movimento, desprovido de centro organizador", onde muitas coisas estão acontecendo, o que nos leva ao desenvolvimento: da tecnologia, da telecomunicação, também ao desenvolvimento industrial cultural, o que leva ao consumo, novos hábitos e moda, o que gerou crescimento industrial e comercial em todo o mundo.

> "A expansão do comércio em todo o planeta e as necessidades criadas pelas sociedades humanas, impulsionou a apropriação dos recursos naturais", essas necessidades deram início ao consumismo fazendo com que ocorre-se "novas técnicas de produção de equipamentos que acelerassem o transporte e gerando aumento na produção de mercadorias que seriam comercializadas" (ROSS, 1996, p. 213)

Segundo GIANSANT (1998, p.11), "Considere-se em economia o desenvolvimento sustentável como a capacidade de as sociedades sustentarem-se de forma autônoma gerando riquezas e bem-estar a partir de seus próprios recursos e potencialidades".

O homem precisa parar com seu modo de acumular capital, e procurar buscar atender

às necessidades essenciais para se viver com saúde e bem-estar.

> "Nossa vida pessoal é em contínuo processo de aquisição de bens de consumo, comprados muitas vezes por hábitos consumistas e esbanjadores automáticos, que adotamos em virtude de esquemas persuasivos de marketing lançados maciçamente sobre nós". Cavalcanti (1998, p.161).

A felicidade deve estar na conquista do bem-estar sem necessariamente acumular bens materiais, pois a felicidade está em poder ter tempo para ser feliz. Acumular bens não é de modo algum ser feliz, pois emprega tempo e esforços que tiram o prazer de viver por não ter tempo para fazer.

O desenvolvimento econômico está relacionado a um setor garantindo assim um padrão de vida a uma determinada população. "Esse bem-estar social é caracterizado, de forma geral pela posse de bens, materiais e pelo aumento da capacidade de consumo". (Giansanti,1998,p.11), Ou seja, quanto mais se consome,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

mais se gasta gerando assim rotatividade no setor econômico do país, sociedade capitalista moderna, acumulando capital criando a divisão de classes. "A satisfação das necessidades humanas está na quantidade, satisfação que lhe é fornecida pelas indústrias capitalistas" CAVALCANTI (1998, p.122).

De acordo com Spósito (1996, p. 49) "A partir da intensificação da produção industrial, tornada viável tanto graças ao capital acumulado, como pelo desenvolvimento técnico-científico a que se denomina Revolução Industrial, a urbanização tomou ritmos muito acentuados".

No início da industrialização a preocupação maior era voltada ao produto interno bruto, aumento da produção de mercadorias, urbanização, crescimento científico e tecnológico, crescimento social com a diminuição da mortalidade infantil, estimulação do consumo para aumento da exportação. O pensamento voltado unicamente ao progresso "econômico-social capitalista", trouxe consequentemente a desigualdade entre classes, relação de dominação e dependência entre países.

Pensando na manutenção e conservação de recursos naturais é necessário se ter uma visão crítica nos padrões de consumo atual revendo o modo de produção econômico e valores sociais que predominam.

O capitalismo cria e recria novas necessidades para o homem a fim de se manter. Os produtos no mercado são recriados com o intuito de satisfazer ficando o "velho" como não capaz de continuar suprindo a necessidade de ter. Segundo FOLADORI (2001) "O mercado capitalista não tem suporte para fornecer uma sociedade sustentável".

O consumo tornou-se algo para saciar as necessidades individuais de desejos imposto pela mídia que na verdade a grande parte do que se consome é supérfluo e desnecessário. O mercado capitalista cria uma espécie de "Consumidor soberano" que para atender seus desejos de mercado, usa do que não necessita mais que é extraído do essencial para se viver.

MORIN (2011) argumenta que "A globalização provoca uma homogeneização de hábitos culturais, que provoca uma pressão que vem do mundo do mercado e políticas liberais e neoliberais".

De acordo com BRANCO (1988, p. 87):

> "É absurdo, pois desejar homogeneizar, os costumes, língua, habilidades artesanais, o modo de vida. Este é o grande risco do chamado desenvolvimento, que seria melhor ser denominado desenvolvimentismo, mania de igualar as culturas, transformando o mundo numa aldeia global".

Mesmo com estudos críticos sobre consumo e suas consequências, falar em diminuí-la é o mesmo que falar de "Privação das liberdades individuais". Torna-se difícil falar em consumo para a sustentabilidade com a pressão da sociedade seguindo certo tipo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de comportamento ou padrão imposto pela mídia, afogando a mente humana em propagandas que estimulam ao consumo, e passando a impor como sendo necessários produtos que não favorecem a qualidade de vida na terra, como a "microeletrônica". O consumo verticalizado cria tipos diferenciados de bens fazendo com que os gastos dos recursos naturais se multipliquem.

Segundo BRANCO (1988,p. 37):

> "Ainda que a população humana atual decidisse satisfazer-se apenas com o que já existe, renunciando a utilização de novos modelos de veículos, aparelhos eletrônicos, a produção dessas comodidades não cessaria, pois a imensa maioria ainda não as possui".

É importante que se tenha em mente que o crescimento econômico tem limites, evitando o esgotamento dos recursos naturais com essa imensa produção, tendo um modo racional de ver a sua utilização.

As novas tecnologias devem ser criadas para um maior tempo de vida útil, dando menos problemas e evitando sua substituição a curto prazo, são exemplos de "tecnologia limpa" "utilizando menos metais pesados para sua produção, produtos não biodegradáveis, a reciclagem de matérias e o controle do desperdício". (Giansanti,1998, p14).

Muitos dos produtos criados precisam ser refeitos como afirma FOLADORI (2001, p.85), "Como as coisas se gastam com o uso, é necessário reproduzi-las constantemente". Isso gera depredação constante dos recursos naturais.

> "Por causa da moda dos descartáveis, da mania de querer ter sempre o modelo mais moderno, do excesso de comodismo, que leva à utilização de equipamentos automáticos e motorizados até para escovar os dentes, da submissão inconsciente à chamada Sociedade consumo". (BRANCO, 1988,P. 37).

O ser humano muitas vezes coloca o objeto antes de si e se torna dependente de tal produto "O ser humano aparece alienado em face das forças que ele mesmo estabelece". (Giansanti,1998, p.95).

A preocupação não é mais voltada ao trabalho para satisfazer necessidades, mas para o consumo excessivo, além da obtenção de lucros conquistado pela concorrência de mercado.

IMPACTO AMBIENTAL

Segundo GIANSANTI (1998, p. 26), "A degradação ambiental é gerada pelo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

capitalismo moderno". A preocupação maior com a vida na terra surgiu após a segunda guerra, com grandes catástrofes ambientais, onde o homem viu-se obrigado a se preocupar com as questões que envolvem o meio ambiente e efeitos causados com a sua degradação.

Entre os problemas causados por esse tipo de desenvolvimento capitalista estão: efeitos climáticos; alteração do solo; assoreamento dos rios e lagos; elevação da temperatura da Terra; erosão do solo; desertificação; falta de água potável; perda da biodiversidade; poluição do ar, da água, do solo, sonora, visual; redução da camada de ozônio; exclusão social.

De Acordo com o relatório do W.W.I. (World Watch Institute 2010) sobre a emissão de gás carbônico na atmosfera, as 500 milhões de pessoas mais ricas do planeta (7% da população mundial) emitem mais de 50% do gás carbônico, por outro lado, os três bilhões mais pobres emitem apenas 6% deste gás. Nesse ponto, o gás carbônico pode ser usado como indicador para representar a desigualdade social no que se diz respeito ao consumo excessivo. O valor é dado em maior escala aos produtos que são vistos pela sociedade como sendo os mais importantes, aqueles recursos que não se encaixam nas necessidades e exigências da sociedade são descartadas, depredadas e poluídos (FOLADORI, 2001).

Deve-se pensar no impacto ambiental que alguns produtos gerados por indústrias têm no meio ambiente, algumas empresas têm registros na ISO (Internacional Organization for Standardization) garantindo a segurança de seus produtos ao planeta, mas é muito pouco em comparação a quantidade de poluição que a grande maioria causa na atmosfera.

As propriedades privadas cuidam exclusivamente de seus espaços privados contaminando os espaços públicos sem levar em conta que todos fazemos parte de um mesmo planeta. Quando o problema ambiental entra em discussão, todos os setores são culpados menos o privado. (FOLADORI, 2001).

O governo deve incentivar atividades econômicas de baixo impacto ambiental, valorizando as iniciativas locais e regionais, onde as empresas utilizem formas de redução de utilização de recursos naturais, adotando meios de reciclar e reutilizar os próprios produtos que foram descartados.

Conforme as tradições o homem foi criado para dominar, utilizando e desfrutando da natureza, não a enxergando como parte de um ciclo que é vital para a sobrevivência do homem. De acordo com BRANCO (1988, p.20), "O homem depende da existência de florestas e outras formações vegetais, e estas dependem da presença de animais e microrganismo que participam de seus processos de reprodução", ou seja, um verdadeiro ciclo de sobrevivência onde um depende do outro. Assim o homem deve rever o seu conceito em relação à natureza. Para BRANCO (1988, p.37), "Uma das singularidades do homem é usar recursos naturais para seu próprio benefício".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O homem não é o centro do universo, se analisarmos, a natureza não necessita do homem para prosseguir como o homem necessita dela para sobreviver.

Com o capitalismo industrial século XVIII e XIX, o que temos com a natureza passa a ser vista como apenas recurso para criar coisas que na ilusão do homem são necessárias.

A sociedade precisa mudar suas mentes para assim mudar as atitudes. Somente assim, será possível rever a verdadeira necessidade do homem e quais seus reais motivos. Deve-se ter uma "Responsabilidade Ecológica". O compromisso da humanidade é realizar uma mudança profunda como sugere PRADO E GUTIERREZ (2000, p.15), "Mentalidade, conceitos e valores com respeito ao meio ambiente".

> A agressão ao ambiente natural também traz consequências graves ao homem, desenvolvimento da sociedade moderna do século XVI, avanço dos transportes e telecomunicações, rompimento do isolamento geográfico europeu "mundializando o mundo aproximando nações" (Giansanti,1998, p. 27).

Devemos enxergar a terra como um todo sem deixar que a cultura, crença e valores tirem a verdade que é a de pertencermos a humanidade.

Segundo PRADO e GUITIERREZ (2000, p.23) "A cidadania planetária não pode ser apenas ambiental, já que existem agências de caráter global com políticas ambientais que sustentam a globalização capitalista".

CRESCIMENTO POPULACIONAL

Outro motivo para grande utilização dos recursos naturais é o aumento considerável da população mundial, junto com esse aumento também houve o crescimento no consumo de alimentos, energia, transporte, produção de bens materiais e de consumo, entre outros. De acordo com FOLADORI (2001, p. 145), "O aumento da população e da produção no ritmo das últimas décadas conduziram rapidamente a um esgotamento dos ecossistemas".

No século XVIII havia aproximadamente 750 milhões de habitantes no planeta. Atualmente essa população passa de 6,8 bilhões de pessoas. De acordo com dados da Organização das Nações Unidas (ONU), a população mundial deve chegar no ano de 2050 a 8,9 bilhões de habitantes, claramente isso aumenta o consumo dos recursos do planeta, porém, esse consumo acontece de maneira desigual com alguns consumindo muito mais do que precisam.

Essa ação do homem na natureza causa diversos desequilíbrios no meio ambiente, através do desenvolvimento tecnológico e domínio sobre a natureza causa impactos ambientais. O grande crescimento populacional eleva também a demanda da produção dos bens de consumos, como também o aumento no setor de produção agrícola, ocorrendo uma necessidade maior de uso da terra gerando desmatamento para a utilização dos solos e atender as necessidades de consumo das sociedades em

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

expansão.

Segundo BRANCO (1988, p. 66), "Devido ao crescimento geométrico das populações humanas, seria necessário um crescimento também geométrico da produção de alimentos para atender à demanda".

Com o aumento das cidades e a expansão da urbanização, vem a poluição congestionamento, desigualdade nas apropriações de terra, com a tecnologia entra o modelo de consumo mundial padronizado, consumo acelerado. Cerca de um bilhão de pessoas praticam o uso desnecessário, por puro luxo. O consumo tecnológico nos leva a consumir mais desnecessariamente produtos que se desgastam facilmente e que sobrevivemos sem eles, a crise existente é muito mais humana. Ocorre uma necessidade de mudança no modo atual de vida para que se possa garantir o equilíbrio da terra.

Segundo MORIN (2011, p.66), "Seria necessário compreender e aprender a" estar aqui" no planeta, aprender a estar aqui significa: aprender a viver, a dividir, a comunicar, devemos nos dedicar não só a dominar, mas a condicionar, melhorar, compreender".

A cultura do desperdício deve ser revista pensar em preservar respeitar as diversidades culturais e pensar em modelo de vida comum que favoreça a todos.

A superpopulação exige da natureza mais do que ela pode dar, e a poluição que o homem espalha é maior do que o meio ambiente consegue suportar e reciclar. Sendo assim, é difícil falar em sustentabilidade em uma sociedade totalmente diferente, oposta e individualista, mesmo que o assunto seja de interesse comum o desejo pelo consumo e aquisição de bens materiais acaba superando o sentimento de solidariedade.

A superpopulação e a pobreza também são fatores que devem estar na lista dos motivos pelo qual chegamos à crise ambiental.

IMPACTO INDUSTRIAL

As indústrias com seus modos de produção para obtenção de capital são umas das principais responsáveis pelos problemas ambientais, com a sua forma de poluição, seja por gases tóxicos ou pelo lixo depositado no meio ambiente, não investindo em recursos renováveis.

"Quando se trata de recursos renováveis, a depredação somente pode existir porque a sociedade de reciclagem natural não é suficiente para atender aos interesses humanos". (FOLADORI , 2001, p.157)

Se o mundo de produção e vida permanecer do jeito atual, os limites do crescimento do planeta chegarão em seu ponto final e não será mais reversível, é importante ter uma visão a longo prazo, a preocupação deve se voltar a mudanças saudáveis, visando a oportunidade de crescimento pessoal, que seja comum a todos, assim, como a satisfação de necessidades básicas essenciais para sobreviver.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> "A revolução industrial, iniciada no século XXIII, foi, na verdade, uma revolução nos processos de utilização da energia, que se tornava necessária em quantidades cada vez maiores, para permitir a produção de bens de consumo na proporção exigida por populações em rápido crescimento" (BRANCO 1988, p.45)

Sendo o setor industrial um dos maiores responsáveis pelos impactos ambientais, devido à grande utilização de recursos naturais para a produção em alta escala de bem de consumo, há que se propor medidas para que essa ação industrial seja fiscalizada não afetando o meio ambiente. É notório que a atitude do homem tem trazido sérios problemas que são irreversíveis, principalmente, a população em massa, de acordo com CAVALCANTE (1998, p.82) "Como danos a vida humana é natural do planeta por causa de nossa descontrolada ação, civilizatória". Assim o homem não tem respeitado ao meio ambiente e também a própria espécie, já que só tem visado à acumulação de bens matérias e o lucro.

O modelo econômico neoclássico, a princípio, deu a segurança de expansão de mercado, garantia de crescimento econômico e solução dos problemas, o que não é bem assim, pois o crescimento econômico vindo com a industrialização e expansão tecnológica, bem como da superpopulação deu aos recursos naturais um estreitamento e mudanças drásticas com consequências, em alguns casos, irreversíveis ao meio ambiente. De modo geral, tanto a indústria quanto o governo devem criar estratégias e mudanças que favoreçam a todos os seres viventes do planeta, sem distinção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É necessário que a humanidade reflita de forma crítica sobre os atuais padrões no que se refere ao modo de exploração dos recursos naturais, (Extração, utilização e descarte), bem como aos hábitos e modos de vida da sociedade atual, utilizando da extração para a criação de bens de consumo, apenas com o intuito acumulativo, visando a quantidade e não a qualidade, onde muito daquilo que se consome é desnecessário para a sobrevivência do homem. Portanto, é preciso pensar na busca de alternativas para utilização desses recursos de forma consciente e passiva, dando tempo suficiente para que a natureza se reconstitua, conservando, garantindo e preservando de forma sustentável os bens naturais e dando oportunidade para que as gerações futuras também possam desfrutar deste mesmo benefício.

REFERÊNCIAS

BRANCO, Samuel M. **O meio ambiente em debate**. Moderna. São Paulo. 1988

CAVALCANTI, CLÓVIS. **Desenvolvimento e Natureza Estudos para uma sociedade sustentável**. ed. Cortez, 2° edição. 1998.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum.** Relatório Brundtland. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FERRÃO, P. C. **Introdução à gestão ambiental: a avaliação do ciclo de vida de produtos**. Portugal:Lisboa,1998.
FOLADORI, Guilhermo. **Limites do desenvolvimento sustentável**. Ed Unicamp.2001. GIASANTI, Roberto. **O desafio do desenvolvimento sustentável**. Ed Atual 6° edição. 1988.
GUTIERREZ,Francisco/ PRADO, CRUZ.Cortez. **Eco pedagogia e Cidadania Planetária.** Editora 2000 2ª edição.
Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatística/populacao/condicaodevida/pnsb/pnsb.pdf. Acesso em: 20 de setembro de 2015.
MENDONÇA, F. **Geografia e meio ambiente**. 5ª ed. São Paulo: Contexto, 2001.
MORIN. EDGAR. **Os sete saberes necessários a educação do futuro**. UNESCO. Cortez, Brasília, 2011. O Estado do Mundo 2010, Do World Watch Institute (Wwi). Disponível em http://www.wwiuma.org.br/estado_2010.pdf

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O TRANSITÓRIO E O PERMANENTE NA SÉTIMA ARTE

Geano Rossi Mendonça de Lucena*

RESUMO

Este trabalho irá tratar do fator paradoxal da obra de arte, em especial da sétima arte: o cinema. Passando pelos tópicos sobre arte, estética, filosofia da arte, o processo criativo como ato da persistência, determinação e ousadia. Onde a obra ultrapassa seu tempo e se universaliza como um clássico do cinema. Nossa investigação será no caminho de distinguir aquilo que permanece e aquilo que será transitório no processo de construção da obra cinematográfica. Tratando da genialidade do artista e dos processos de construção da obra cinematográfica.

Palavras – chaves: cinema, genialidade, arte, estética.

ABSTRACT

This paper will address the paradoxical factor of the artwork, especially the seventh art: cinema. Passing through the topics on art, aesthetics, and philosophy of art, the creative process as an act of persistence, determination and boldness. Where the work exceeds its time and is universalized as a classic of cinema. Our research will be on the way to distinguish what remains and what is transitory in the cinematographic work building process. Treating the artist's genius and construction processes of the cinematographic work.

Key - words: cinema, genius, art, aesthetics.

O TRANSITÓRIO E O PERMANENTE NA SÉTIMA ARTE

O filme **Roman Holiday (br: A princesa e o Plebeu),** sob a direção de Willian Wyler, estrelado pela atriz Audrey Hepburn, foi indicado ao Oscar em 08 categorias; **melhor diretor, melhor filme, melhor ator coadjuvante (Eddie Albert), melhor edição, melhor direção de arte – preto e branco e melhor fotografia preto e branco.**

Ao refletirmos sobre estas 08 (oito) indicações, a questão que se colocou foi: como é possível um filme, produzido em 1953, se manter ainda como um clássico e com os quesitos de um bom filme? Ou de outro de modo, como a "tecnologia não o tornou, não apenas "ultrapassado", mas obsoleto? Como acontece com outros produtos, onde as tecnologias fazem alguns se tornarem descartáveis ou desaparecerem.

E esta questão se torna ainda mais pertinente quando percebemos que clássicos, em épocas distintas, persistem até mesmo como referência de um "bom cinema". Isso aconteceu com os seguintes filmes; **"Ben Hur – 1959", "Titanic – 1998" e "O Senhor dos Anéis: O retorno do rei – 2004"**; que receberam as seguintes indicações, respectivamente: 12 indicações/ 11 prêmios, 14 indicações /11 prêmios e 11 indicações/11 prêmios.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Gostaríamos de chamar a atenção, para algumas categorias que estes filmes ganharam, á saber: melhor filme, melhores efeitos especiais, melhor diretor e melhor direção de arte. Vamos começar refletindo sobre a categoria melhor "efeitos especiais", para falarmos sobre o tema deste artigo, O transitório e o permanente na sétima arte e para podermos definir o que poderá ser considerado um "bom filme", como o são estes clássicos, produzidos em épocas tão distintas.

Entretanto, convém lembrarmos que o conceito de arte tem origem em duas etimologias: do grego e do latim; do grego teríamos "**teknè"=** técnica ou habilidade, e do latim "**ars"** = saber fazer. Em ambos os casos, temos o sentido de se apropriar de uma habilidade e aplicá-la bem. Este conceito (arte) foi trabalhado em correntes filosóficas diversas e distintas, mas iremos focar nossa reflexão acerca destes dois sentidos. Quando oportuno, traremos as reflexões deste ou daquele filósofo.

O PERMAMENTE NA SÉIMA ARTE: A PROCURA DE ESTABELECER O QUE SERIA UM BOM FILME

Desde os filósofos pré–socráticos, que procuravam saber aquilo que seria universal, ou seja, um elemento que permaneceria imutável e que fosse a **origem** ou o **princípio** (arché) frente àquilo que perecia, fosse/demostra-se mutável, ou corruptível ao tempo. E será esta nossa tarefa, tentar permear aquilo que seria universal e/ou imutável como conjunto de técnicas, conceitos e valores, para, então, chegarmos a entender como um filme produzido em 1953, que foi considerado o **melhor filme**, e como um filme produzido em 2004, também obteve a mesma consideração.

Evidentemente, iremos considerar "os recursos de cada época", claro que não podemos comparar os recursos disponíveis em 1927 com os 2004, ou os de hoje (2015) para distinguimos o "melhor filme", como no caso dos respectivos filmes; **Bem Hur (1953), Titanic (1998) e O senhor dos Anéis: o retorno do rei (2004)**. Nos torna objeto de análise, o fato de todos terem sido premiados cada qual em sua época, na categoria de **melhor direção de arte**. Estamos cientes que eles não competiram entre si. No entanto, eles receberam premiações nas mesmas categorias.

Vejamos esta definição de direção de arte:

> Na hierarquia do processo de filmagem, o diretor de arte está acima das equipes de figurino e maquiagem, cuidando de decisões criativas e práticas. Ao lado do designer de produção, ele cuida da concepção visual do filme como um todo, com decisões que vão da paleta de cores que dominará o longa até a escolha de locações e de objetos de cena, atuando como um gerente criativo. Logo, também faz parte da direção de arte trabalhar ao lado dos produtores, estabelecendo um cronograma para o departamento de arte e certificar-se de que tudo isso se manterá dentro do orçamento estipulado. (https://direcaodeartedesign.wordpress.com/2012/11/22/direcao-de-arte-a- diferenca-que-voce-ve-cinema/)

E mais adiante, nos diz:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> O diretor de arte é uma espécie de "maestro visual": ele coordena, afina e harmoniza os elementos visuais que compõe a cena, que será iluminada e fotografada para um filme ou para a TV. Sua orquestra é composta de cenógrafos, cenotécnicos, pintores, figurinistas, maquiadores, cabelereiros, produtores de objetos, técnicos de efeitos especiais e mais recentemente, especialistas em computação gráfica. A equipe sob sua responsabilidade é como uma orquestra: cada um dos membros precisa estar afinado, precisa conhecer a partitura, precisa executar corretamente e inspiradamente a sua parte para que o conjunto da obra seja belo e harmonioso. Realizar a direção de arte de um filme é tarefa complexa que envolve pesquisa, cálculo de custos, gerenciamento de pessoas, além de um profundo conhecimento sobre história da arte, técnicas de construção de cenário, criação 3D em computador, iluminação, fotografia. (https://direcaodeartedesign.wordpress.com/2012/11/22/direcao-de-arte-a-diferenca-que-voce-ve-cinema/)

O que percebemos nestas definições, é que a função de um diretor de arte é a de que uma pessoa que precisa dominar os recursos que lhe são disponíveis em sua época, e neste caso, não se apresenta uma "mutabilidade na função", no sentido de que a formação deste profissional será a "mesma" tanto em 1927 (Metrópoles) e em 2004 (O senhor dos Anéis: o retorno do rei). Tal função não muda em seu conceito essencial, ou seja, a de coordenar recursos e equipes.

Poderíamos então dizer que o diretor de arte é **"aquele que age criativamente com os recursos que dispõe"**. Desta forma, agir criativamente, seria o **ato permanente**. Tornando possível criar parâmetros, possíveis de serem mensuráveis para analisar os aspectos **transitórios**, quais sejam; técnica, equipe, tecnologia e todo o tipo de recursos materiais e humanos.

É por esta razão que o produto filme, que é produzido com a mais alta técnica disponível, não se torna obsoleto ou descartável, como acontece com outros produtos, que também são desenvolvidos e criados com alta tecnologia. E aqui reside a dicotomia do produto filme, este é ao mesmo tempo, um produto da sétima arte, e um produto de mercado. Também, o filme é uma expressão humana de comunicação, que se expressa em um campo do saber artístico – científico.

Como científico, nasce um produto bem acabado tecnicamente. E como artístico, ele ultrapassa a si mesmo, ao autor/diretor e seus realizadores. E ganhará o status de obra de arte, como as pinturas nas cavernas, os quadros em afrescos, e esculturas dos grandes pintores e escultores, assim como uma grande obra dramatúrgica.

Desta forma, o cinema, assim como uma escultura, ultrapassa seu tempo, seu status de produto de mercado, e se torna um símbolo de sua arte. Ganhando a alcunha de clássico, ou seja, um filme que encanta, ensina, que marca sua época e atravessa os tempos, se comunicando, não apenas com os humanos - indivíduos, mais com a humanidade.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O ESPíRITO DO ASPECTO PERMANENTE

Chegamos ao ponto de partida de nossa investigação. Percebemos que o que permanece é o "ato de agir criativamente". Desta forma, quando um diretor coordena sua equipe de forma criativa, e utilizando os recursos disponíveis. Onde, de forma racional, irá harmonizar e equilibrar os caracteres que compõem a obra. Surgirá, então, o que conheceremos como um clássico, uma obra- prima.

Pois aquilo que permanece não estaria na obra em si, mas no modo de fazê- la. E se acaso estivesse na obra (filme) a força desta persistência, não seria, portanto, causa de seu agente (diretor e equipe) e sim da sorte. Tanto o é, que muitos clássicos são ponto de referência em aulas e palestras sobre cinema em escolas de áudio– visual. Onde se discute a obra, além do que ela é, buscando através destas reflexões, o modo de como foi feito determinada cena, como foi utilizada a fotografia, a direção de arte, como foram desenvolvidos os planos de cena. E, portanto, chega-se ao diretor, o feitor desta obra.

E desta forma, assim como elogiamos e percebemos as técnicas de Michelangelo de talhar na pedra, e as pinceladas de Van Gogh em tinta a óleo, podemos perceber a genialidade de Coppola na trilogia de "O poderoso chefão", em seus engradamentos, sua concepção de cada cena, apresentação dos personagens, desenvolvimento e desfecho da trama. Todas as técnicas que foram utilizadas para compor os caracteres são percebidas e podem ser aprendidas, de modo que se possa aplicar a mesma técnica, seja parcial ou total, para compor um outro filme.

E isto só é possível porque existe algo que permanece, que seria a sensibilidade de aguçar diversas capacidades e habilidades, dentre estas habilidades, a de ser: minucioso, paciente, persistente, consistente, corajoso, coerente e conhecedor dos recursos que lhes são disponíveis para realizar aquilo que se propõe.

Mesmo que o diretor de um filme venha a conhecer tecnicamente todo o aparato de recursos, tal conhecimento é meramente técnico, e não artístico (no sentido criativo do termo). E a criatividade passa pelos atributos que destacamos acima, entre outras coisas. E neste caso, um bom filme, será realizado, não apenas por aquele que conhece muito bem os recursos técnicos, mas pelo modo criativo de utilizá-los.

Portanto, o **Permanente** será o modo criativo de se conceber a obra, e o **Transitório,** seriam os recursos disponíveis. E é por esta razão, que se torna possível para a **The Academy of Motion Picture Arts and Sciences in Hollywood**, premiar os filmes com a categoria de Direção de Arte. Mesmo que os mesmos sejam concebidos em épocas diferentes.

E por que a sétima arte consegue manter esta relação? Mesmo que passe o tempo, "O Poderoso Chefão" será sempre considerado um grande filme. Acreditamos que possa existir de fato "aquilo que permanece". Sendo, portanto, "universal" o modo de se fazer e/ou ser criativo e, "mutáveis", os recursos disponíveis, que são; câmeras, efeitos visuais, cenografia, figurinos, e etc., no entanto, nos surge uma outra pergunta; "como

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

definir um bom filme? ”

UM BOM FILME EM SI

Sendo a avaliação da **The Academy of Motion Picture Arts and Sciences in Hollywood** uma análise técnica para definir qual será considerado o melhor filme, melhor diretor, ator/atriz, fotografia e etc., devemos considerar que tal avaliação pretende ser “objetiva”, iremos trabalhar com esta suposição, para não cairmos em um relativismo absoluto.

Pois bem, faremos a seguinte reflexão, um filme não é a realidade, porém tem sua linguagem (realidade) própria, que por sua vez, desenvolveu sua técnica para ser feita. No entanto, cada diretor pode imprimir seu método (caminho) de fazê-lo, dependendo da formação de cada um. Então, como distinguir qual será o melhor filme e/ou melhor diretor ou diretor de arte?

Arriscamos em dizer, que será naquilo que permanece, ou seja, no uso técnico e criativo dos recursos utilizados. Portanto, não basta conhecer e realizar um exímio trabalho técnico e não apresentar criatividade. Neste caso, perderíamos o fator surpreendente da obra. Por outro lado, ao apresentar muitas ideias criativas (ou boas “sacadas”) e não as desenvolver em acabamento técnico e estético, ocasionaria o risco de se utilizar os recursos técnicos com “carência” ou “excesso”. Desde modo, poderíamos concluir que um “bom filme”, será aquele no qual, os recursos técnicos e humanos devem ser utilizados tecnicamente e criativamente sem carência ou excesso.

Para tratarmos deste tema, iremos propor uma definição sobre o que seja um filme, diríamos que o filme, enquanto produto da sétima arte, é uma expressão humana de comunicação, que se utiliza de diversos saberes humanos, em diversas áreas do saber (exatas, marketing, artes visuais, artes cênicas, ciências humanas e outros) para se concebido.

Esta definição não é completa e nem mesmo precisa, mas nos serve de sinalização da complexidade do processo de produção de um filme. No entanto, este processo começa com uma ideia, que pode nascer de diversas formas e inspirações que o autor, roteirista ou produtor podem ter. Tal inspiração pode vir de uma história real, um sonho, um livro, um poema lido, uma conversa, uma observação feita sobre os acontecimentos do cotidiano, ou de um determinado tema: politica, sexualidade, violência (psicológica, social, racial e etc.). Enfim, são diversas as razões que podem inspirar esta ou aquela pessoa ou grupo a realizar um filme.

Desta forma, percebemos que um filme partirá, antes de mais nada, de uma ideia, que será traduzida para um roteiro. O roteiro será, portanto, a “alma” deste projeto filme. Assim sendo, um bom filme, se iniciará com um bom roteiro, não sendo isto automático, pois precisará de um bom diretor.

E quais seriam os elementos de um bom filme? Haveria o “bom filme em si”? Seria possível tatearmos em algum conceito palpável a essência de um bom filme? O que seria

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

um filme de qualidade, por que este e não aquele receberia a estatueta de melhor filme, ou globo de ouro, ou ganharia o festival de Cannes? Queremos dizer, se há o julgamento, e porque há os critérios, e que critérios são estes, e como é possível estabelecê-los.

TECNICA E CRIATIVIDADE: A MORADA DO LOUCO

1.1 DO QUE FALA UM FILME?

Havíamos dito que a sétima arte, é uma expressão humana, em uma linguagem artística especifica: o cinema. E um filme tem diversos gêneros de expressão; suspense, terror, comédia, ficção científica, drama, documentário e etc. Estes gêneros podem se misturar entre si, mesmo que determinado filme se guie por um "gênero– máster", exemplo; ficção científica, mas que venha a trazer elementos de outros gêneros, como é o caso da trilogia "De volta para o futuro". No entanto, independente do gênero, seu processo de construção seguirá o mesmo caminho, porém de forma diferente.

Mas sobre o que um filme fala? Receamos que independente do gênero escolhido e o tema abordado, um filme falará do ser humano, mesmo que não tenha nenhum ser humano como personagem em determinada narrativa. As narrativas sempre irão girar em torno do ser humano e sua relação com as pessoas, com o planeta e consigo mesmo.

A TÉCNICA COMO RECEITA DE BOLO

Se qualquer pessoa dispuser de um manual que lhe ensine todos os enquadramento e planos, seu conceito e definição, onde poderia encontrar explicações detalhadas sobre cada função, enquadramento, ângulo, e plano?

Deste modo, bastaria que, ao seguirmos o manual, "como uma receita de bolo", seriamos capazes de realizarmos uma obra de arte cinematográfica. E se ainda houvesse uma aula, com um bom professor, que lhe ensinasse, na prática, como aplicar todas a técnicas? Poderíamos dizer que esta pessoa, ao se apropriar destes saberes, se tornaria um ótimo diretor.

No entanto, como sabemos, não é assim que ocorre. Pois se um produto cinematográfico for tecnicamente produzido, de modo que o diretor e a equipe tenha se utilizado "matematicamente" do que prescrevem os manuais, ainda assim, diríamos; "- o filme foi tecnicamente perfeito, porém, faltou um pouco mais de ousadia".

E aqui reside nosso paradoxo; reconhecemos a razão pela qual os clássicos que foram premidos pelas mesmas categorias em épocas distintas. É porque havia algo que persistia ou "algo que permanece". E é por esta mesma razão que a academia tem condições de estabelecer parâmetros para julgar na mesma categoria distintos filmes. Por que, então, um filme tecnicamente bem elaborado, correria o risco de não ser premiado, ou ao menos ser considerado um clássico?

A resposta para esta questão está no quesito criatividade, e este é nosso real paradoxo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Pois o ser criativo irá se apropriar da técnica, e ao mesmo tempo em que irá fazer um produto bem acabado tecnicamente, transcenderá esteticamente. Só que para isto, o artista deverá, paradoxalmente, se apropriar da técnica, para depois ousar, e até mesmo "jogar fora" alguns conceitos técnicos e estéticos, ou reinventá-los. E mesmo que não utilize, de maneira ortodoxa, as técnicas prescritas, no final da obra, teremos, para surpresa de muitos, um trabalho bem acabado técnicamente e esteticamente perfeito, ou seja, uma obra-prima.

CRIATIVIDADE: UM ELEMENTO QUE NÃO VEM NOS MANUAIS

Ser criativo está muito além do que de ter "boas sacadas" ou ter "ideias malucas". O termo aqui irá se expandir para outros quesitos necessários para o exercício do ser criativo, que é ter coragem, determinação, persistência e, é claro, conhecer todo o processo e recursos do objeto em que se está trabalhando

E para ilustrarmos estes quesitos como necessários, destacamos como importante para o exercício do criar, manter–se fiel á obra. Falaremos de dois diretores; Francis Ford Coppola e Stanley Kubrick.

Ambos dirigiram grandes clássicos e, embora cada um tivessem suas particularidades, havia algo em comum entre eles; buscavam a perfeição para isto, apresentavam, cada qual ao seu modo, os mesmos quesitos: coragem, persistência, e determinação.

Quando Coppola estava dirigindo o The Godfather (O Poderoso Chefão - br), houveram diversas críticas sobre seu trabalho, entre elas, sobre a narrativa que ele estava construindo, pois, os "figurões" da Paramount queriam um filme sobre gangster com mais ação. Além deste problema, Coppola teve que "brigar" pela construção do elenco, por atores que estavam sendo rejeitados, dentre eles; Al Pacino e Marlon Brando. Fiel aos seus instintos criativos, e confiante na narrativa que estava construindo, Coppola deixou para a história do cinema, não apenas um ótimo filme sobre gangster, mais uma obra–prima.

Quando Kubrick dirigiu o filme The Shining (O Iluminado - br), que seria uma reprodução cinematográfica da obra de Stephen King, com a alcunha de diretor "intelectual", ao contrário de Coppola, que só começou a ter problemas durante as filmagens, Kubrick viria a sofrer problemas, quando seu nome foi mencionado para dirigir o longa. Mesmo assim, construiu uma narrativa ao seu estilo, e hoje, The Shining é considerado um clássico do gênero de terror, e o filme é referência e material de estudo sobre planos, fotografia, trilha sonora, direção de arte, direção e interpretação.

Estes dois diretores mostraram que o que permanece na sétima arte, como aquilo que é possível de qualquer um aprender; é o modo de como fazê-lo. E este modo, além da criatividade, que perpassa por uma racionalidade de como compor os elementos, também é precisa de autoconfiança e coragem, pois as regras e os códigos para a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

construção da linguagem estão aí disponíveis.

Entretanto, mesmo que ambas as obras (The Godfather e The Shining) tenham sido produzidas em épocas diferentes, 1972 e 1980, respectivamente, produzidas por artistas diferentes e de gêneros diferentes, elas compartilham um quesito em comum, são clássicos do cinema, são referências de como aprender o bom uso da técnica, para compor a narrativa. Tornaram-se filmes de referência para uma excelente aula de direção, direção de arte, fotografia, interpretação, trilha sonora e etc.

E esta possibilidade de filmes de gêneros diferentes terem as mesmas referências em importantes categorias, só é possível porque temos um elemento universal, um elemento que permanece. Este elemento é a criatividade, e junto com ela, incluem-se valores éticos e estéticos. Pois o que está no manual, pode vir a ser transitório. Como demonstrou o Dogma 95, que mesmo sendo contra toda a cartilha técnica da linguagem cinematográfica tradicional, foram criados outros clássicos do cinema a partir deste movimento. Quando avaliados, paradoxalmente, eles trouxeram observações técnicas, que também nos serviram de referências.

E é justamente sobre isto que estamos falando, que aquilo que permanece não se encontra na obra em si, e nem nas técnicas tradicionais de se fazer esta arte. Mas, sim, no modo de como fazê-lo, está dentro do gênio do artista, onde confrontamos obras de Akira Kurosawa (Sonhos), Jean-Luc Godard (*O Acossado*), Federico Fellini (La Dolce Vita), Scorsese (The Goodfellas) e Coppola (The Godfather). Podemos verificar o quanto são permanentes a criatividade destes artistas nestas obras.

Pois não existe a direção de arte de Coppola, de Kubrick ou Kurosawa, existe a direção de arte. E este ponto nos parece universal, pois as expressões desta categoria podem ser diferentes nestes diretores. Porém, trata-se da mesma linguagem, o cinema.

E deste modo, Akira Kurosawa está para Coppola, como Miguelangelo está para Van Goh, ou seja, tanto uns como outros, contêm maneiras diferentes de se expressar, entretanto, se comunicam com a mesma linguagem, arte áudio–visual e artes visuais.

Em resumo, o permanente na sétima arte (ou qualquer outra) está na genialidade que o artista expressa, e o transitório, nos recursos e técnicas que estes venham a dispor. Sendo assim, quer seja no cinema mudo, com som, com computação gráfica, com 3D ou qualquer outra tecnologia que venha a surgir, quando um artista imprimi sua genialidade, suas obras, todas, em qualquer época, receberão o status de clássicos.

Esta noção, entre o transitório e o permanente, está contida no próprio sentido da palavra arte. E assim retornamos ao início; onde do grego teríamos "**teknè"=** técnica ou habilidade, e do latim "**ars"** = saber fazer. Ou seja, o artista é aquele que sabe aplicar bem a técnica com habilidade e criatividade, tornando universal a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

experiência estética de sua obra.

REFERÊNCIAS

Site Direcaodeartedesign: olhe ao seu redor e me mostre o belo
https://direcaodeartedesign.wordpress.com/2012/11/22/direcao-de-arte-a-diferenca-que-voce-ve- cinema/
Editora Abril
O Iluminado/ Editora Abril – São Paulo: abril,2008 56; il + 1 disco (dvd) – (cinemateca VEJA)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CONECTAR PESSOAS EM REDE: UMA PROPOSTA PARA SÃO BERNARDO DO CAMPO

Maria Paula Puglisi Yoshihara; maria.pyoshihara@sp.senac.br*
Jurandir Santos; jurandir@sp.senac.br

Resumo

Pretendemos relatar uma experiência vivenciada por meio do Programa Rede Social do Senac São Paulo, uma metodologia que se propõe a facilitar a conexão e interação entre pessoas que vivem em uma localidade, despertando a importância da participação e corresponsabilidade de todos na melhoria da qualidade de vida da região. Esta iniciativa ao fortalecer a reunião e organização de pessoas e instituições de forma igualitária e democrática, na implementação de projetos e ações de melhoria no bairro, na cidade e na vida em comunidade, desperta nos integrantes do grupo a percepção de que são parte e possuem responsabilidades no processo de desenvolvimento de suas localidades. A metodologia proposta por esse programa desperta vínculos afetivos e sentimento de pertencimento e, ao apoderar-se do local onde vivem, os participantes garantem a sustentabilidade do processo. A rede social se configura portanto quando ocorre a conexão de pessoas ou organizações que se relacionam a partir dos seus valores, crenças, visões, opiniões, em busca de objetivos comuns e/ou complementares. A organização de um grupo baseado nestes princípios tende a dar voz e vez para quem não tem, e reflete um fortalecimento comunitário, com maior participação democrática e, consequentemente, reconhecimento e valorização de cada um dos seus membros. Neste sentido, com a finalidade de compartilhar o conceito de Rede Social, utilizado pelo Senac São Paulo, ressaltamos uma metodologia já fomentada em mais de 200 comunidades e que encontra ressonância em teorias de autores renomados para nos ajudar a entender a evolução histórica dos movimentos e organizações sociais da era em que vivemos.

Palavras-chave: Rede Social, Desenvolvimento Local, Diagnóstico Participativo.

Abstract

We intent to report an experience lived through the “Social Network program” by Senac São Paulo, a methodology that proposes to facilitate the link and interaction among people who live in the same community, raising awareness to the importance of the participation and joint responsibility of everyone involved in the improvement of this community. This initiative, when empowers the gathering and organization of people and institutions in an equalitarian and democratic way, for the deploying of projects that will bring improvement to the neighborhood, city and communitarian companionship, arouses the perception that the members of the group are a part of and do have responsibilities in the development process of their locality. The methodology proposed by this program evokes affective bonds, the feeling of belonging and, assuming the place they live in, people guarantee the sustainability for the process. Therefore, the social network configures itself when the connection among people or organizations that relates to one another based on their Values, beliefs, vision, opinions, searching for common and/or complementary objectives occurs. The organization of a group, based on those principles, tends to empower or give voice and opportunity to those who don’t have it and reflects a communitarian strengthening with massive democratic participation and, consequently, acknowledgement and valorization of each one of its members. In this sense, with the purpose of sharing the concept of Social Network, adopted by Senac São Paulo, we enhance a methodology already fostered in more than 200 communities and echoes in the theories of celebrated authors to help us understand the historic evolution of the social movements and organizations of the present era.

Keywords: Social network, Local Development, Participatory Diagnosis

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Introdução: conectando redes – realizando sonhos

Para iniciarmos a construção da nossa proposta de conexão de pessoas por meio das redes sociais, consideramos importante dialogar com a obra de Manuel Castells (1999), quando esse autor refletiu sobre os impactos das transformações da nossa nova ordem econômica e social, na era informacional da globalização, mediada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs).

Assim, as redes são constituídas pela "nova morfologia social de novas sociedades e a difusão lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e a experiência, poder e cultura" (CASTELLS, 1999, p. 497).

Por sua vez, Augusto de Franco (2009) amplia o conceito de redes, para além da lógica dos recursos tecnológicos e informacionais. As redes sociais não se limitam somente às ferramentas, tais como: *Facebook, Twitter, Instagram, MySpace, YouTube,* etc. – mas, são representadas por todo e qualquer grupo de pessoas conectadas e interagindo em qualquer situação do cotidiano.

Complementarmente, há o entendimento de que as redes sociais compartilham valores, crenças e objetivos comuns. E, uma de suas principais características faz sentido na sua abertura, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os seus membros. "Redes são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte da sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente". (DUARTE e FREI, 2008, p. 156)

Para David Johnson (2011), o controle exclusivo dos gestores sobre o conhecimento está em declínio, em virtude do processo de horizontalização das estruturas hierárquicas, dando lugar ao que chamou de "redes de comunicação informais", centradas nas relações interpessoais e no lado humano da gestão do conhecimento. Afirma que, atualmente, as pessoas têm livre acesso a uma riqueza de informações, podendo escolher pelas suas fontes e conteúdos.

Diz, ainda, que a função da comunicação dos indivíduos é determinada pelo padrão geral dos vínculos que eles estabelecem. A ligação – função mais importante da comunicação – vincula dois ou mais grupos, embora possa não ser membro de nenhum deles. "[...] Esse posicionamento estratégico das ligações lhes conferiu o rótulo de 'elos de conexão', que, promovendo um clima mais positivo e uma coordenação bem-sucedida das funções organizacionais, serve para manter uma organização unida" (JOHNSON, 2011, p. 69).

Essa organização pode ser caracterizada por diferentes grupos, seja de amigos, familiares, comunitários, empresariais, religiosos, ou de qualquer outra natureza, mas, com a premissa básica de movimentar os fatores relacionais entre os membros dos grupos. Johnson (2011, p. 70) diz

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> Uma vez que a análise de redes é, em essência, um meio de representação de padrões de vínculos, as qualidades desses relacionamentos determinam em grande medida os modelos a serem seguidos pelos seus integrantes. Portanto, a satisfação geral de um indivíduo com os vínculos que estabelece pode afetar a frequência e a duração dos mesmos. Para a função de ligação, um fator relacional e de fundamental importância é a abertura, geralmente concebida como uma disposição para dar ou receber informações. Para que a informação flua livremente em uma organização, é crucial que os participantes da rede mantenham uma comunicação aberta típica das relações de confiança.

Descrição da Experiência

O trabalho de desenvolvimento de rede social fomentado pelo Senac São Paulo procura fazer com que os agentes se reconheçam como protagonistas de suas históricas, afetivamente ligados e com poder suficiente para promover mudanças significativas e inspiradoras nas suas comunidades.

Dessa forma, uma vez estabelecida a confiança e reforçado a importância que as pessoas têm para a sua comunidade, os moradores são estimulados e preparados a buscar pelo reconhecimento do local onde vivem, por meio de observações e pesquisa em campo.

Conscientizados de que são parte importante para o seu contexto social, ficam fortalecidos por entenderem o seu pertencimento social e pela força política que um grupo organizado pode ter, quando os seus membros são incentivados a reconhecerem as potencialidades, problemas e soluções do seu local de convivência, para definir, a partir de então, a visão de futuro que almejam, bem como as ações e projetos que terão que desenvolver coletivamente para atingi-la.

Após o reconhecimento das pessoas no seu meio, da conscientização e do fortalecimento da autoestima delas, o próximo passo consiste na elaboração de diagnósticos participativos, para subsidiar a criação de soluções colaborativas para a promoção da melhoria da qualidade de vida naquela determinada comunidade.

Esse processo promove a percepção de que é possível contribuir e transformar realidades inspiradoras por meio da interação e protagonismo comunitário.

Esse movimento foi ilustrado por Adam Kahane (2008), com base no conceito de "opção milagrosa", que nada mais é do que promover conversas uns com os outros até juntos encontrarem um caminho para avançar e seguir adiante.

Tudo isso é o que denominamos como processo de rede, e acontece quando o grupo se fortalece de forma democrática, participativa e não hierárquica, para encontrar soluções e protagonizar o seu próprio desenvolvimento. Trata-se de um mecanismo capaz de solucionar problemas de alta complexidade social, tal qual propõe Kahane (2008, p. 66):

> Os problemas de alta complexidade social não podem ser pacificamente resolvidos pelas autoridades do topo; as pessoas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

envolvidas precisam participar da criação e implementação de soluções

Kahane (2008) observa ainda que, quando um grupo não dispõe da opção prática da intervenção vinda "de cima", não tem outra escolha a não ser a de confiar na "opção milagrosa" do trabalho conjunto, uma metodologia baseada na facilitação e desenvolvimento de três passos:

- Fomento a interação e a prática do diálogo
  - ✓ Formação da rede local;
- Elaboração da visão de futuro de uma localidade
  - ✓ Construção de cenários para percepção de como aquela comunidade gostaria que a localidade estivesse no futuro – o sonho de cada um;
- Diagnóstico participativo locais;
  - ✓ Reconhecimento da localidade, identificação de potencialidades e problemas
- Plano de desenvolvimento local
  - ✓ Sistematização dos dados:

a) relacionar os projetos que já existem para solucionar os problemas identificados e exaltar as potencialidades;

b) elaborar ações e projetos em rede que atendam às necessidades que ainda não tem projetos locais.

Ademais, a rede é um organismo vivo: há grande rotatividade de integrantes; alguns problemas são solucionados, outros surgem; as potencialidades são muitas vezes ocasionais; entre outras questões. Em coerência à metodologia, o processo não pretende criar nada de novo, antes disso, é um "treinamento social" para uma nova forma de convivência em sociedade, que fomenta o protagonismo do cidadão em um contexto coletivo.

É importante orientar o grupo de que não existe apenas um futuro possível, e que as ações movidas pela rede poderão revelar novas possibilidades.

A postura do mediador da rede social é determinante para influenciar nas conquistas e nos comportamentos esperados e tem grande importância nos resultados dos trabalhos do grupo. É preciso saber ouvir incondicionalmente os participantes, sem julgamento, interrupção e inferências – uma forma de fazer com que as pessoas se sintam à vontade, consigam elaborar suas ideias e criar novas possibilidades. Pois, Kahane (2008, p. 82) ensina:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> A raiz do não escutar é o já saber. Se eu já sei a verdade, por que preciso ouvir o outro? Talvez por educação ou esperteza eu deva fingir que ouço, mas o que realmente preciso fazer é dizer-lhe o que eu sei e, se você escutar, repetirei o que eu disse, de forma mais taxativa. Todos os sistemas autoritários repousam na premissa de que é o chefe que pode saber e de fato sabe a única resposta certa.

Conclusão

O processo relatado vem sendo fomentado por meio do Programa de Rede Social do Senac São Paulo, desde a década de 90, propondo que os participantes se orientem por objetivos comuns, busquem a resolução de problemas de forma autônoma e mantenham relações de confiança, praticando o diálogo e compartilhando estratégias na defesa de suas causas.

Esta metodologia desenvolvida nas Unidades do Senac, em 2014, já havia alcançado a formação de 37 redes sociais, atuando em 200 comunidades do Estado de São Paulo, com o envolvimento de 700 organizações em rede, o que gerou 300 ações e projetos coletivos e 20.000 beneficiados.

Em várias unidades do Senac São Paulo existem profissionais dedicados exclusivamente para a articulação de redes sociais. E este espaço possibilita a toda a sociedade conhecer experiências, eventos e projetos realizados por essas redes.

Com a inauguração da Unidade São Bernardo do Campo, o Senac São Paulo iniciou, em agosto de 2015, o fomento da Rede Local, considerando que esse processo irá somar com o momento atual do município que, conforme demonstram as informações que destacamos a seguir, está em constante crescimento e desenvolvimento social:

São Bernardo do Campo tem hoje mais de oitocentos mil habitantes e é, seguramente, uma das mais importantes cidades do Estado de São Paulo, não somente pela sua expressiva contribuição no Produto Interno Brasileiro (PIB), em virtude da sua industrialização e comercialização, como também pela sua capacidade de produção intelectual, educacional, de inovação e desenvolvimento social da sua população.

A cidade é berço de importantes manifestações sociais, por meio das greves e reivindicações, que influenciam o país para o seu processo de democratização e gestão solidária.

Diante dessa realidade, o desenvolvimento de São Bernardo do Campo – parte estruturado e organizado e parte em áreas de vulnerabilidade social - requer uma revisão da sua identidade e visão de futuro. Por isso, acreditamos que o trabalho voltado à rede social, mediado pelo Senac São Paulo, pode contribuir significativamente com o município, conectando pessoas e instituições, fortalecendo a estrutura econômica, financeira, social e cultural das comunidades que convivem na cidade.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DUARTE, Fábio; FREI, Klaus. Redes Urbanas. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. O tempo das redes. São Paulo: Perspectiva, 2008.
FRANCO, Augusto de. Redes Sociais: você pode fazer. 2009. Disponível em: <http://escoladeredes.ning.com>. Acesso em: 11 jul. 2015.
JOHNSON, J. David. Gestão de redes de conhecimento. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. KAHANE, Adam. Como resolver problemas complexos: uma forma aberta de falar, escutar e criar
novas realidades. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. Tradução Ana Gibson.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

OS DESAFIOS DO ENSINO-APRENDIZAGEM E A FORMAÇÃO DE INDIVÍDUOS INSPIRADORES PARA A SOCIEDADE

Elber Arcenio Pimentel Corrêa; elber.correa@uol.com.br*

Palavras-chave: Educação. Práticas de Ensino. Inovação. Brasil

INTRODUÇÃO

O debate sobre a reestruturação do modelo educacional tradicional está acontecendo de maneira significativa pelo menos desde o fim do século XIX, baseando-se principalmente nas demandas sociais e trabalhistas.

A sociedade demanda sujeitos autônomos, responsáveis, que consigam perceber e lidar uns com os outros com capacidade de conviver em grupo e fazer análises críticas das questões sociais.

É significativo identificar as boas práticas educacionais, divulgá-las, aprender com cada uma e, se possível, transformá-las em Políticas Públicas de tal modo que as pessoas possam exercer mais plenamente sua cidadania e se tornarem agentes de transformação.

OBJETIVOS

Uma educação que vá além do conteúdo tradicional; que desperte habilidades, senso crítico, comunicação e autonomia; e que contribua para a formação humana e pessoal.

Pessoas com sentimentos que conheçam a si mesmas, que aprendam e valorizem as diferenças, dispostas a se posicionarem, buscando e aprendendo aquilo que lhes faz sentido e que apoie sua própria história.

MÉTODOS

Se faz necessária a busca de escolas, faculdades e organizações que assumam a diversidade como pilar de suas propostas de aprendizagem, olhando com atenção diferentes temas, projetos sustentáveis e empreendedores.

Conhecer tais ações demanda conversas significativas com pais, alunos, professores, funcionários, fundadores e ex-alunos, bem como abordar as principais histórias, entender as dinâmicas dos processos e interagir com o ambiente escolar.

A reinvenção das escolas passa por educadores apaixonados que tem vontade de transformação incansável. Iniciativas que dialoguem com as comunidades ao redor, resgatando a cultura local, e projetos mais interessantes neste sentido, no Brasil, se preocupam em mobilizar o entorno da escola para que a educação se torne um projeto coletivo.

Documentários como o *Quando sinto que já sei*[1], sobre as Escolas Democráticas Brasileiras, demonstram diversas iniciativas fantásticas espalhadas pelo Brasil e a vocação de irem além e ver de perto a escola acontecendo com um novo contexto para educação, abordando assuntos como astronomia, ciências naturais, botânica, dentre

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

outros modos de fazer tão plurais quanto somos todos nós.

[1]*Quando sinto que já sei*

Buscando mundos possíveis para educação no Brasil Por: Antônio Sagrado e Raul Perez

A tecnologia e a internet como ferramenta de aprendizagem e de viabilização de projetos educacionais, como o *Caindo no Brasil: uma viagem pela diversidade da educação*[2]; do educador Caio Dib, realizado e posteriormente publicado em livro com incentivo popular por meio de plataformas de financiamento coletivo, traz a oportunidade de contato com iniciativas educacionais, relatadas *in loco* em 58 cidades visitadas em 12 estados e o Distrito Federal.

RESULTADOS

A diversidade de práticas educacionais que utilizam soluções criativas para o ensino-aprendizagem é impressionante, há vários olhares pedagógicos e todos têm suas características.

Nenhuma prática é perfeita, mas a criação de redes de troca forma cidadãos ativos que possibilitam a aplicação das teorias no cotidiano das ações.

O estudo Excelência com equidade: as lições das escolas brasileiras que oferecem Educação de qualidade a alunos de baixo nível socioeconômico, realizado pela Fundação Lemann e pelo Itaú BBA[3], sintetiza quatro estratégias- chave usadas por escolas que obtiveram sucesso ao implementar mudanças:

- Criar um fluxo aberto de comunicação
- Respeitar a experiência do professor e apoiar o seu trabalho
- Enfrentar as resistências mantendo um grupo comprometido
- Ganhar o apoio de atores fora da escola

CONCLUSÃO

As questões levantadas são bastante complexas e envolvem grandes mudanças em longo prazo, nunca se restringindo a uma única verdade, mas também evidenciam algumas características importantes como a necessidade de valorização dos educadores, o desenvolvimento em busca de bens comuns, inserção da família na rotina escolar, definição clara de metas e objetivos a serem alcançados, mapeamento contínuo das práticas pedagógicas fazendo da escola um ambiente agradável ao aprendizado, e a importância da utilização dos dados oficiais para o embasamento de ações conhecendo a realidade de cada estudante para definir melhores caminhos a se seguir.

REFERÊNCIAS

BETHEL. D*. Educação para uma vida criativa: ideias e propostas de Tsunessaburo Makiguti.* Rio de Janeiro: Record, 2007

DIB, C. *Caindo no Brasil: uma viagem pela diversidade da educação*. São Paulo: Ed. do Autor, 2014

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FREIRE, P*. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.* São Paulo: Paz e Terra, 2011

FUNDAÇÃO LEMMAN; ITAÚ BBA. *Excelência com equidade: as lições das escolas brasileiras que oferecem Educação de qualidade a alunos de baixo nível socioeconômico*. São Paulo, 2013. Disponível em www.goo.gl/4TjxgK. Acessado em 29/09/2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LIDERANÇA SUSTENTÁVEL: A CONTRIBUIÇÃO DOS LÍDERES NOS TEMPOS ATUAIS

Alison de Arantes Cruz; alisoncruz.adm@hotmail.com
Guilherme Alexandre Batista; harrybatista@outlook.com
Karina Piereli de Siqueira; karina.piereli@gmail.com Michelle Berte Nogueira; michelle_berte@yahoo.com Juliana Prado Ferrari Spolon; julianaferrarirh@gmail.com

As empresas estão passando hoje por mudanças não apenas pelo cenário econômico e social, mas também dentro de sua própria cultura organizacional. A presença de um líder torna-se, portanto, essencial para nortear sua equipe, ao planejar, motivar e desenvolver pessoas, atingir resultados, alinhar objetivos pessoais de sua equipe com os objetivos empresariais. O objetivo deste trabalho foi estudar e conhecer os tipos de liderança mais valorizados na atualidade. Teve-se como objetivos específicos: a) encontrar a relação entre os tipos de liderança e a liderança sustentável e, b) apontar as principais ferramentas de sustentabilidade, partindo das teorias da liderança. A metodologia deste trabalho baseou-se na revisão da literatura, por meio de estudos bibliográficos sobre o tema liderança por meio da documentação indireta como livros, artigos, dentre outros. Verificou-se, nesse estudo, a presença de características de teorias contemporâneas da liderança como: a liderança carismática, visionária, baseada em princípios, transformacional e a liderança *coaching,* utilizadas como ferramentas na orientação da sustentabilidade da liderança. Com base no acima descrito, conclui-se que a liderança sustentável não pressupõe a existência de um tipo de liderança ideal. As organizações necessitam de perfis de líderes que se adaptam aos valores indivíduos-empresa, à cultura organizacional, ou seja, às reais necessidades de sua empresa seja a curto, médio ou longo prazo, a fim de garantir uma liderança sustentável que traga prosperidade tanto para a equipe de liderados quanto para a organização.
Palavras-chave: Liderança carismática. Liderança visionária. Liderança baseada em princípios. Liderança transformacional. Liderança *coaching*. Sustentabilidade da liderança.

INTRODUÇÃO

No cenário do desenvolvimento das teorias sobre liderança, a motivação se tornou foco de estudo, tentando descrever como o líder pode (e deve) criar um ambiente propício à realização de atividades; surgem, então, novos perfis de líderes, tais como: carismática, visionária, transformacional, baseada em princípios, coaching, entre outros. Com a globalização surgem novos desafios, tais como: o grande fluxo de informações, avanços tecnológicos, mudanças no ambiente organizacional, concorrência, entre outros. Desta forma, a presença de um líder torna-se essencial para nortear sua equipe, motivando-a a atingir resultados, alinhar objetivos pessoais com os objetivos empresariais, tornando o grupo mais flexível diante das mudanças.

Deve-se fomentar a ideia de liderança sustentável nas organizações, caracterizada pelo princípio fazer com que o líder mantenha a sua liderança de forma eficaz e eficiente em longo prazo, consequentemente, reforçando o desempenho de seus seguidores.

O assunto que permeia a liderança está em constante desenvolvimento, não existindo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ainda um conceito exato. Liderança independe de cargo, é uma virtude a ser sempre aprimorada, desenvolvida e aplicada tanto em grupos informais quanto formais. Logo, torna-se uma necessidade do líder conhecer todos os tipos de liderança, com o objetivo de saber conciliá-las e aplicá-las no melhor momento e da melhor forma, sendo capaz de acompanhar as necessidades de sua equipe e de sua organização.

OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é investigar e discutir os tipos de liderança.
Têm-se como objetivos específicos: encontrar a relação entre os tipos de liderança sustentável e, definir a sua aplicação dentro das organizações.

METODOLOGIA

O artigo será embasado em revisão de literatura, por meio de estudos bibliográficos sobre liderança.

Os exemplares utilizados para este estudo foram documentações indiretas por meio de livros, revistas, artigos, dentre outros.

DESENVOLVIMENTO

Percebe-se que várias características dos perfis contemporâneos de liderança podem ser identificadas como ferramentas para a manutenção da liderança sustentável.

Entretanto, não é possível defender que haja um perfil totalitário ou único. É possível identificar determinadas características que constituem os recursos utilizados para a sustentabilidade.

Podem-se perceber as influências dos perfis contemporâneos na liderança sustentável nos seguintes casos:

- Liderança Baseada em Princípios: há a presença da marca pessoal, ou seja, os princípios como base norteadora do líder em suas ações. Trabalhar a integridade do líder, para que suas ações tanto dentro quanto fora da empresa transmitam confiança para si mesmo e a seus liderados.
- Liderança Visionária: trabalhar a criação de visão de futuro na empresa. Criar na equipe o senso de direcionamento aos objetivos da organização e fazê-los adotar como um objetivo próprio, incentivando o senso de orgulho e comprometimento, ou seja, alinhar os ideais.
- Liderança Coaching: este perfil deve ser utilizado tanto como uma ferramenta quanto um recurso que deve ser continuamente trabalhado e desenvolvido na organização, tanto no líder quanto na equipe. Deve ser utilizado no desenvolvimento pessoal do líder, o que o levará ao autoconhecimento que o conduzirá para o desenvolvimento de suas habilidades, muito além de sua expertise. A partir deste ponto, será possível pensar melhor no desenvolvimento de sua equipe. Entretanto, é importante frisar que o comportamento coaching não deve ser estimulado apenas na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

figura do líder, mas em todos da organização, tendo em vista o autoconhecimento ser uma das principais ferramentas para um melhor desenvolvimento pessoal.

- Liderança Motivacional: a principal característica deste perfil é a energia e animação que deve ser transmitida à equipe; o desejo de melhorar. Neste ponto, uma das características necessárias ao líder é assumir responsabilidades, compartilhando sucessos e assumindo falhas, o que aumenta a admiração e confiança da equipe.

CONCLUSÃO

Sendo assim, conclui-se que não há um tipo de liderança ideal. Deve-se ter em conta a adaptação indivíduo-empresa e a cultura organizacional, ou seja, os líderes devem se adaptar às necessidades de sua empresa, seja a curto ou longo prazo, a fim de garantir uma liderança sustentável que traga prosperidade tanto para a equipe de liderados quanto para a organização.

Aplicam-se estas características ao querer atingir metas e objetivos, ao tentar manter a sustentabilidade da liderança e dos resultados. A liderança sustentável não pode ter uma fórmula; ser sustentável é enxergar a situação e adaptar-se ao perfil de liderança necessária ao momento. É aproveitar recursos intelectuais da equipe como um todo para o bem comum, pois às vezes a boa ideia não vem necessariamente do líder. Mesmo que liderança independa de cargo, é uma habilidade a ser treinada e desenvolvida para que o melhor da companhia seja colhido.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, A. M. F., CHRISÓSTOMO, E., RIOS, S. S., A importância da liderança nas organizações.
Revista Razão Contábil e Finanças, v. 1, n.
1, 2010.
BATEMAN, T., SNELL, S. **Administração**: construindo vantagem competitiva. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006. In: CAVALCANTI, V.L. et.al. Liderança e motivação. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009
BENNIS, W., NANUS, B. **Líderes**: estratégias ara assumir a verdadeira liderança. São Paulo. Harbra, 1988. In: CAVALCANTI, V.L. et.al. Liderança e motivação. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009
BOYETT, J. H.; BOYETT, J. **O guia dos gurus**: os melhores conceitos e práticas de negócios. Rio de Janeiro: Campus, 1999. In: CAVALCANTI, V.L. et.al. Liderança e motivação. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009, p. 63.
CAVALCANTE, L. C., MACHADO, M. V. V. Liderança coaching e os demais estilos de liderança. **Revista Edição Atual**, 2014.
CAVALCANTI, V. L. et.al. **Liderança e motivação.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009. CHARAN, R. **O líder criador de líderes.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 10ª reimp.
CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7ª ed. rev.e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 6ª reimp.
CORTELLA, M.S; MUSSAK, E. **Liderança em foco.** 7ª ed. Campinas, SP: Papirus 7 Mares, 2012. COVEY, S. R. **Liderança baseada em princípios.** 6ª ed, Rio de Janeiro, 2002.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

FERREIRA, F. V. Liderança visionária: Instrumento de ajuste grupal nas organizações que buscam inovação. **Anais do I EGEPE**, p. 190-198, 2000.
GOLDSMITH, M. **Coaching**: O Exercício da Liderança. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier: DBM, 2003
House, R. J. (1977). A 1976 theory of charismatic leadership. In J. G. Hunt & L. L. Larson (Eds.), Leadership: The cutting edge. Carbondale: **Southern Illinois University Press.** In: GOMES,
A. R., CRUZ, J. Abordagem carismática e transformacional: modelos conceptuais e contributos para o exercício da liderança. **Psicol. USP** v.18 n.3. São Paulo, 2007
GONCALVES, H. S.; MOTA, C. M. M. **Liderança situacional em gestão de projetos:** uma revisão da literatura. SãoPaulo, v. 21, n. 3, p. 404-416, set. 2011. Disponívelem:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132011000300005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 10 abr. 2015.
HERSEY, P.; BLANCHARD, K. H. **Psicologia para administradores de empresas.** São Paulo: EPU, 1997.
MACHADO, L. A. Liderança transformacional como componente da gestão de recursos humanos em organizações sociais. **Revista Científica da Faculdade de Educação e Meio Ambiente 2**, 2011.
ROBBINS, S. P. et.al. **Comportamento organizacional.** 14ª ed. [tradução Rita de Cássia Gomes]. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
_____; COULTER, M. **Administração.** Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.
_____; **Administração**: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2002.
SILVA, M. H., GONÇALVES, R. S., GOUVÊA, V. A., ROSA, A. C., MOTTA, J. B. C. Coaching
executivo: metodologia de desenvolvimento para um novo estilo de liderança. **XV Encontro Latino**
Americano de Iniciação Científica e XI Encontro Latino Americano de Pós-Graduação, 2011.
SMALLWOOD, N., ULRICH, D. **Sustentabilidade da Liderança:** 7 disciplinas para transformar intenções em ações eficientes. 1ª ed. São Paulo: HSM Editora, 2014.
STONER, J., FREEMAN, E. **Administração**. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1999. In: CAVALCANTI, V.L. et.al. Liderança e motivação. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009
VROOM, V.H.; YETTON, P.W. Leadership and decision-making. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1973. In: BERGAMINI, V.L. **Liderança:** administração do sentido. São Paulo: Atlas, 1994, p. 62.
WEATHERSBY, G. B. **Leadership vs. management.** *Management Review*, v. 88, p. 5, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A DISLEXIA E SEU IMPACTO EDUCACIONAL E SOCIAL

Acirlei Maria Berti Muriana
Patricia Rodrigues Arruda

RESUMO: O tema deste artigo pretende destacar as dificuldades enfrentadas pelos portadores de dislexia e os preconceitos que, na maioria das vezes, acabam por prejudicar mais ainda os disléxicos. Sabemos que várias são as dificuldades que assombram a sala de aula, mas destacamos a importância dos educadores conhecerem bem e saberem diferenciar os alunos disléxicos, pois os mesmos necessitam de uma atenção especial e, se não forem tratados da maneira correta, podem se perder em seu vago raciocínio, prejudicando assim seu aprendizado e retardando sua vida acadêmica.

PALAVRAS CHAVE: Educação, dislexia, impacto social.

ABSTRACT: The subject of this article aims to highlight the difficulties faced by people with dyslexia and prejudices that most often end up harming more so dyslexics. We know that there are several difficulties that haunt the classroom, but emphasize the importance of educator's good knowledge about how to recognize the dyslexic students, as they require special attention and, if not treated in the proper way, can get lost in its vague reasoning, thus hampering their learning and slowing their academic life.

KEYWORDS: Education, dyslexia, social impact.

INTRODUÇÃO

No Brasil, aproximadamente 15 milhões de pessoas têm algum tipo de necessidade especial, podendo ser as mais variadas possíveis, como por exemplo: mental, auditiva, visual, físico, conduta ou deficiências múltiplas.

Deste universo, sabemos que pelo menos noventa por cento das crianças, na educação básica, sofrem com algum tipo de dificuldade de aprendizagem relacionada à linguagem: dislexia, disgrafia e disortografia. Entre elas, a dislexia é a de maior incidência e merece toda atenção por parte dos gestores de política educacional, especialmente a de educação especial.

Mas, para que seja possível um respaldo digno a essas crianças portadoras de tais deficiências, é necessário que o educador conheça a necessidade especial dos mesmos (sintomas, efeitos, etc.), mas que, além disso, tenha certa disposição para lidar com um aluno de inclusão, o que não é uma tarefa simples.

Afinal, enquanto as famílias ricas podem levar o filho a um psicólogo, neurologista ou psicopedagogo, uma criança de família pobre, estudando em escola pública, tende a se entregar à dificuldade, persistindo, assim, com os transtornos de linguagem na fase adulta. Talvez, por essa razão, isto é, por uma questão de classe social, a dislexia seja uma doença da classe média, exatamente porque, temporão, os pais conseguem diagnosticar a dificuldade e partir para intervenções médicas e psicopedagógicas.

Mas, antes que seja diagnosticada qualquer síndrome ou transtorno, precisamos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

entender como aprendemos e o porquê de muitas pessoas inteligentes, e até geniais, experimentarem dificuldades paralelas em seu caminho diferencial do aprendizado, é um desafio que a Ciência vem deslindando paulatinamente, em 130 anos de pesquisas. E com o avanço tecnológico de nossos dias, com destaque ao apoio da técnica de ressonância magnética funcional, as conquistas dos últimos dez anos têm trazido respostas significativas sobre o que é Dislexia.

A dislexia é e pode ser definida como: a incapacidade parcial de a criança ler compreendendo o que se lê, apesar da inteligência normal, audição ou visão normais e de serem oriundas de lares adequados, isto é, que não passem privação de ordem doméstica ou cultural. Encontramos disléxicos em famílias ricas e pobres.

Precisamos ter em mente o que PAIN (1992), disse em seu livro:

> O processo de aprendizagem não configura nem define uma estrutura como tal, e o fato de certos acontecimentos serem passíveis de classificação, sem confusão sob o nome "aprendizagem", se deve mais à sua função e modalidade, e no melhor dos casos à sistematização das variáveis intervenientes do que à sua assimilação a uma contrução histórica coerente (PAIN, 1992: p.15).

DISLEXIA NA ESCOLA

No que se diz respeito às instituições da Educação Básica, no Brasil, relatos de professores registram situações onde crianças, que são aparentemente brilhantes e, diga-se de passagem, muito inteligentes, não podem ler, escrever e nem têm boa ortografia para a idade. Nos exames vestibulares, as comissões executivas descrevem casos "bizarros" (às vezes, motivo de chacotas) em que candidatos apresentam baixo nível de compreensão leitora ou a ortografia ainda é fonética (baseada na fala) e inconstante.

Assim, urge a realização de testes de leitura nas escolas públicas e privadas, desde cedo, de modo a diagnosticar e avaliar a dificuldade de leitura. Por trás do fracasso escolar ou da evasão escolar, sempre há fortes indícios de dificuldades de aprendizagem relacionadas à linguagem. Nos casos de abandono escolar, em geral, também, verificamos crianças que deixam a escola por enfrentarem dificuldades de leitura e escrita.

A dispedagogia, isto é, o desconhecimento por parte dos professores, pais e gestores educacionais, do que é a dislexia e suas mazelas na vida das crianças e dos adultos, também, só piora a aprendizagem da leitura de seus alunos. Infelizmente, a legislação educacional (CF, LDB, resoluções etc.) não trata as diversas necessidades especiais dos educandos de forma clara, objetiva, pragmática e programática. Sua omissão tem de certa forma dificultado ações governamentais por parte dos gestores, do professor ao secretário de educação. A Constituição Federal, por exemplo, ao tratar sobre a educação especial diz: "O dever do estado com a educação será efetivado mediante a garantia de atendimento educacional especializada aos portadores de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

deficiência, preferencialmente na rede regular de ensino" (Artigo 208, III, CF). E perguntaríamos ao leitor: uma criança, com dislexia, isto é, com dificuldade de ler bem, é um portador de deficiência? Claro que não. A Lei 9.394/96, a de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, apresenta uma melhor redação sobre a matéria. Diz assim: "O dever do estado com a educação escolar pública será efetivado mediante a garantia de atendimento educacional especializado gratuito aos educandos com necessidades especiais, preferencialmente na rede regular de ensino" (Art. 4º, LDB). Melhorou e, em muito, porque faz referências às necessidades especiais.

A Dislexia é uma das grandes causas, ainda ignorada, de evasão escolar em nosso país, e uma das causas do chamado "analfabetismo funcional" que, por permanecer envolta no desconhecimento, na desinformação ou na informação imprecisa, não é considerada como desencadeante de insucessos no aprendizado. Como consta em um site que trata somente desse assunto:

> Dislexia é uma específica dificuldade de aprendizado da Linguagem: em Leitura, Soletração, Escrita, em Linguagem Expressiva ou Receptiva, em Razão e Cálculo Matemáticos, como na Linguagem Corporal e Social. Não tem como causa falta de interesse, de motivação, de esforço ou de vontade, como nada tem a ver com acuidade visual ou auditiva como causa primária. Dificuldades no aprendizado da leitura, em diferentes graus, é característica evidenciada em cerca de 80% dos disléxicos (http://www.dislexia.com.br/, 2015).

Chegamos, pois, à conclusão de que a dislexia é uma necessidade especial. Mas qual a natureza dessa necessidade especial? Por exclusão, diríamos que uma criança com dislexia não é portadora de deficiência nem mental, física, auditiva, visual ou múltipla. O disléxico, também, não é uma criança de alto risco. Uma criança não é disléxica porque teve seu desenvolvimento comprometido em decorrência de fatores como gestação inadequada, alimentação imprópria ou nascimento prematuro. A dislexia tem um componente genético, exceto em caso de acidente cérebro-vascular (AVC). Outra definição sobre dislexia nos diz:

> A dislexia é um tipo de distúrbio de aprendizado que interfere na maneira como a pessoa percebe e processa letras, números e símbolos. Embora o diagnóstico de dislexia deva ser feito por um profissional, existem alguns sinais que pais e professores podem observar assim que a criança começa a aprender a ler e escrever. Os sinais mais comuns são letras e números percebidos e escritos de forma invertida ou de cabeça para baixo. Outras características são dificuldades em aprender alguns fonemas, memorizar novas palavras, problemas com a coordenação motora e dificuldades de leitura. (http://www.dislexiadeleitura.com.br/dislexia.php?sintomas=sintomas , 2015).

Ser disléxico é condição humana. O disléxico pode, sim, ser um portador de alta habilidade. Daí, em geral, os disléxicos, serem talentosos na arte, música, teatro,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

esporte, mecânica, vendas, comércio, desenho, construção e engenharia. Não se descarta ainda que venha a ser um superdotado, com uma capacidade intelectual singular, criativo, produtivo e líder. O disléxico pode, também, ser um portador de conduta típica, com síndrome e quadro de ordem psicológica, neurológica e linguística, de modo que sua síndrome compromete a aprendizagem eficaz e eficiente de leitura e escrita, mas não chega a comprometer seus ideais, idéias, talentos e sonhos. Por isso, diagnosticar, avaliar e tratar a dislexia, conhecer seu tipo, sua natureza, é um dever do Estado e da Sociedade e um direito de todas as famílias com crianças disléxicas em idade escolar.

Uma dificuldade de leitura pode levar uma criança à delinquência juvenil? Cremos que sim. Há uma relação muito estreita entre leitura e pensamento, entre leitura e atitude e mais estreita ainda é a relação entre rechaço e maus leitores, de que modo que as investigações recentes, na psicopedagogia, apontam para um grau de continuidade entre leitura e delinquência juvenil. O comportamento do delinquente, no meio escolar, em geral está associado com alguma dificuldade de aprendizagem relacionada à linguagem. As crianças com dificuldade parcial de ler bem, quase sempre, são alunos isolados, mas alunos que procuram superar suas limitações linguísticas com comportamentos mais agressivos, rebeldes e violentos.

As notas baixas nas disciplinas escolas refletem muito as limitações cognitivas e linguísticas dos maus leitores, mas a destreza no esporte, na arte, muitas vezes, podem revelar um sentimento de rebeldia que pode perdurar na fase adulta. Não há aqui, intenção de estabelecer dicotomia ou maniqueísmo, todavia os maus leitores são potencialmente os alunos que mais oferecerão problemas de indisciplina ao setor psicopedagógico da escola. Durante dois anos observamos e constatamos que as dificuldades de leitura e a delinquência juvenil são tipos de problemas que caminham juntos e, portanto, exigem uma intervenção por parte dos agentes e autoridades educacionais. Uma política de leitura não apenas compensaria o déficit cultural dos alunos como também iria engajá-los no discurso da sociedade da informação.

Enquanto isso, sobra a difícil tarefa de domesticação de atitudes dos alunos por parte dos abnegados professores, em particular, os da rede pública de ensino, que se deparam hoje não apenas com dificuldades domésticas, materiais e pedagógicas nas salas de aula, mas têm também, como tarefa árdua, o enfrentamento da questão social a que a escola pública está inserida. Referimo-nos à delinquência juvenil revelada nas *gangs* e nas brincadeiras violentas e agressivas no meio escolar.

Muitos alunos cometem atos antissociais não porque são pobres ou por passarem privação cultural, e sim, porque, estando nas escolas (sejam públicas ou não), não têm rendimento escolar e padecem com transtornos de linguagem como as dificuldades de ler e escrever bem e, consequentemente, têm baixo rendimento na avaliação escolar.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Quanto mais a criança é inculta, mais propensa à violência por motivos frívolos e banais. Quanto mais a criança é arisca, mais tímida para os embates da vida.

Na nossa rápida passagem pela rede estadual de ensino, tomei algumas providências iniciais para o trabalho com os alunos agressivos e com problemas de conduta: a primeira, conhecer seus pais e conhecendo sua família ter uma "etiologia" mais clara e definida da forma de intervenção pedagógica a tomar com relação ao educando; a segunda providência foi a de levar meu aluno à consciência de suas limitações cognitivas, de natureza secundária, e mostrar-lhes, por exemplo, que, através de uma boa orientação ou reeducação da leitura, poderiam mudar as próprias atitudes, ideais aspirações pessoais e, finalmente, promover através da leitura aquisição de conhecimentos e a integração social.

Quanto mais a criança compreende ideologicamente o mundo, mais se envolve com uma práxis da concidadania e se inquieta com as questões de ordem social.

Os alunos com dificuldades de leitura e, a cada tentativa, frustrados, são levados a gazear aulas e a frequentar companhias indesejáveis. Um aluno que fracassa na leitura, fracassa também na hora de ler um problema na matemática ou na hora de fazer um exercício de gramática. Um aluno que fracassa na leitura não encontra sentido algum em ler um Machado de Assis ou ler os versos de um Camões que estão parafraseados na sua canção predileta de Legião Urbana. Um aluno que constantemente fracassa é empurrado de forma perversa para a delinquência.

Uma última palavra: a privação da leitura interfere no desenvolvimento da personalidade dos alunos. Um aluno com deficiência de leitura poderá ser é triste e deprimido, agressivo e angustiado, potencialmente um delinquente.

Numa sociedade de informação, ler ou escrever bem é condição de superação da desigualdade social: se alguns duvidam da tese, eis a rede mundial de computadores revelando um mundo de novas ocupações fundadas na fluência verbal e na comunicação eficaz.

A dislexia é uma síndrome pouco conhecida e pouco diagnosticada por pais e educadores, especialmente os pedagogos e médicos, que se voltam ao desenvolvimento cognitivo das crianças na educação básica (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio).

A dislexia é uma perturbação ou transtorno ao nível de leitura. A criança disléxica é um mau leitor: é capaz de ler, mas não é capaz de entender eficientemente o que lê.

O que nos chama atenção, à primeira vista, é que uma criança disléxica é inteligente, habilidosa em tarefas manuais, mas persiste um quadro de dificuldade de leitura da educação infantil à educação superior.

A linguagem é fundamental para o sucesso escolar. Ela está presente em todas as disciplinas e todos os professores são potencialmente professores de linguagem, porque

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

utilizam a língua materna como instrumento de transmissão de informações. Mas é preciso contar com a contribuição vinda do estado.

Como diz Mazzotta (1993), a implantação da educação inclusiva no ensino regular depende não só da boa vontade da sociedade civil, mas também da política dos governantes.

Os disléxicos, em geral, sofrem com a discalculia (dificuldade de calcular) porque encontram dificuldade de compreender os enunciados das questões.

Muitas vezes uma dificuldade no ensino da matemática está relacionada à compreensão do enunciado do que ao processo operatório da solução do problema.

É necessário que o diagnóstico da dislexia seja precoce, isto é, os pais e educadores se preocupem em encontrar indícios de dislexia em crianças aparentemente normais, já nos primeiros anos de educação infantil, envolvendo as crianças de 4 a 5 anos de idade.

Quando não se diagnostica a dislexia, ainda na educação infantil, os distúrbios de letras podem levar crianças do ensino fundamental, a apresentar perturbações de ordem emocional, efetiva e linguística.

Uma criança disléxica encontra dificuldade em ler e as frustrações acumuladas podem conduzir a comportamentos antissociais, à agressividade e a uma situação de marginalização progressiva.

Os pais, professores e educadores devem atentar a dois importantes indicadores para o diagnóstico precoce da dislexia: a história pessoal do aluno e as suas manifestações linguísticas nas aulas de leitura e escrita.

As crianças disléxicas apresentam uma caligrafia muito defeituosa, verificando-se irregularidade do desenho das letras, denotando, assim, perda de concentração e de fluidez de raciocínio.

As crianças disléxicas apresentam confusão com letras com grafia similar, mas com diferente orientação no espaço como " b-d". "d-p", "b-q", "d-b", "d-p", "d-q", "n-u" e "a-e". A dificuldade pode ser ainda para letras que possuem um ponto de articulação comum e cujos sons são acusticamente próximos: "d-t" e "c-q", por exemplo.

Na lista de dificuldades dos disléxicos, para o diagnóstico precoce dos distúrbios de letras, educadores, professores e pais devem ter atenção para as inversões de sílabas ou palavras como "sol-los", "som-mos" bem como a adição ou omissão de sons como "casa-casaco", repetição de sílabas, salto de linhas e soletração defeituosa de palavras.

Por fim, com os novos recursos da sociedade informática, pais e educadores devem redobrar os cuidados. O mau uso do computador, por exemplo, pode levar a criança a ter algum distúrbio de letras.

A DISLEXIA E A MÁ FORMAÇÃO DOS DOCENTES

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Infelizmente a educação no Brasil caminhou por veredas tortuosas desde seu princípio, afinal, de acordo com Saviani (2003), ela era reservada a uma elite dominante e totalmente exploradora, sempre esteve voltada a estratificação e dominação social.

Os docentes das crianças disléxicas são aqueles que, além da competência, habilidade interpessoal, equilíbrio emocional, tem a consciência de que mais importante do que o desenvolvimento cognitivo é o desenvolvimento humano e que o respeito às diferenças está acima de toda pedagogia.

É necessário ao educador aprimorar o educando como pessoa humana – como professor ou educador não basta apenas instruir, mas deve-se educar o aluno como pessoa humana, como pessoa que vai trabalhar no mundo tecnológico, mas povoado de corações, de dores, incertezas e inquietações humanas.

A escola não pode se limitar a educar pelo conhecimento destituído da compreensão do homem real, de carne e osso, de corpo e alma. Pois de nada adianta o conhecimento bem ministrado em sala de aula, se fora da escola, o aluno se torna um homem brutalizado, desumano e patrocinador da barbárie. Educamos pela vida como perspectiva de favorecer a felicidade e a paz entre os homens.

É preciso preparar o educando para o exercício da cidadania – Se de um lado, primordialmente, devemos ter como grande finalidade do nosso magistério o ministério de fazer o bem às pessoas, fazer o bem é preparar nosso para o exercício exemplar e pleno da cidadania.

O cidadão não começa quando os pais registram seus filhos no cartório nem quando os filhos, aos dezoito anos, tiram suas carteiras de identidade civil, a cidadania começa na escola, desde os primeiros anos da educação infantil e se estende à educação superior, nas universidades; começa com o fim do medo de perguntar, de inquirir o professor, de cogitar outras possibilidades do fazer, enfim, quando o aluno aprende a fazer, a construir espaço de sua utopia e criar um clima onde haja paz e bem-estar social, política e econômico no meio social.

Cabe a nós a tarefa de construir uma escola democrática – A gestão democrática é a palavra de ordem na administração das escolas. Os educadores que atuarão no novo milênio devem ter na gestão democrática um princípio em que não arredam pé, não abrem mão.

Quanto mais a escola for democrática, mais transparente. Quanto mais a escola é democrática, menos erra, tem mais acerto e possibilidade de atender com equidade as demandas sociais. Quanto mais exercitamos a gestão democrática nas escolas, mais no preparamos para a gestão da sociedade política e civil organizada.

Quem exercita a democracia em pequenas unidades escolares, constrói um espaço próprio e competente para assumir responsabilidades maiores na estrutura do Estado. Portanto, quem chega à universidade não deve nunca descartar a possibilidade de inserção no meio político e poder exercitar a melhor política do mundo, a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

democracia.

Deve-se qualificar o educando para progredir no mundo do trabalho – Por mais que a escola qualifique seus recursos humanos, por mais que adquira o melhor do mundo tecnológico, por mais que atualize suas ações pedagógicas, era sempre estará marcando passo frente às novas transformações cibernéticas, mas a escola, através de seus professores, poderá qualificar o educando para aprender a progredir no mundo do trabalho, o que equivale a dizer a oferecer instrumentos para dar respostas, não acabadas (porque a vida é processo inacabado) às novas demandas sociais, sem medo de perdas, sem medo de mudar, sem medo de se qualificar, sem medo do novo, principalmente o novo que vem nas novas ocupações e empregabilidade.

Devemos também fortalecer a solidariedade humana – É papel da escola favorecer a solidariedade, mas não a solidariedade de ocasião, que nasce de uma catástrofe, mas do laço recíproco e cotidiano e de amor entre as pessoas. A solidariedade que cabe à escola ensinar é a solidariedade que não nasce apenas das perdas materiais, mas que chega como adesão às causas maiores da vida, principalmente aos referentes à existência humana.

Enfim, é na solidariedade que a escola pode desenvolver, no aluno-cidadão, o sentido de sua adesão às causas do ser e apego à vida de todos os seres vivos, aos interesses da coletividade e às responsabilidades de uma sociedade a todo instante transformada e desafiada pela modernidade.

Fortalecer a tolerância recíproca – Um dos mais importantes princípios de quem ensina e trabalha com crianças, jovens e adultos é o da tolerância, sem o qual todo magistério perde o sentido de ministério, de adesão aos processos de formação do educando.

A tolerância começa na aceitação, sem reserva, das diferenças humanas, expressas na cor, no cheiro, no falar e no jeito de ser de cada educando. Só a tolerância é capaz de fazer o educador admitir modos de pensar, de agir e de sentir que diferente dos de um indivíduo ou de grupos determinados, políticos ou religiosos.

Outro patamar a ser atingido é o de zelar pela aprendizagem dos alunos – Muitos de nós professores, principalmente os do magistério da educação escolar, acreditam que o importante, em sala de aula, é o instruir bem, o que pode ser traduzido, ter domínio de conhecimento da matéria que ministra aula.

No entanto, o domínio de conhecimento não deve estar dissociado da capacidade de ensinar, de fazer aprender. De que adiante e conhecimento e não saber, de forma autônoma e crítica, aplicar as informações?

O zelo pela aprendizagem passa pela recuperação daqueles que têm dificuldade de assimilar informações, sejam por limitações pessoais ou sociais. Daí a necessidade de uma educação dialógica, marcada pela troca de idéias e opiniões, de uma conversa colaborativa em que não se cogita o insucesso do aluno. Se o aluno fracassa, a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

escola também fracassou. A escola deve riscar do dicionário a palavra FRACASSO. Quando o aluno sofre com o insucesso, também fracassa o professor. A ordem, pois, é fazer sempre progredir, dedicar-se mais do que as horas oficialmente destinadas ao trabalho e reconhecer que nosso magistério é missão, às vezes árdua, mas prazerosa, às vezes sem recompensa financeira condigna que merecemos, mas que pouco a pouco vamos construindo a consciência na sociedade, principalmente a política, de que a educação, se não é panacéia, é o caminho mais seguro para reverter as situações mais inquietantes e vexatórias da vida social.

Um professor que não participa se perde na solidão de suas aulas e não tem como pensar-se como ser participante de um processo maior, holístico e globalizado.

O mundo globalizado para o professor começa por sentir-se parte no seu chão das decisões da escola, da sua organização administrativa e pedagógica.

Se de um lado, devemos levantar a bandeira da tolerância, como um dos princípios do ensino, o respeito às diferenças conjuga-se com esse princípio, de modo a favorecera unidade na diversidade, a semelhança na dessemelhança. Decerto, o respeito às diferenças de linguagem, às variedades linguísticas e culturais, é a grande tarefa dos educadores do novo milênio.

Segundo Coll, Palácios, Marchesi (1995, p.20).

> [...] os professores que valorizam sobretudo o desenvolvimento dos conhecimentos e os progressos acadêmicos têm mais dificuldades em aceitar os alunos que não vão progredir com um ritmo normal nesta dimensão.

O respeito às diferenças não tem sido uma prática no nosso cotidiano, mas, depois de cinco séculos de civilização tropical, descobrimos que a igualdade passa pelo respeito às diferenças ideológicas, às concepções plurais de vida, de pedagogia, às formas de agir e de ser feliz dos gêneros humanos.

Nossa missão é dizer que podemos amar, viver e ser felizes com as diferenças, pois, nelas, encontraremos nossas semelhanças históricas e ancestrais: é, dessa maneira, a nossa forma de dizer ao mundo que as diferenças nunca diminuem, e sim, somam valores e multiplicam os gestos de fraternidade e paz entre os homens.

UMA DIFICULDADE QUE PODE SER SUPERADA

Bauer James (1997) escreveu um livro sobre sua experiência com a dislexia. Foi percebido que Bauer passou por uma dificuldade que se percebida, poderia ter sido amenizada. Ao chegar ao primeiro colegial, com 14 anos de idade, já estava convencido que sua vida estava chegando ao fim, com poucas chances para si, apesar de sua boa vontade. Já desestimulado, frequentava a escola, porque lhe era exigido por lei. Já adolescente, temia que lhe pedissem para ler ou escrever algo.

O livro narra também outras histórias, como quando ao pegar um ônibus, foi encaminhado para um ginásio onde receberia junto aos colegas os horários que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

teriam que seguir pelo resto do ano, por sua grande dificuldade com as letras ele escolheu fazer um curso de oficina elétrica porque já havia trabalhado com seu pai e conhecia todos os tipos de equipamentos que via ao seu redor. Seu professor pediu para que, antes de operar a máquina, ler o material. Foi nesse momento que se perdeu e pulava a maioria das palavras novas e desconhecidas. Seu professor de matemática também pediu que ele fizesse exercícios em suas páginas de caderno e que copiasse anotações do quadro negro, fatos que para ele não eram nada simples e fáceis de realizar.

Somente sua professora de estudos sociais deu a matéria conversando, o que facilitou seu entendimento. E segundo ele relata em seu livro: - "Eu estava entendendo tudo o que ela dizia e se a cada ano o curso fosse apresentado daquela maneira, eu teria aprendido melhor academicamente".

A professora de educação física deu exercícios para copiar e o professor de ciências também. Segundo Bauer, sua energia na escola era gasta em se misturar com os outros estudantes e não ser descoberto com sua dificuldade de leitura.

O temido dia de Bauer chegou. Era o dia da avaliação. Alguns dias depois ao olhar o boletim, viu que recebeu D em todas as matérias, menos em ginástica. Ele ficou arrasado e queria fugir. Com o tempo, Bauer passou por alguns testes e começou a frequentar o laboratório de leitura da escola, composto por mais 12 estudantes. Com os anos, foi descobrindo o seu potencial na leitura, foi se tornando uma pessoa mais feliz e realizada.

Como mostra o relato, não é tão simples assim a vida de uma pessoa disléxica, ainda mais no período escolar, afinal é necessário que o aluno tenha uma série de pré-requisitos que não são encontrados nos portadores de dislexia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dislexia não se refere somente à dificuldade de leitura; a escrita e a soletração também são afetadas.

Uma pessoa com dislexia pode apresentar problemas emocionais, devido à falta de tratamento psicológico diante do acontecimento. Para evitarmos um prejuízo acadêmico e frustrações, é necessário um diagnóstico, e um acompanhamento profissional.

A complexidade do entendimento do que é Dislexia está diretamente vinculada ao entendimento do ser humano: de quem somos; do que é Memória e Pensamento-Pensamento e Linguagem; de como aprendemos e do porquê podemos encontrar facilidades até geniais, mescladas de dificuldades até básicas em nosso processo individual de aprendizado.

O maior problema para assimilarmos esta realidade está no conceito arcaico de que: "quem é bom, é bom em tudo"; isto é, a pessoa, porque inteligente, tem que saber tudo e ser habilidosa em tudo o que faz. Posição equivocada que Howard Gardner (1985) aprofundou com excepcional maestria em suas pesquisas e estudos registrados,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

especialmente, em sua obra Inteligências Múltiplas. *Insight,* que ele transformou em pesquisa cientificamente comprovada, o alçou à posição de um dos maiores educadores de todos os tempos. Gardner (1985) sugere que a avaliação deve fazer jus à inteligência, isto é, deve dar crédito ao conteúdo da inteligência em teste. Se cada inteligência tem certo número de processos específicos, esses processos têm que ser medidos com instrumento que permitam ver a inteligência em questão em funcionamento.

É necessário que o professor tenha um melhor entendimento das questões relacionadas ao desenvolvimento infantil e de processo de aprendizagem, para que o mesmo seja capaz de identificar, prematuramente, as dificuldades que surgem a partir deste contexto e submetê-las ao necessário diagnóstico, diminuindo o sofrimento do aluno e potencializando seu desempenho com metodologias adequadas à aprendizagem efetiva e evolutiva dos alunos.

REFERÊNCIAS

BAUER, J.J. Dislexia: **Ultrapassando as barreiras do preconceito**. São Paulo. Casa do psicólogo, 1997.

BRASIL. **Diretrizes Nacionais para Educação Especial na Educação Básica**. Brasília: MEC/SEESP, 2001.

COLL, C; PALACIOS, J; MARCHESI, A. (Orgs.). **Desenvolvimento psicológico e educação: necessidades educativas especiais e aprendizagem escolar**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995. v.3.

Distúrbios de Aprendizagem; disponível em http://www.dislexiadeleitura.com.br/dislexia.php?sintomas=sintomas acesso 28/09/2015.

GARDNER, H. **Inteligências Múltiplas*: a teoria na prática***. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

GUIMARÃES, Sandra Regina Kirchner. **Aprendizagem da leitura e da escrita**: o papel das habilidades metalinguísticas. São Paulo: Vetor, 2005.

O que é dislexia disponível em: http://www.dislexia.com.br/ acesso 29/09/2015

PAIN, Sara. **A função da ignorância**. Porto Alegre: Artmed, 1992.

MAZZOTTA, M. J. S. **Educação especial no Brasil: história e políticas públicas**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

SAVIANI, D. **Escola e Democracia: teorias da educação, curvatura da vara**. 32ªed. Campinas: Autores Associados, 2003.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A IMPORTÂNCIA DA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PARA UMA MARCA DE MODA

Zuri, Gabriela Maria Moré (Pós-Graduanda em Negócios da Moda: Gestão, Marca e Coleção – Senac São José do Rio Preto); gabriela.mmzuri@sp.senac.br*
Buzzo, Débora (Pós-Graduanda em Negócios da Moda: Gestão, Marca e Coleção – Senac São José do Rio Preto); de.buzzo@hotmail.com

RESUMO
O presente artigo tem como objetivo contribuir para o entendimento da importância de se construir uma imagem eficaz para marcas de moda. Fazendo um paralelo entre o significado da moda na vida pessoal dos consumidores e de como uma marca deve gerar significados subjetivos em suas mentes, apresenta argumentos sobre a relevância do uso da imagem fotográfica com base em estudos de semiótica, branding, da necessidade de analisar os aspectos econômicos que envolvem a indústria do vestuário e alteram o comportamento de compra do consumidor, posicionando-se dessa maneira em um mercado altamente competitivo, assim como analisa a importância da contratação de profissionais capacitados para o desenvolvimento desse trabalho.
PALAVRAS-CHAVE: *Branding*. Semiótica. *Styling*. Produção. Imagem.

The present article aims to contribute to the understanding of the importance of building an effective image for fashion brands. Drawing a parallel between the meaning of fashion in personal lives of consumers and how a brand should generate subjective meanings in their minds, shows arguments about the relevance of the use of the photographic image based on semiotic studies, branding, the necessity of analyze the economic aspects involved in the clothing industry that changes the consumer buying behavior, positioning itself this way in a highly competitive market and analyzes the importance of hiring skilled professionals for the development of this work.
KEYWORDS: *Branding. Semiotics. Styling. Production. Image.*

INTRODUÇÃO

Historicamente, e por séculos a fio, a moda foi vista como algo fútil, como por exemplo, no século XIX quando as mulheres representavam, por meio das roupas, um papel apenas decorativo na sociedade. Mas durante toda a história da humanidade, o uso de elementos indumentários permitiu investigar, como afirmou Barnard (1991, p.91), as "maneiras pelas quais uma ordem social é experimentada e comunicada". Já se reconhece hoje a importância da moda como fenômeno cultural, pois ela se apresenta não apenas como fator participante da evolução das sociedades, mas como um constituinte das mesmas, tornando-as possíveis.

Flügel (1930, p.70) investigou as três funções base da moda: Proteção, que explica que o homem começou a usar peles de animais com a necessidade básica de se abrigar fisicamente, protegendo o corpo do frio, inimigos humanos ou animais, assim como tarefas perigosas; Pudor, com a ideia de que algumas partes do corpo são indecentes e precisam ser cobertas, conceito esse totalmente atrelado à religiosidade, opondo alma e corpo, distinguindo o masculino do feminino e evitando assim sentimentos de pecado; E finalmente, Poder (ou decoração) sendo esse o principal fator que leva as pessoas a se vestirem atraindo a atenção para o corpo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Especificamente na questão do Poder, Barnard (2003, p.78-108) explica que o elemento está ligado: à Sedução, como afirma Rouse (1989, apud Barnard, 2003, p. 87), dizendo que a vestimenta do homem serve para seleção sexual e que, na sociedade, a mulher deve "correr e laçar o homem ao mostrar-se sedutora" e "manter seu parceiro permanentemente excitado"; à Comunicação, com seu uso para afirmar ou fingir uma identidade, já que a moda pode ser utilizada para "refletir, reforçar, disfarçar ou criar um estado de espírito" (Roach e Eicher, 1979 apud Barnard, 2003, p.92) e, no conceito de expressão individual, esse, porém revela um paradoxo entre ser e pertencer, já que o homem tende à necessidade de ser único, mas ao mesmo tempo pertencer a um grupo com o qual se identifique ideológica e esteticamente; e ao *Status*, pois as pessoas frequentemente julgam as outras e as alocam em uma posição social de acordo com as suas vestimentas. Esse status pode ser profissional, familiar, social, entre outros, mas principalmente relativo à sua posição econômica.

O conceito de moda nem sempre existiu e, inicialmente, ela atingiu somente as camadas mais nobres da sociedade sendo sinônimo de distinção social. A partir do século XX, todavia, o contexto da moda passou a se modificar e evoluir alterando paradigmas que imperavam até então, como afirma Stallybrass (2000, apud Façanha & Mesquita, 2012, p.178) sobre a década de 1920 "Já nessa época, as roupas mostradas comunicavam um valor não apenas material, mas também simbólico e identitário, corporificando memórias e relações sociais". Em meados das décadas de 1950 e 1960 (consolidando-se na década de 1980) as roupas passam a ter um caráter totalmente atrelado às ideologias e *lifestyle* das pessoas, pois as intensas transformações sociais que ocorreram nesse século modificaram também a forma como cada indivíduo representava a si mesmo.

Essa necessidade das pessoas em comunicarem quem são, suas preferências e seus gostos através das roupas é uma oportunidade que muitas marcas estão percebendo cada vez mais. Hoje, retratar ou mesmo criar uma realidade social através das roupas e representar um estilo de vida no imaginário do consumidor final atingindo-o, de forma subjetiva, é uma questão de sobrevivência em um mercado tão concorrido. O ser humano tem necessidade de consumir, adornando e muitas vezes recriando o próprio corpo para conseguir construir uma imagem e assim gerar significado de si, mesmo esse significado sendo, muitas vezes, produto do repertório individual de quem o interpreta somente. Dessa maneira a moda torna-se quase uma carteira de identidade, um passaporte que fará a pessoa ser aceita ou não dentro de um determinado contexto social, ou seja, a moda cria e mantém vínculos, vende sonhos de *status*, reconhecimento e posição social.

Construir uma imagem consistente perante a sociedade e criar uma identidade visual é tornar as ideias visíveis aos outros para que esses compreendam a sua existência, ao

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

menos naquele momento, e dessa maneira os aloquem socialmente. Pode-se dizer então que as preferências estéticas são o meio de afirmação da personalidade quando a moda está associada ao fato de que atua como elemento simbólico do "vestir para ser", ainda que isso signifique ou não algo além das aparências. A identidade do ser humano, porém está em frequente transformação, visto que o status é segundo Barnard (2003, pag. 94) algo mutável conhecido como "alcançado", já que o ser humano muda de corpo, idade, gostos, etc.

Uma marca de produtos de moda, assim como os indivíduos, também precisa de uma identidade, que surge como um elemento que permite a diferenciação e a criação de uma personalidade adequada, pois ela só consegue ser assumida e reconhecida através dessa analogia. É o que vai distingui-la dentre tantas outras e tomar posicionamento no inconsciente e também no coração do consumidor. Cada marca precisa carregar um conceito que transmita valores e através deles criar vínculos seguros na mente de seus clientes. É preciso que a marca seja identificada visualmente, minimizando assim o uso de outras estratégias de persuasão, levando o consumidor à compra através de conexões subjetivas, pois quem compra moda está comprando imagem e toda imagem transmite uma mensagem que é direcionada a quem a marca deseja atingir e que deve conter signos implícitos, por meio da semiótica, uma teoria que investiga a formação da significação para afetar o cliente inconscientemente associando e conectando valores e conceitos.

Posicionar-se e diferenciar-se no mercado de moda é cada vez mais urgente em um momento de economia instável em que o comportamento de compra do consumidor vem sendo afetado pela grave crise instaurada em nosso país que produz incertezas quanto ao futuro. "Estamos diante e uma nova realidade de mercado e é preciso entender para sobreviver" (NONIS, 2009).

Ferreira, Demutti & Gimenez (2010), apontam que Maslow, ícone da psicologia no que tange ao comportamento organizacional, quando estabeleceu uma hierarquia das necessidades do ser humano deixou claro quais serão os primeiros itens a serem consumidos diante de uma crise. Apenas após ter suas necessidades fisiológicas e de segurança atendidas é que o consumidor irá "gastar seu dinheiro" com moda (na função básica de poder).

Consequentemente, o mercado está cada vez mais competitivo e a concorrência mais acirrada. Marcas que não criam um processo de identificação com o cliente acabam entrando em um injusto processo de competição que é a briga por preços: Vende aquele que possuir o mesmo produto com custos e consequentemente preços mais baixos, o que acaba trazendo sérios efeitos para o mercado como a diminuição da circulação de capital que faz com que a produção, por conseguinte, diminua, assim como a qualidade dos produtos.

Por isso torna-se de suma importância, analisar diversos fatores na construção de uma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

imagem para uma marca de moda, tais como: *branding*; semiótica; situação econômica; conceitos como *styling* e produção; e a importância do papel de profissionais como produtores de moda e *stylists* nessa criação de imagem. Desta forma, perceber que a construção de uma imagem é multifatorial, é determinante no processo de análise. O objetivo deste trabalho será, então, apresentar e discutir alguns dos diversos fatores envolvidos na construção de uma imagem para uma marca de moda e a importância do produtor de moda neste contexto.

BRANDING

Branding é uma ferramenta do *marketing*, fundamental para empresas do setor de vestuário, pois é uma atividade que trata da construção e posicionamento de uma marca na mente do consumidor, sendo composto por atributos e valores que traduzem a sua essência. Um *branding* bem feito fortalece uma marca, posicionando-a no inconsciente do cliente e criando um vínculo e uma conexão emocional com ele com o objetivo de vencer um disputado jogo de mercado de forma estratégica, criativa e eficaz, gerando assim, valor para a marca. *Branding* é definido então, como estratégia de marca, segundo Guimarães (2006).

> "Na Thymus, definimos Marca como um nome ao qual as pessoas relacionam competências, atitudes e valores, que alimentam expectativas de entregas futuras que são materializadas por experiências proporcionadas por uma Cultura. Estas expectativas impactam a percepção do valor da Marca e o custo do crescimento do negócio. Por isso, gerenciar Marcas é gerenciar experiências e expectativas utilizando a percepção de valor como indicador de sucesso" (apud Cameira, 2013 p. 44).

Em meio a uma disputa cada vez mais acirrada, diferenciar-se dos concorrentes torna-se fundamental, já que a semelhança entre preços e produtos é cada vez mais evidente. Uma das estratégias básicas do *branding* é o estudo aprofundado do *target* da marca. É sabido, cada vez mais, que o consumidor além do produto e da tendência, deseja adquirir uma experiência, que está totalmente atrelada ao seu *lifestyle*, ou seja, à ideologia por detrás de determinada marca e de como ela pode fazer parte e enriquecer seu cotidiano, ou seja, são os atributos intangíveis que vão fixá-la na mente do consumidor. Mesquita (2012, p.42) reforça essa ideia dizendo que "a moda passa a se ligar cada vez mais estreitamente à noção de estilo ou à ideia de atitude". Nesse sentido, o preço do produto torna-se secundário, criando um

> "...valor adicional da marca sob o prisma do consumidor e da empresa que a possui para diferenciar seus produtos/serviços e a própria organização. Para o consumidor, é o quanto ele se dispõe a pagar a mais devido à síntese da experiência positiva de valor que a marca lhe assegura" (KELLER, 2006, p.30)

Construir então, uma imagem forte e relevante no mercado tornando-se parte da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cultura e da vida de certo consumidor, proporciona a ideia de que a utilização de um produto de uma determinada marca o fará integrar-se a esse universo de sonho, criando um vínculo duradouro com ele. Nesse sentido, o *branding* atua para reforçar os valores simbólicos que a permeiam, atingindo mesmo que de forma inconsciente o imaginário e o emocional do consumidor e trazendo a sensação de pertencer àquele estilo de vida.

Um exemplo de sucesso é a carioca Farm que conseguiu levar a essência do "carioca *way of life*" para diversas cidades que vão além das praias do Rio de Janeiro, como a cosmopolita São Paulo, e hoje é uma marca de grande relevância no Brasil todo. Para tanto, um aprofundado estudo sobre a cultura do Rio de Janeiro e dos seus habitantes, foi feito apontando características como:

> "alegre", "jovial", "informal", "despojado", "de bem com a vida", "simpático" e "sociável". A este perfil de um "povo especial/único", se somaria a percepção do Rio de Janeiro como uma "cidade especial/única", onde se coloca uma ênfase nas belezas naturais "ímpares" ali presentes. "Ser carioca", assim, aparece como um "estado de espírito" que pode ser vivenciado mesmo por quem não tenha nascido na cidade, mas more nela e compartilhe de seu estilo de vida. (PEREIRA & BARROS, 2012, p.844)

Com essas representações da cultura e identidade carioca em mãos, fundamentar a imagem e o *lifestyle* da menina Farm e atuar sobre eles foram uma tarefa tranquila, daí a necessidade de compreender o seu *target*. E todo o empenho, desde a arquitetura das lojas até as vendedoras da marca, passando pelo site, são congruentes com os valores que a marca quer passar.

Uma marca de moda deve possuir DNA e essência que traduzam seus conceitos, significados e valores de maneira clara e criar assim relacionamentos significativos e pertinentes com os seus consumidores através de processos conscientes ou não.

Esse esforço torna-se ainda mais necessário, entre outros diversos fatores, devido ao curto ciclo de vida dos produtos. Porém é necessário um direcionamento de comunicação durante toda a sua existência, tão efetivo quanto sua estratégia, que desperte o desejo e atração do consumidor pela marca e consequentemente pelo produto e nesse sentido, a imagem é uma das ferramentas mais poderosas que pode transmitir os conceitos de diferenciação e de posicionamento.

A IMAGEM DE MODA E OS CÓDIGOS SEMIÓTICOS

Toda imagem possui um teor simbólico e os significados atribuídos às imagens são chamados de códigos semióticos. A semiótica, segundo Proni (2009, p.
157) "é o estudo que se ocupa, em primeiro lugar de tudo aquilo que o homem usa para se comunicar" e que "um evento ou uma coisa tem sentido quando, para além da sua aparência superficial, nos diz algo mais". Por trás de uma mera imagem, então,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

existem diversos sinais que geram significados e que nos "dizem algo".

Todo processo de comunicação gera uma mensagem e toda mensagem gera um código que é interpretado consciente ou inconscientemente por qualquer indivíduo, sendo esse capaz de desprender significado de praticamente tudo o que vê. O ser humano em sua essência é visual, ou seja, dos cinco sentidos que possui, o da visão é o que ocupa um maior espaço, cerca de sessenta por cento. Uma imagem pode ter tantos recursos e possibilidades que é natural que os indivíduos se comuniquem através desse sentido, pois a mente consegue decodificar uma imagem antes que o indivíduo pense no que viu. Dessa forma, ao perceber uma imagem o indivíduo cria um elo afetivo, faz uma associação cultural, com base nas suas percepções pessoais e uma associação arbitrária entre o signo e o objeto apresentado.

E já que toda imagem gera um significado que vai permear a mente do consumidor, a moda pode fazer uso dela como um ato de comunicação explícita, através de códigos indumentários. Proni afirma que:

> "por meio do vestuário e do comportamento, produzimos enunciados definidos pelas regras sociais. É a sociedade que "nos enuncia": nós somos o discurso. Vestimo-nos como homens, mulheres, velhos ou jovens, para o trabalho, para a noite, segundo normas que não decidimos e ainda que as infringimos, estaremos mesmo assim, exprimindo nossa diversidade em relação aos outros e a recusa das regras coletivas" (PRONI, 2009, p. 160).

Dessa maneira, fazer uso de códigos semióticos para atingir o consumidor de moda é uma estratégia extremamente eficaz, conforme Proni corrobora (2009, p. 162): "As empresas do setor sabem que representam, por meio dos seus produtos e da sua imagem, valores, e investem vultosas somas para geri- los e comunicá-los" e ainda que "a semiótica pode ajudar na análise das estratégias de comunicação das diversas empresas, no sentido de construir um quadro comparativo dos valores que cada uma delas representa no mercado".

Zibetti, (2007, p.108) citando as imagens publicitárias de moda, nos diz que "Os anúncios publicitários são potentes meios de transmissão de significado utilizados para transformar os bens de consumo em representação do mundo culturalmente constituído" e ainda cita Lipovetsky (2006) dizendo que "da mesma forma que a moda individualiza a aparência dos seres, a publicidade tem por ambição, personalizar a marca" fazendo isso através da imagem fotográfica.

A semiótica atua de forma subjetiva e trabalhando em conjunto com a moda, forma uma das estratégias de persuasão mais eficazes levando o consumidor à compra. Dessa forma "ela serve para apresentar uma razão para a compra que de qualquer maneira precede ou ultrapassa os motivos racionais" (2007, p.109), pois a moda é um meio dinâmico do indivíduo fazer-se notar na sociedade onde impera a supervalorização da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

imagem em um eterno paradoxo entre "ser e pertencer".

CRISE ECONÔMICA NO BRASIL

Não podemos, porém, deixar de analisar o momento de retração econômica pelo qual o país está passando. Variáveis como a queda do PIB, a disparada dos juros e da inflação têm alterado o drasticamente os hábitos de compra do consumidor. O sentimento de incerteza e consequente queda no consumo de bens afeta toda uma cadeia produtiva e principalmente o setor do vestuário. Fazendo um paralelo com a crise de 1929 em Nova York, quando houve uma depressão mundial, a atitude por parte dos estilistas era fazer séries mais baratas e reduzindo custos das peças e assim, o preço que chegavam ao consumidor. A situação atual é parecida: diante da baixa demanda por produtos de moda, as empresas reduziram seus custos e passaram a competir por preço. O consumo de artigos de moda deixou de ser balizado pelo processo de distinção social como sempre foi, conforme afirma Nonis, (2009, p.1) (apud RECH, 2002, 198:23) "a moda é um meio pelo qual o indivíduo como comprador, ao satisfazer suas exigências estético-sociais, influencia toda a estrutura socioeconômica da qual faz parte" e indústria passou a utilizar de uma arma de persuasão: os preços, onde compreender o consumidor passou a ser menos importante para sobreviver no mercado.

Crise é o termo utilizado quando se fala de grandes mudanças afetando economicamente uma região. O momento de desequilíbrio que o Brasil enfrenta causa aumento no desemprego, escassez de produtos, alta na inflação, aumento de impostos, entre outros. Esse conjunto de acontecimentos faz com que os indicadores do país sejam negativos, consequentemente o valor de investimento interno é diminuído e a crença na capacidade do país é questionada.

O medo gerado nos consumidores e abastecido pela mídia, que divulga pontos negativos, leva-os a diminuir seus gastos com moda e dessa maneira as empresas têm menos receita e consequentemente é necessário reduzir custos e isso implica em tornar o produto mais comercial e clássico, conforme afirma Nonis, (2009, p.2) "períodos de instabilidade econômica e de inflação resultam em compras conservadoras e estilos que tragam mais benefícios com o dinheiro gasto" (apud JONES, 2005, p.32) Além disso, trabalhadores são dispensados e dessa maneira não conseguem também exercer seu papel como consumidores, gerando assim uma cadeira de saldos negativos onde todos tendem a perder. Só no setor de vestuário mais de 10 mil pessoas perderam o emprego entre o fim de 2014 e início de 2015 e esse número tende a aumentar.

Porém, a crise também pode ser vista como oportunidade visto que, esse é um momento em que quem possui um bom planejamento e criatividade pode se destacar no mercado. Particularmente trabalhar em conjunto com o setor de prestação de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

serviços, que envolve planejamento estratégico e inventividade, é visto como uma excelente oportunidade para se destacar e tomar a frente do mercado. Fazendo isso, grandes empresas aumentam seus investimentos em ações que irão fortalecer a imagem da marca perante o consumidor e assim transmitindo confiança para que os consumidores realizem novas compras e voltem a movimentar o mercado.

Uma estratégia que muitas empresas brasileiras ou mesmo as estrangeiras que operam no Brasil têm trabalhado é investir em ações que fortaleçam a imagem da marca. Um exemplo é o alto índice de inserção na rede *internet,* fazendo com que os consumidores enxerguem essa marca de maneira mais próxima e amigável, buscando a fidelização e fazendo deles evangelizadores, pois consumidores satisfeitos indicam a marca para outros consumidores. Outro fator que vem acontecendo globalmente é o que o consumidor tornou-se "multicanal", ou seja, ele vê uma publicidade na televisão, pesquisa no computador, *tablets* ou *smartphones* e vai até uma loja física efetuar a compra. Para que as marcas de moda obtenham sucesso com esse novo tipo de consumidor é necessário um excelente planejamento e perfeita execução na identidade da marca: a imagem dela deve ser congruente em todos os canais de comunicação, com linguagem adequada ao seu *target*. Com certeza, as empresas que conseguirem dominar isso terão grandes chances de superar a atual crise do Brasil.

De acordo com Luiza Trajano, fundadora da empresa Magazine Luiza, em todas as crises que o Brasil foi impactado a empresa cresceu em faturamento, sendo hoje uma grande loja *on-line* que possui pontos de vendas físicos para comodidade do consumidor e sempre realizando fortes investimentos para trabalhar a sua imagem.

Cabe aqui citar algumas locuções sobre crise, encontradas a partir de buscas na internet, que explicitam o pensamento popular sobre o tema, mas que não podem ser referenciadas adequadamente: "Em momentos de crise só a imaginação (criatividade) é mais importante que o conhecimento" atribuído a Albert Einstein, e "Quando escrita em chinês, a palavra crise é composta por dois caracteres, um representa perigo e o outro representa oportunidade" de John F. Kennedy.

PRODUÇÃO DE MODA E STYLING

Além de todos os aspectos já analisados, não podemos deixar de considerar a importante figura no Produtor de Moda e do *Stylist* no desenvolvimento de uma imagem de moda eficaz para uma marca. Essa profissão exige sensibilidade, criatividade e muita disciplina, pois trabalha em traduzir através da imagem as histórias vividas, o surgimento, acontecimentos e sonhos de muitas marcas de moda. Esse profissional ajuda na formação de identidade, através daquilo que nossos olhos mais veem: a imagem e, quando a imagem é bem trabalhada ela gera códigos semióticos em cada detalhe que serão interpretados subjetivamente pelos consumidores.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

É o produtor quem cria um conceito e a partir dele agrega valor àquele produto estabelecendo uma conexão particular com o *target* da marca. Ele atua em todos os detalhes de uma produção fotográfica que vai desde a concepção e elaboração do *briefing* até a montagem dos *looks*, passando pela escolha do *casting*, montagem de cenários, formação de equipe e tudo que se fizer necessário para que o trabalho saia como o planejado. Segundo Frange (apud MESQUITA E FAÇANHA, 2012, p.21) "sua função é dar vida a essa imagem e enriquecer sua figuratividade, formando looks e transmitindo ambiências em conformidade com as temáticas abordadas pelo estilista ou pela marca" e assim "despertar o desejo de compra, o desejo de pertencimento àquela marca, o desejo da fantasia com aquele *look*".

Conhecer profundamente a história da marca, o seu posicionamento no mercado e o seu público é fundamental para o produtor de moda, portanto marcas com um *branding* bem trabalhado conseguem excelentes resultados no trabalho em conjunto com o produtor, pois os esforços serão direcionados, certeiros e coerentes com a sua identidade no mercado. E em um mundo com uma quantidade imensa de informações que atingem e sufocam o consumidor a todo momento, Frange ainda diz que:

> "Não há pausa para reflexão. Eles precisam ser seduzidos não mais por um jeans com camisa branca, e sim pela história dessas peças de roupa que foi contada no comercial de TV, nas publicidades dentro das revistas e até mesmo na mala direta que eles recebem digitalmente" (apud MESQUITA E FAÇANHA, 2012, p.24).

Na prática, o produtor é reconhecido por elaborar a composição e formação da imagem em geral, que pode ser comercial ou conceitual e fazer o posicionamento de uma marca através de *lookbook*s e campanhas publicitárias. Ele trabalha a partir de um tema e da criação de um personagem que extraiu da essência da marca, criando um contexto a cada trabalho realizado, fazendo conexões e transmitindo ao seu *target* o desejo de pertencimento àquele universo, penetrando "no imaginário das pessoas, em seus sonhos, fantasias e ser capaz de levá-los a uma viagem onírica de sensações, cores, texturas" Frange (apud MESQUITA E FAÇANHA, 2012, p.35).

Para a concepção de uma boa imagem o nível de cultura, conhecimentos, bom senso, ética, profissionalismo e talento devem ser altos e é o que define um bom produtor. Momentos de inspiração são essenciais para um profissional como o produtor de moda, que deve ter por sua vez, períodos constantes de criação e ideias inovadoras para seus clientes. Uma viagem, alguma pessoa em especial, costumes, valores e tudo o que seja uma fonte de inspiração e faça-os ver sob novos ângulos é sem dúvida de suma importância. Endossando, Mesquita afirma que:

> "Para estar apto a coordenar o processo de transformação de uma imagem em ideia final, o *stylist* deve conseguir circular em um

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> abrangente campo de conhecimento, que inclua metodologia de pesquisa criativa, pesquisa de tendências de moda e comportamento, amplo repertório de história e cultura, teorias estéticas e noções de produção, comunicação e marketing, além de saber dialogar com áreas como design digital, fotografia e artes plásticas" (MESQUITA E FAÇANHA, 2012, p.45).

A dedicação e cuidado com o que se faz são de grande valor, pois sem esses elementos, momentos difíceis não são superados, problemas não são resolvidos e falhas não são esquecidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos realizados para o desenvolvimento desse artigo evidenciam a importância de as marcas de moda criarem uma imagem fotográfica adequada para contato com seu cliente, em uma época em que o comportamento de consumo está sendo modificado e enquanto o país vivencia uma grave crise econômica.

Para esse novo consumidor, a importância da identificação com o *lifestyle* proposto pela marca, associado à experiência de compra, assim como a experimentação positiva de uso é tão ou mais importante que a aquisição do produto em si. O artigo deixa claro que, por meio da imagem, pode-se penetrar e fixar no inconsciente do consumidor por meio de códigos e signos que permeiam seu imaginário e, assim, satisfazer suas necessidades e seus desejos de consumo. Deixa clara a importância das marcas terem diferenciação e personalidade, posicionando-se de maneira subjetiva, quando apenas anunciar um produto já não faz mais sentido e a concorrência está acirrada, estabelecer uma conexão segura com vínculos emocionais profundos com as pessoas. Além disso, enfatiza que a relação do ser humano com a imagem sempre existiu e por esse motivo a marca deve, com a ajuda do profissional de produção de moda e *styling,* imprimir na imagem fotográfica quem ela é, o que ela faz e no que ela acredita, envolvendo, encantando e fidelizando o consumidor final.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARNARD, Malcom. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
CAMEIRA, Sandra. **O Branding e a metodologia de sistemas de identidade visual.** São Paulo: FAU, 2009.
FERREIRA André, DEMUTTI Carolina, GIMENEZ Paulo. **A teoria das necessidades de Maslow:** A influência do nível educacional sobre a sua percepção no ambiente de trabalho. São Paulo: USP, 2010.
FLUGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.
JONES, Sue Jenkin. **Fashion Design: Manual do Estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005. KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégicas de Marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. MESQUITA, Cristiane; FAÇANHA, Astrid. **Styling e Criação de imagem de Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2012.
NONIS, Sharmila. **Comportamento do consumidor perante a atual crise econômica mundial**. Maringá: UEM, 2009.
PEREIRA, Claudia; BARROS, Carla. **Cariocas não gostam de dias nublados**: comunicação, consumo e *lifestyle* no discurso da FARM. Revista Famecos, n. 3, v. 19, dez

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

2012, p. 839-54. SORCINELLI, Paolo. **Estudar a moda:** Corpos, vestuário, estratégia. São Paulo: Editora Senac, 2009.
ZIBETTI, Silvana. **Jeans** – Um símbolo da cultura jovem. Marília: UNIMAR, 2007.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

APLICAÇÃO DE TÉCNICAS DE GESTÃO VISUAL EM GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Mario Cesar Simão Junior; mario.cjunior@sp.senac.br *
Resumo: O presente artigo tem como intuito conceituar e apresentar o uso de técnicas de Gestão Visual, aplicadas no âmbito de Gerenciamento de Projetos, apresentando sua importância e os diferenciais deste estilo de gestão, além de fundamentar os motivos pelos quais ele apresenta benefícios para as organizações. A pesquisa é exploratória, voltada para o Gerenciamento de Projetos, a Gestão Visual e Neurociências.
Palavras- gestão a vista chave: Gestão Visual; Gestão a Vista; Gerenciamento de Projetos; Neurociências; Kanban; Canvas;

Abstract: This article is intends to conceptualize and present the use of visual management techniques, implemented in scope of Project Management, showing its importance and advantages of this management style, as well as substantiate the reasons why it has benefits for organizations. The research is exploratory, aimed at the Project Management, Neuroscience, and Visual Management.
Keywords: Visual Management; Project Management; Neuroscience; Kanban; Canvas;

INTRODUÇÃO

O atual cenário econômico mundial apresenta uma crescente demanda por parte das empresas de modernização e inovação tecnológica, com cada vez mais exigência em termos de qualidade nos produtos e serviços prestados. Neste contexto, as diversas abordagens de PDP (Processo de Desenvolvimento de Produtos) apresentam o uso de Projetos para viabilizar a concepção e desenvolvimento destes produtos.

Diante disso, o Gerenciamento de Projetos vem sendo empregado pelas organizações como uma maneira de organizar e formalizar as atividades e execução dos Projetos, tendo em vista a criticidade deles para as empresas, no sentido de garantir a competitividade e de obter posição de destaque no mercado.

A comunicação é reconhecida como uma das áreas de conhecimento mais importantes do Gerenciamento de Projetos, representando cerca de 90% do esforço de gerenciamento. Além disso, é o elo entre a equipe, partes interessadas, ideias e informações. As falhas de comunicação são a origem da maioria dos problemas encontrados em projetos.

A Gestão à Vista, ou Gestão Visual, vem de encontro a este problema, empregando ferramentas visuais simples para apresentar as informações, de forma clara e colaborativa, com a utilização de quadros, murais, gráficos, painéis e outros elementos que possibilite uma compreensão rápida e objetiva da situação atual.

Neste artigo será apresentado o uso dessa técnica de Gestão na área de Gerenciamento de Projetos, e a importância dessa abordagem. Para isso foi realizado uma pesquisa exploratória com a finalidade de identificar estudos e tendências nesta área de interesse.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DESENVOLVIMENTO

Um pouco de História

Desde os primórdios, o ser humano necessita de formas ou mecanismos de representação, para auxiliá-lo a compreender e a lidar com o ambiente ao seu redor. Isso levou o homem primitivo a reproduzir esses conhecimentos em formas de fácil compreensão, antes mesmo da escrita e da comunicação oral. Portanto, para poder compreender o mundo em que vive, o homem faz uso de diferentes formas de representação, através da figuração. O antropólogo francês Philippe Descola, apresenta em *La Fabrique des Images*, que figurar é tornar visível, através da imagem, os contrastes e as continuidades que aprendemos a perceber no mundo, de acordo com a cultura dentro da qual fomos criados. (DESCOLA, 2011, p.3).

Alinhado a isso, Lopes (2012) simboliza a criação da comunicação visual:

> "O uso de pinturas rupestres, nos interiores das cavernas, retratando o seu dia-a-dia, suas glórias, seus medos, a magia do desconhecido (mágico-religioso), ou, até mesmo, como forma estética, leva o hominídeo do Paleolítico Superior a dar o passo inicial para, através da pictografia, criar uma sucessão de relatos coerentes; designar conceitos abstratos e ideogramas, formando assim, as primeiras formas articuladas da escrita. [...] o homem cria a comunicação visual, bastante utilizada no mundo antigo [...]" (LOPES, 2012, p. 1).

É baseado neste pensamento que se encaixa a comunicação visual, através de representações gráficas que são compreendidas em diversas partes do mundo. Atualmente este tipo de comunicação abrange os mais diversos setores. A imagem se tornou uma forma de comunicação indispensável, sem limites ou restrições quanto à forma de aplicação, tanto no sentido de linguagem quanto no material aplicado.

Neurociência

A Neurociência pesquisa o funcionamento do Sistema Nervoso, em relação a sua estrutura, desenvolvimento, funcionamento e evolução, do seu estado normal (ou patológico), no que se refere aos elementos anatômicos e fisiológicos do cérebro, relacionando-os com outras áreas de conhecimento, como por Teoria da Informação, Semiótica, Linguística, Biologia, Fisiologia, Física, Psicologia e outras, que se dedicam a observar as reações comportamentais, mecanismos de aprendizado e aquisição do conhecimento humano.

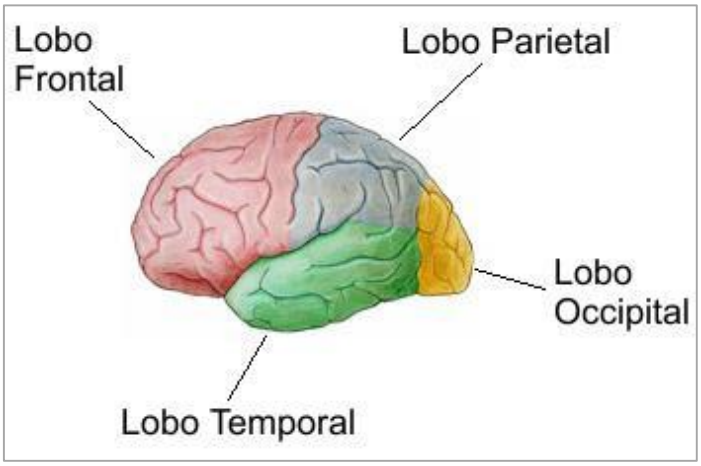
De acordo com Flor & Carvalho (2012), o córtex é considerado como o local de representações simbólicas, construtos de imagens mentais como linguagem do cérebro. O que ele recebe é processado, integrado e distribuído, respondendo com uma ação ou comportamento.

O córtex cerebral por sua vez é dividido em áreas denominadas lobos cerebrais, cada uma com funções distintas e particulares. Lobo é uma das cinco divisões arbitrárias

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

da superfície do cérebro, e cada lobo é nomeado de acordo com a localização em relação aos ossos do crânio: frontal, parietal, occipital e temporal, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Nomenclatura dos lobos cerebrais

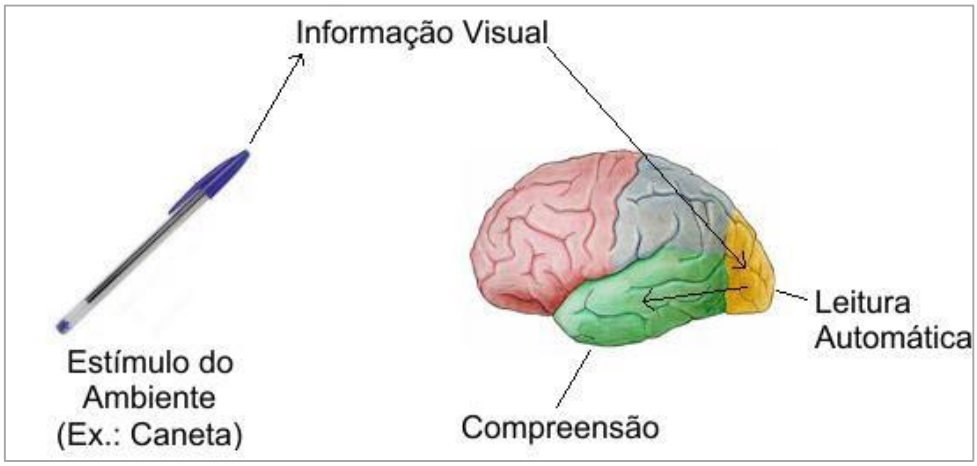


Fonte: Adaptado de (SANTOS, 2002).

De acordo com Cardoso (1997), a região do lobo occiptal-temporal é onde ocorre o reconhecimento visual, tanto da detecção dos estímulos visuais simples, quanto do processamento complexo da informação visual. Esta área do cérebro também é conhecida como Córtex Visual.

A figura 2 representa esquematicamente como a informação visual é interpretada pelo cérebro humano.

Figura 2 – Interpretação de Informações Visuais



Fonte: Adaptado de (FLOR & CARVALHO, 2012)

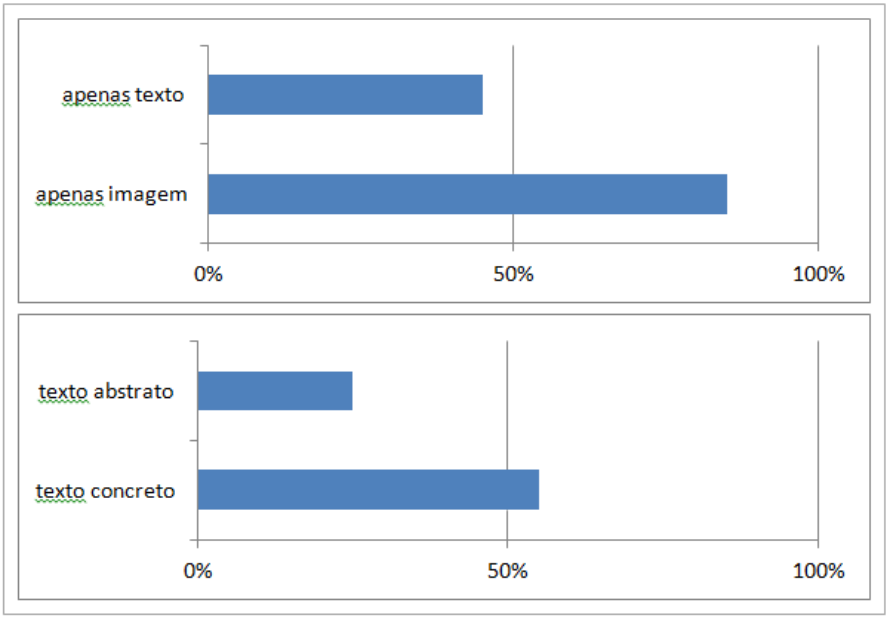
Em seu livro *Brain Rules* (MEDINA, 2008), o Dr. John Medina, biólogo molecular, consultor e diretor do *Brain Center for Applied Learning Research* na Universidade *Seattle Pacific*, compartilha seu interesse, de longa data, de estudos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sobre como as ciências do cérebro podem influenciar a forma como ensinamos nossos filhos e a nossa forma de trabalhar.

De acordo com o Dr. Medina, a visão supera todos os outros sentidos. Ao ouvirmos parte de uma informação, três dias depois nos lembramos de apenas 10% da mesma. Se adicionarmos uma imagem, iremos nos lembrar de 65% da informação. Imagens superam o texto também, em parte porque a leitura é ineficiente para nós. Nosso cérebro entende as palavras como um conjunto de pequenas imagens, e temos que identificar certas características nas letras para sermos capazes de lê-las, e isso leva tempo. A visão é algo grandioso para nós, porque é através dela que historicamente, desde o tempo das cavernas, temos sempre percebido grandes ameaças, suprimentos de comida e oportunidade reprodutiva.

Figura 3 – Imagem vs. Texto - Taxas de Reconhecimento.



Fonte: Adaptado de (MEDINA, 2008)

Os gráficos acima (Figura 3) apresentam as taxas de reconhecimento do nosso cérebro. O gráfico superior eventualmente é interpretado como a capacidade superior de "concretude" para provocar uma sugestão visual.

Gestão Visual

A Gestão Visual é uma técnica de gestão, que faz uso de quadros, painéis, luzes e outras formas de sinalização. Esta técnica existe desde o tempo do Sistema de Produção revolucionário criado e adotado pela Toyota, nos anos de 1948 a 1975. Na época a necessidade era de implantar um controle visual para os problemas que estavam "escondidos".

Podemos definir a gestão visual como:

> "[...] uma técnica de gerenciamento em que a informação é passada de forma visual, ao invés de textual. O principal objetivo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> é promover um entendimento rápido da informação, contribuindo para a eficiência e redução de falhas na comunicação. A ideia é compartilhar informações facilmente, com qualquer pessoa que entre no ambiente do trabalho, desde o presidente até os membros da equipe.” (GUINTHER & BURGUÊZ, 2015, p. 1).

Em resumo, o objetivo desse estilo de gestão é deixar as coisas visíveis e claras, de maneira que se possa fazer um rápido entendimento. Ela pode ser aplicada em empresas dos mais diversos segmentos, através da utilização de sinalização, luzes, painéis, quadros dentre outros meios, conforme apresentado nas Figura 4 e 5 a seguir.

Figura 4 – Exemplos de Gestão Visual.

Fonte: Adaptado de (GUINTHER & BURGUÊZ, 2015)

Figura 5 – Exemplo de Painel de Gestão (indicadores).

Fonte: (CERA, 2013)

Vale ressaltar que, para se desenvolver dispositivos para troca de informações, como, por exemplo, os apresentados nas figuras acima, devemos ter cautela no que diz respeito aos requisitos relacionados às entradas de dados e à forma de exibição.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Segundo PALADINI (2009), esforços da gestão da qualidade no processo ampliam o desempenho dos elementos (equipamentos, pessoas, informações métodos e materiais) que compõem o Processo de Desenvolvimento de Produto - PDP.

Ou seja, tão importante quanto apresentar informações de forma visual é sabermos qual informação apresentar, quais dados são necessários para obtê- las e para quem estão direcionadas.

Gerenciamento de Projetos

Primeiramente vamos entender o que é um projeto. A definição formal de projeto, de acordo com o PMI[30]: "Projeto é um conjunto de atividades temporárias, realizadas em grupo, destinadas a produzir um produto, serviço ou resultado únicos." (PMI, 2013, p. 3).

Projetos são temporários, pois possuem início e fim determinados no tempo, e é único, pois não se tratam de uma operação de rotina (ou seja, um processo), mas um conjunto distinto de tarefas e ações destinadas a alcanças um objetivo em particular. Esse trabalho é realizado por pessoas, que são conhecidas como a Equipe de Projeto, que em alguns casos, pode haver pessoas que não trabalham juntas, e até mesmo vindas de diferentes empresas e regiões geográficas.

Alguns exemplos de projetos são o desenvolvimento de um software empresarial, a construção de um edifício ou de uma ponte, o esforço de socorro depois de um desastre natural, a expansão das vendas em uma nova região geográfica. Todos eles devem ser gerenciados de forma particular (cada um com sua especialização) para apresentarem os resultados esperados, obter o aprendizado e desenvolver a integração necessária para as empresas e organizações, dentro dos prazos e orçamentos estabelecidos.

O Gerenciamento de Projetos é a aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para a execução de projetos de forma efetiva e eficaz (PMI, 2013). Esta é uma competência estratégica para organizações, pois permite que sejam unidos os resultados dos projetos com os objetivos de negócio, melhorando assim a competitividade de mercado. Há muitos anos ela vem sendo praticada informalmente, mas em meados do século XX começou a emergir como uma profissão distinta.

No contexto de gerenciamento de projetos, existem diversas abordagens de trabalho, entre as quais se destacam a tradicional e a ágil. Na abordagem tradicional, tem-se como referência o PMBoK® (PMI, 2013), que é um guia de boas práticas de gerenciamento de projetos. Ele é constituído por diversos processos, ferramentas e

[30] O Instituto de Gerenciamento de Projetos (*Project Management Institute* PMI) é a uma das maiores associações para profissionais de gerenciamento de projetos. Seu trabalho para a profissão auxilia mais de 700.000 membros, profissionais certificados e voluntários em praticamente todos os países do mundo a aumentar o sucesso das suas empresas, evoluir em suas carreiras e tornar a profissão mais madura. Fonte: PMI Brasil. Disponível em: https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatisPMI.aspx

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

técnicas aplicáveis a gerenciar projetos de qualquer natureza. Já a abordagem ágil, é definida como uma maneira nova de se atuar em gerenciamento de projetos, e não é rígida no sentido de processos e práticas. Esta abordagem tem como foco agregar valor ao cliente, simplicidade e utilização de controles visuais – princípios estes preconizados no Manifesto Ágil[31].

Não há uma definição única sobre o gerenciamento ágil de projetos. De acordo com Amaral et al (2011)

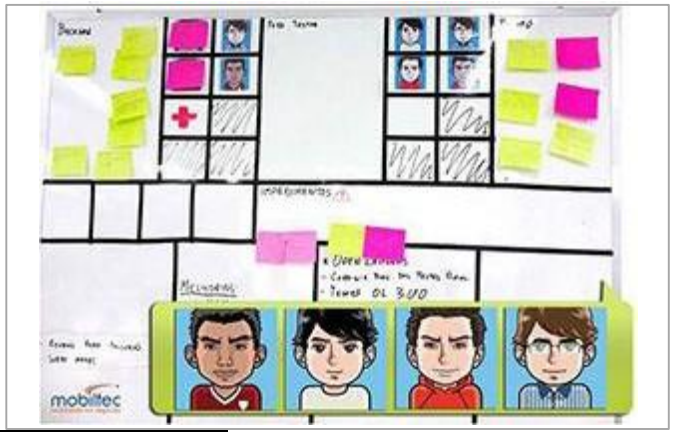
> "[..] não há uma definição única e bem estabelecida sobre gerenciamento ágil de projetos. Endente-se que há uma busca comum de práticas, ferramentas e métodos que permitam a simplificação e maior flexibilidade na condução de projetos" (AMARAL, CONFORTO, BENASSI, & ARAUJO, 2011, p. 11).

Com base em Amaral et al (2011) e Beck et al (2001), podemos entender o Gerenciamento Ágil como sendo, então, uma forma de atuação baseada em diversos elementos (princípios, técnicas, e outros), que é conduzida através de equipes autogeridas, por meio de técnicas de gerenciamento simplificadas.

Em resumo, Amaral et al (2011) define que uma das características do gerenciamento ágil de projetos é a aplicação de técnicas simples e visuais de gerenciamento. Com isso, o compartilhamento das informações do projeto acontece em tempo real, com o envolvimento das pessoas e facilitando a comunicação.

Nesta abordagem é comum observamos a utilização de quadros ou painéis para esse tipo de comunicação. Guinter & Burguêz (2015) afirmam que o formato mais adotado de gestão visual em projetos é o Kanban[32], exemplificado nas figuras 6 e 7 a seguir.

Figura 6 – Exemplo de Kanban



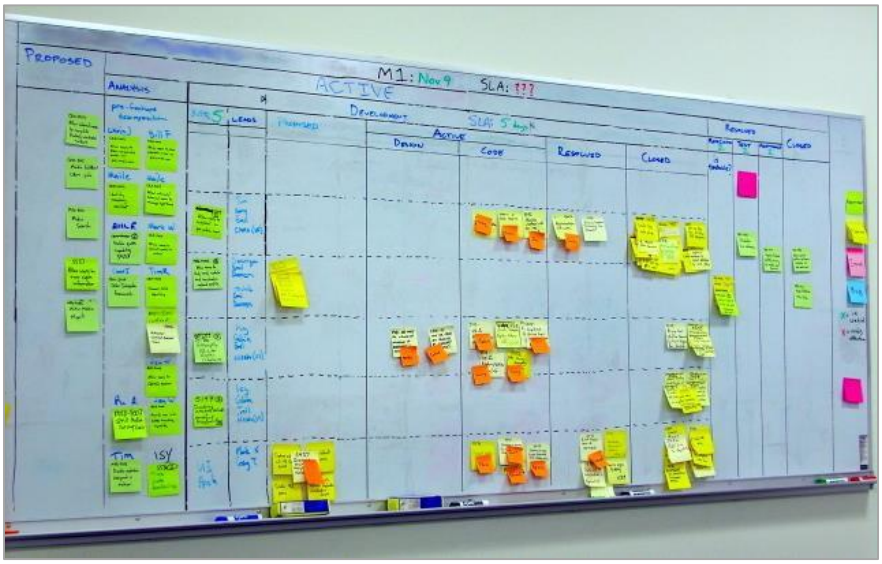
[31] O Manifesto para o Desenvolvimento Ágil de Software, comumente chamado de Manifesto Ágil, é uma declaração de valores ou princípios que servem de base para o desenvolvimento ágil de software. Foi criado em 2001 por um grupo de profissionais experientes da área de software. Fonte: (BECK, 2001)

[32] O Manifesto para o Desenvolvimento Ágil de Software, comumente chamado de Manifesto Ágil, é uma declaração de valores ou princípios que servem de base para o desenvolvimento ágil de software. Foi criado em 2001 por um grupo de profissionais experientes da área de software. Fonte: (BECK, 2001)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: (GUINTER & BURGUÊZ, 2015, p. 2)

Figura 7 – *Kanban board*



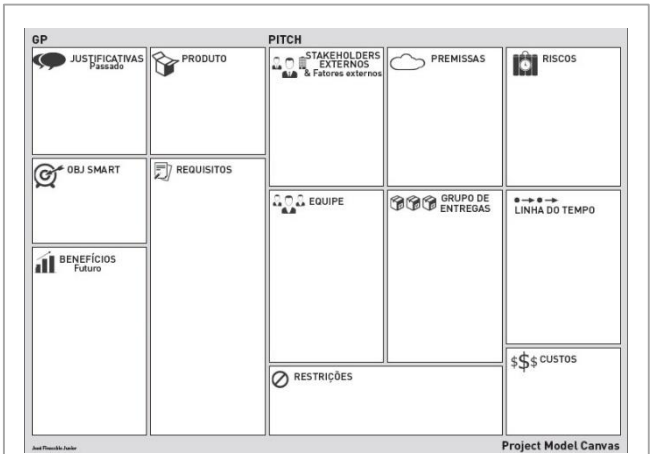
Fonte: (LADAS, 2007)

Não existe uma padronização de como deve ser um Kanban, mas de acordo com Lopes (2015) o mais comum é o uso das colunas "a fazer", "fazendo" e "feito", e além dessas sugere-se um espaço para os problemas identificados ou observações que surgem no decorrer do projeto.

Além do Kanban, existem vários outros métodos de gerenciamento ágil de projetos, que utilizam basicamente um Canvas na realização da concepção, planejamento ou acompanhamento do projeto. A palavra Canvas traduzida quer dizer "telas", que representa a forma como o modelo é apresentado: em telas. Geralmente é utilizado o modelo impresso em papel no tamanho A1.

Vários autores brasileiros desenvolveram técnicas utilizando o Canvas como base, como José Finocchio Junior, Robson Camargo e Paulo Mei – renomados gerentes de projeto, consultores e professores de diversas instituições. Abaixo veremos alguns exemplos de Canvas desenvolvidos por estes autores.

Figura 8 – *Project Model Canvas*



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: (FINOCCHIO, 2013)

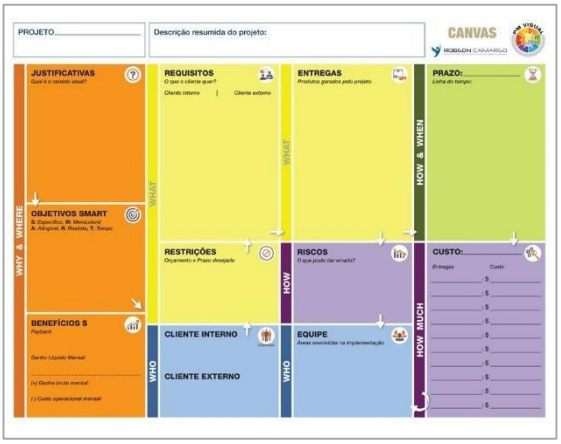


Figura 9 – *Project Model Visual*
Fonte: (CAMARGO, 2015)

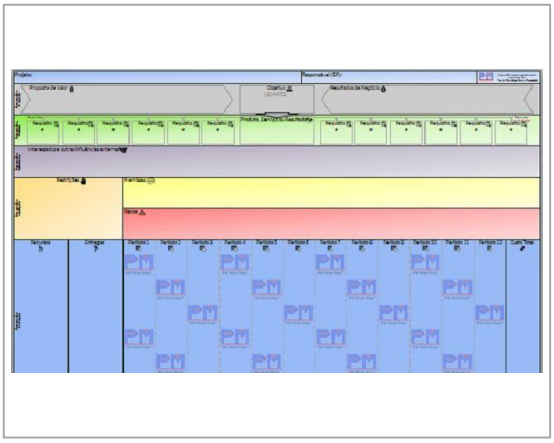


Figura 10 – *PM Mind Map*
Fonte: (MEI, 2015)

Os modelos Canvas tornaram-se populares no mundo corporativo, devido a sua agilidade, versatilidade, facilidade visual, e pelo fato de permitirem uma elaboração de forma colaborativa, atendendo aos princípios do gerenciamento ágil de projetos.

CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo mostrar que o entendimento empírico que muitas pessoas possuem, de que as imagens são compreendidas de uma forma melhor, mais clara e mais fácil, é explicado pela neurociência – ou seja – o ditado popular (supostamente atribuída a Confúcio) "uma imagem vale mais que mil palavras" tem uma explicação científica, demonstrada pela maneira como o cérebro humano reconhece imagens, processa e associa aos seus significados.

Neste sentido, o uso de técnicas de comunicação visual produz resultados melhores do que técnicas textuais e lineares, devido à facilidade de compreensão pelas pessoas.

No âmbito do Gerenciamento de Projetos, o planejamento de projetos convencional é algo extenso, burocrático e pouco visual, geralmente composto de várias páginas escritas. Finocchio (2013) afirma que as empresas que produzem os artefatos de projeto tradicionais, o fazem apenas para cumprir protocolo, ou é construído de maneira rudimentar, e que em grande o Gerente de Projetos e a equipe são sabem a real serventia dessa documentação.

No meu ponto de vista, isso também se deve ao fato de a maioria dos Gerentes de Projeto quererem implantar as metodologias – como no caso da do PMI – na íntegra, sem se preocupar ou entender que estas devem ser adaptadas ao contexto de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

projeto de cada organização. As abordagens tradicionais podem ser utilizadas para gerenciar projetos simples, como elaborar um documento ou organizar uma visita a um parque, como projetos complexos, facilmente encontrados na construção civil, por exemplo, e cabe as empresas ou aos Gerentes de Projeto decidirem qual a melhor maneira de utilizar a metodologia proposta.

Devido a isso, a abordagem tradicional de gerenciamento de projetos tem, de certa forma, perdido representação e recebido críticas, permitindo que as abordagens ágeis sejam propostas em seu lugar. Além disso, Eder et al (2013) esclarece que, devido à ausência da definição dos métodos ágeis, questionar as metodologias tradicionais como "lentas", remetem a juízo de valor negativo, porém este questionamento é subjetivo e inválido, e não deve ser mencionado. Este conceito também é abordado por Ricardo Vargas - especialista em gerenciamento de projetos, autor de livros sobre este assunto, e atual diretor do Grupo de Gestão Sustentável de Projetos da ONU – em um de seus Podcasts[33], em que ele compara as duas abordagens de gerenciamento de projetos.

Porém, a aplicação da gestão visual, proposta pela abordagem de gerenciamento ágil de projetos, é sem dúvida um grande diferencial, devido a todos os benefícios apresentados anteriormente neste artigo, como por exemplo, a simplicidade, possibilidade de visualização rápida, e pela forma participativa de construção, envolvendo os vários membros da equipe a construírem juntos o resultado final. No mundo corporativo, esse estilo de gestão, deve transmitir recados claros, representando relatórios gerenciais com centenas de páginas, procedimentos operacionais exclusivamente descritivos, treinamentos transmitidos por meio de verdadeiras dissertações, ou ainda, complexos sistemas de informação para obtenção de dados gerenciais.

Cera (2013) afirma que em um ambiente profissional, quando aplicamos técnicas de Gestão Visual, fazemos com que qualquer pessoa possa perceber uma situação e reagir de maneira rápida, precisa e adequada, com autonomia. Ou seja, sem precisar perguntar para outra pessoa, ou mesmo, para o computador (CERA, 2013. p. 1). Sendo assim, podemos concluir que a gestão visual pode ser aplicada nas organizações para atender as seguintes situações:

- Retratar dados, tendências, performance e metas – apresentando indicadores através de representações gráficas diversas (barras, colunas, pizza e outros)
- Estabelecer padrões visuais para trabalhos práticos e rotineiros – com a utilização de símbolos ou desenhos representativos, cores e dispositivos de alerta, e também desenhos técnicos e padrões de trabalho

[33] Podcasts são arquivos de áudio transmitidos via Internet, em que os publicadores falam sobre diversos assuntos, semelhante a como acontece em Blogs

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Identificar estruturas organizacionais e processos – através de fluxogramas, organogramas e mapas de processo
- Análise de Problemas – com o uso de diversas metodologias, como o Diagrama de Ishikawa (também conhecido como Diagrama de Causa e Efeito ou Diagrama Espinha de peixe)

Portanto, a gestão visual dissemina o conhecimento das informações, organiza a equipe, gerando um aumento de produtividade.

Ainda sobre a gestão visual, vale ressaltar que esse estilo de gestão é muito empregado no processo de Desenvolvimento de Produtos – PDP, e sua aplicação em empresas de outros segmentos que não indústrias é algo relativamente novo, e vem sendo objeto de estudo de pesquisas mais recentes, como mostra o estudo de Teixeira et al (2012). Sua aplicação em gerenciamento de projetos se mostra muito recente, conforme pode ser observada pela bibliometria deste trabalho.

REFERÊNCIAS

DESCOLA, Philippe. *La Fabrique des Images*. Musée du Quai Branly, 2011 MIETTO, Vera L. *A Importância da Neurociência na Educação*. 2009

FLOR, Damaris. E. CARVALHO, Terezinha. A.P. E. *Neurociência para Educador*. 2012 SANTOS, Rocilene. O. *Estrutura e Funções do Córtex Cerebral*. Brasília. 2002.

FINOCCHIO JUNIOR, José. Project Model Canvas: gerenciamento de projetos sem burocracia. Rio de Janeiro: Elsevier. 2013.

CARDOSO, Silvia Helena. Funções Especializadas do Córtex Cerebral. In Revista Cérebro & Mente: Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Neurociência, no.1, jun-ago1997. Disponível em: http://www.epub.org.br/cm/n01/arquitet/cortex.htm

MEDINA, John. *Brain Rules: 12 Principles for Surviving and Thriving at Work, Home, and School*. 2008.

GUINTHER, Marcel. BURGUÊZ, Paula. *Conhecendo e aplicando gestão visual em projetos ágeis*. 2015. Disponível em: http://www.mobiltec.com.br/blog/index.php/conhecendo-e- aplicando-gestao-visual-em-projetos-ageis/

PALADINI, E. P.. *Gestão Estratégica da Qualidade: Princípios, Métodos e Processos*. 2009.

TEIXEIRA, J. M., SCHOENARDIE, R. P., GARCIA, L. J. MERINO, E. A., & PALADINI, E. P. *Gestão Visual: Uma Proposta de Modelo para Facilitar o Processo de Desenvolvimento de Produtos*. 2012.

PMI. *Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos – Guia PMBoK®*. 5ª. Ed. – EUA: Project Management Institute, 2013.

AMARAL, D.C.; CONFORTO, E.C.; BENASSI, J.L.G.; ARAUJO, C. *Gerenciamento ágil de projetos: aplicação em produtos inovadores*. 2011.

BECK, K. et al. *Manifesto para o desenvolvimento ágil de software*. 2001. Disponível em: http://www.manifestoagil.com.br/

LOPES, Sonia. *Métodos Ágeis para Arquitetos e Profissionais Criativos: Como Planejar e Monitorar seu Projeto Aumentando a Produtividade*. 2015

LADAS, Corey. *Kanban bootstrap*. 2007. Disponível em: http://leansoftwareengineering.com/2007/10/27/kanban-ootstrap/

MEI, Paulo. *PM Mind Map®: a gestão descomplicada de projetos*. 2015

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CAMARGO, Robson. Project Model Visual. 2015. Disponível em: http://www.pmvisual.com.br/o-canvas/

EDER, Samuel; CONFORTO, E.C.; AMARAL, D.C.; SILVA, S.L.; *Diferenciando as abordagens tradicional e ágil de gerenciamento de projetos*. 2013.

CERA, Leandro. *A importância de ser VISUAL*. 2013. Disponível em: http://blog.br.kaizen.com/2013/08/13/a-importancia-de-ser-visual/

SIBBET, David. *Reuniões Visuais: Como Gráficos, Lembretes Autoadesivos e Mapeamento de Ideias Podem Transformar a Produtividade de um Grupo*. 2013.

LOPES, Raimundo A. S. *Da pré a história antiga: o caminho da comunicação*. 2012. Disponível em: http://www.recantodasletras.com.br/artigos/441551

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS ENGENHARIA DE REQUISITOS, MODELAGEM DE ANÁLISE E PROJETO DE SOFTWARE

João Marcelo Rondina (Professor Doutor Coordenador do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu Tecnologia de Desenvolvimento de Sistemas - SENAC São José do Rio Preto); joao.mrondina@sp.senac.br *
Mario Cesar Simão Junior (Professor Especialista Coordenador do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu Gerenciamento de Projetos - Práticas do PMI - SENAC São José do Rio Preto); mario.cjunior@sp.senac.br
Heymer Carmona de Britto (Acadêmico do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu Tecnologia de Desenvolvimento de Sistemas - SENAC São José do Rio Preto); heymer_a7x@live.com

Resumo: A engenharia de software surgiu como uma resposta às questões e preocupações apresentadas pelos clientes e profissionais de tecnologia da informação, num evento ocorrido no final dos anos setenta, que foi chamado de "crise do software". Em decorrência deste movimento, produziram-se os princípios da engenharia de software: trata-se de um conjunto de ferramentas, métodos e processos, cuja base é a qualidade do produto final, o software. Este estudo tem por objetivo apresentar as principais características da engenharia de requisitos, modelagem de análise e projeto de software, três importantes componentes da engenharia de software. A engenharia de requisitos permite aos engenheiros de software, obter um entendimento claro sobre os diversos cenários de utilização de um sistema, antes do início da codificação do mesmo, evitando erros e defeitos.
A modelagem da análise produz os artefatos de software, com detalhes do comportamento do sistema, organização dos dados, colaboração entre estruturas, dentre outros. Neste estudo, são apresentados os principais modelos presentes Processo Unificado, baseados em: cenários, classes, comportamentos e fluxo. Apresenta também referência a uma importante linguagem de modelagem de análise, a Unify Model Language, que permite descrever as características estáticas (diagramas de classe) e dinâmicas (diagramas de transição, colaboração e estados) dos sistemas, dentro do chamado paradigma de orientação a objetos.
O projeto de software permite gerenciar atividades que objetivam garantir que o produto seja entregue ao cliente dentro do prazo estabelecido, em conformidade com os requisitos estabelecidos com os clientes. Isso torna a gestão de projetos indispensável, principalmente pelo fato de que o desenvolvimento de software está constantemente sujeito às restrições de qualidade, tempo e orçamento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Conclui-se que os recursos disponíveis na especificação de requisitos, modelagem de análise e projeto de software são um legado deixado como a resposta da engenharia de software às crescentes exigências dos clientes, volatilidade dos requisitos e complexidade dos sistemas.
Palavras-chave: Engenharia de Software, Especificação de Requisitos de Software, Modelagem de Análise, Projeto de Software

Abstract: Abstract: Software engineering emerged as the response to the nineteen seventies "Software Crisis". The need was made evident by customers and information technology professionals' questions and concerns. These software engineering principals include a set of tools, methods and processes, to describe the software's final quality. This study aims to present the main features of three important concepts: requirements, analysis, and modeling software design. The engineering requirements give software engineers a clear understanding of the system's functionality before development begins. Clear requirements help to avoid errors and defects. Analysis and modeling focus on system behavior, data organization, and collaboration structures. Unified Process is the main model in this study and is based on: scenarios, classes, behavior and flow. In addition, this study reviews the Unify Model Language, and its object oriented paradigm which has static (class diagrams) and dynamic characteristics (transition diagrams, collaboration and states). The software allows users to manage project activities to ensure that the product is delivered according to the requirements and deadlines established with the customers. This improves management's effectiveness on controlling quality, schedule, and budget constraints. We conclude that the available resources in the requirements specification, analysis and modeling is a legacy as the software engineering response to growing and volatility of customer demand.
Keywords: Software Engineering, Software Project, Software Requisites Engineering.

Introdução

A engenharia de software surgiu como uma resposta às questões e preocupações apresentadas pelos clientes e profissionais de tecnologia da informação, num período que se inicia no final dos anos setenta, ainda no século vinte, conhecido como "crise do software". Nesse período, foram relatados por esses profissionais os seguintes problemas: atrasos na entrega de projetos, estimativas de custo imprecisas, necessidades dos clientes não atendidas no produto desenvolvido, falhas de funcionamento dos sistemas, dentre outros.

Em consequência dos problemas da "crise do software", as empresas tinham prejuízos financeiros e também à sua imagem, num mercado competitivo, cada vez mais exigente. Os engenheiros de software perdiam reputação profissional e credibilidade

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

em futuros projetos. Os clientes sentiam-se frustrados e não compreendidos em suas necessidades, e viam a tecnologia da informação com desconfiança.

Como alternativa a esse cenário, surgiu a proposta do uso de métodos, processos e ferramentas para o desenvolvimento de software, a exemplo do que já acontecia em outras áreas da engenharia, como, por exemplo, na construção de edificações e veículos. A figura 1 mostra a relação entre ferramentas, métodos e processos, cuja base é a qualidade do produto final, o software.

Figura 1- Engenharia de Software

Fonte: Engenharia de software, de R. Pressman, 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.

Portanto, a engenharia de software oferece, através de processos e metodologias próprias, uma possibilidade de produzir sistemas para computadores, dispositivos móveis e ambientes cada vez mais complexos, cuja capacidade de processamento, memória e ubiquidade cresce a cada ano.

É surpreendente que, nos dias atuais, muitas das questões apresentadas à comunidade de desenvolvedores, há muitas décadas atrás, ainda continuam a persistir nos mais variados ambientes, nos quais a informática é cada vez mais necessária, como um diferencial competitivo e estratégico: comércio, indústria, serviços, instituições financeiras e na área da saúde.

As próximas seções apresentam um relato de vários elementos, que formam um conjunto de metodologias e ferramentas da Engenharia de Software: requisitos, modelagem de análise e projeto.

Engenharia de Requisitos

Fred Brooks afirma, em sua notável obra "O mito do homem mês", que nenhuma atividade de engenharia de software causa tantos danos, senão feita de maneira adequada, como a engenharia de requisitos (VERNER; OVERMYER; MCCAIN, 1999).

A especificação e gestão de requisitos são elementos importantes para a e processo de desenvolvimento de software. Neste contexto, pode-se apresentar, como exemplo desta relevância, o processo de melhoria da MPS.Br, o qual define, no primeiro nível de maturidade, que uma empresa desenvolvedora de sistemas deva possuir a gestão de requisitos, presente no nível G. Segundo a MPS.Br, *"o propósito do processo Gerência*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de Requisitos é gerenciar os requisitos do produto e dos componentes do produto do projeto e identificar inconsistências entre os requisitos, os planos do projeto e os produtos de trabalho do projeto". (SOFTEX GUIA GERAL DA MPS BR).

A engenharia de requisitos pode ser desenvolvida, segundo Roger Pressman (2011), em várias etapas: concepção, levantamento, elaboração, negociação, especificação, revisão e gerencia. Os engenheiros de software estudam, com mais atenção, o domínio do problema na etapa de elaboração, em que podem ser produzidos documentos baseados em casos de uso, identificando funcionalidades do sistema com mais clareza e precisão.

Todos esses documentos ajudam os analistas a negociar com os clientes os requisitos necessários, evitando que se desenvolva funcionalidades não adequadas ou pertinentes. Entusiastas da modelagem ágil e do processo unificado, como Craig Larman (2002), afirmam que as tarefas de negociação e validação dos requisitos com os clientes são fundamentais, e apresentam estudos que apontam índices acima de 40%, para funcionalidades desnecessárias, em sistemas desenvolvidos no processo tradicional.

Após o levantamento e a negociação dos requisitos, os engenheiros de software podem obter os benefícios de um entendimento claro sobre os diversos cenários de utilização do software, que foram registrados nos casos de uso. Entretanto, nem todos aspectos levantados nesta atividade permitem o início da codificação do software, outro erro muito comum quando se tem em mãos uma lista com as funcionalidades do sistema.

Para a continuidade do desenvolvimento do software, torna-se necessária a utilização de outras ferramentas e metodologias, presentes na modelagem de análise, que será descrita, em maiores detalhes, na próxima seção.

MODELAGEM DE ANÁLISE

A modelagem da análise vai produzir os artefatos de software com detalhes, como, por exemplo: o comportamento do sistema, como os dados são organizados, como suas estruturas colaboram entre si, dentre outros. O engenheiro de software tem à disposição, para realizar a análise o diagrama de fluxo de dados (DFD), o modelo de dados, dentre outros, que utilizam o conceito de orientação a objetos.

Nesse contexto, os desenvolvedores de software têm adotado o Processo Unificado (PU), para a especificação de requisitos e modelagem de análise. O PU utiliza, nas atividades de modelagem de análise, os artefatos da Unify Model Language (UML), que permitem descrever características estáticas (diagramas de classe) e dinâmicas (diagramas de transição, colaboração e de estados) dos sistemas, dentro do chamado paradigma de orientação a objetos.

A modelagem da análise concentra-se na definição das classes e como interagem entre si, para atender às necessidades do cliente. O Processo Unificado é fundamental nessa atividade, e, conforme apresentado na figura 2, há um modelo de requisitos de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

acordo com um determinado ponto de vista: cenário, classe, fluxo e comportamento do sistema (LARMAN, 2011).

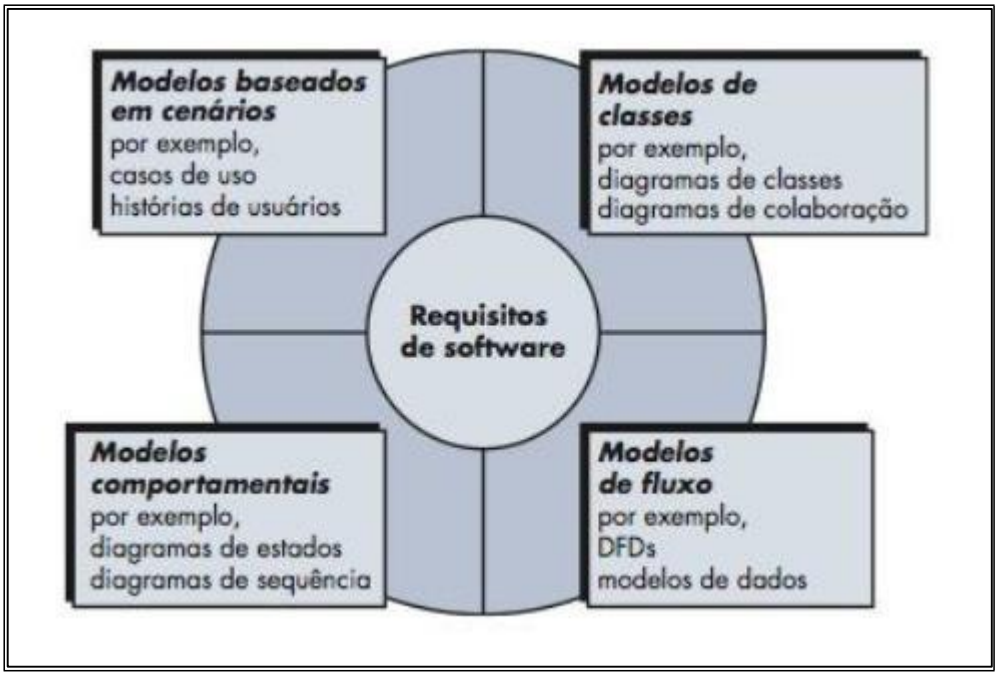


Figura 2 Modelo de requisitos

Fonte: Engenharia de software, de R. Pressman, 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.

A modelagem de análise leva a obtenção de cada um desses elementos, porém o conteúdo de cada modelo pode variar, dependendo do projeto. Uma boa orientação é que a equipe utilize os modelos e elementos que agregam mais valor ao projeto, dentro das seguintes características (PRESSMAN, 2011):

a) Modelos baseados em Cenários

Se a equipe entender como o usuário final quer interagir com o sistema, a capacidade de caracterizar, de maneira correta, os modelos de análise, será mais precisa. A criação de um contrato de comportamento, conhecido como Caso de Uso, define a maneira como um usuário utiliza o sistema de computador para atingir um objetivo. Basicamente, o caso de uso captura as interações que ocorrem entre quem cria e quem utiliza a informação e o sistema em si.

As duas primeiras tarefas da engenharia de requisitos (concepção e levantamento) fornecem informações necessárias para começar a produzir os casos de uso. Para isso, deve-se enumerar as funções e atividades realizadas por um usuário específico, que podem ser obtidas: a partir de uma lista de funções dos requisitos do sistema; por meio de conversação dos interessados; por avaliação dos diagramas desenvolvidos.

b) Modelos de Classes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A modelagem baseada em classes é permite representar os requisitos apresentados pelos usuários na forma de objetos. Linguagens de Modelagem, como a UML, oferecem uma série de modelos gráficos que permitem representar as classes, seus atributos e operações, além do relacionamento entre as mesmas. Os tipos de classe desenvolvidas na modelagem de análise recebem o nome de "classes de entidades" e geralmente são as relacionadas ao negócio, extraídas diretamente do domínio do problema.

c) Modelos Comportamentais

Basicamente, o modelo comportamental relata como o software responde a estímulos dos usuários, quando utilizados. Diferente do diagrama de classes, que representa aspectos estáticos e imutáveis do sistema, os diagramas usados nos modelos comportamentais mostram detalhes dinâmicos do mesmo. A UML novamente fornece subsídios para descrever os aspectos dinâmicos do sistema, como o Diagrama de Transição de Estados e o Diagrama de Sequência.

d) Modelo de Fluxo

O modelo orientado a fluxo tem sua origem na Análise Estruturada de Sistemas, e sua representação gráfica mais conhecida o diagrama de fluxo de dados (DFD). Entretanto, por não fazer parte formal da UML, este diagrama tem sido pouco usado nos projetos atuais, sendo considerado, por alguns desenvolvedores, ultrapassado. A UML possui uma representação gráfica, que serve como alternativa, para indicar o fluxo de um cenário específico de um sistema, o Diagrama de Atividade.

Trata-se de um complemento de outro artefato da UML, o Caso de Uso. Similar a um fluxograma, o Diagrama de Atividade utiliza retângulos de cantos arredondados para representar função, setas para representar o fluxo do sistema, losangos para condições, e as linhas horizontais indicam atividades paralelas ocorrendo.

A figura 3 apresenta um exemplo de um Diagrama de Atividade de um sistema, no qual podemos acompanhar o fluxo de uma matrícula de um aluno num sistema de vida acadêmica. O estado inicial e final do fluxo são representados por esferas preenchidas.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

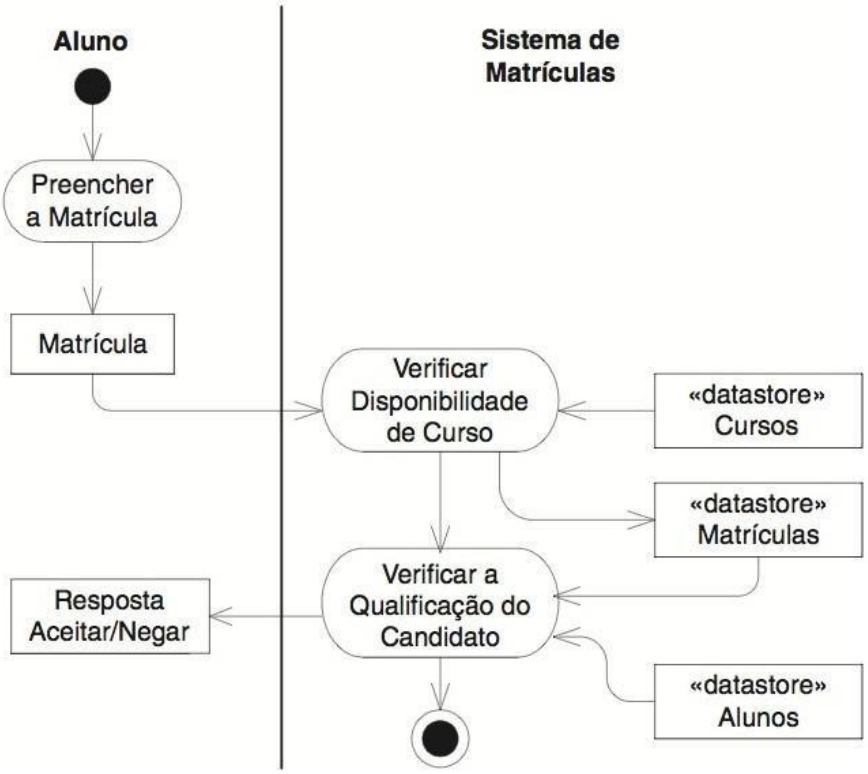


Figura 3 Diagrama de Atividades

Fonte: C. Larman. Utilizando UML e Padrões - Uma Introdução à Análise e ao Projeto Orientados a Objetos e Desenvolvimento Interativo. Bookman, 2011. VitalBook.

PROJETO DE SOFTWARE

Na atual conjuntura econômica mundial, as empresas têm se deparado com a redução do quadro de funcionários e com o aumento da necessidade de especialização técnica. Neste contexto, a necessidade de se trabalhar por projetos tem se tornado vital para as organizações.

De acordo com o guia Project Management Book of Knowledge (PMBOK), projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado único (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2013), e segundo o guia Software Extension to the PMBOK, além de criar novos produtos, projetos de software são muitas vezes realizados para modificar um produto de software existente, para integrar um conjunto existente de componentes de software, para estender as capacidades de um produto de software, ou modificar a infraestrutura de software de uma organização (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2013).

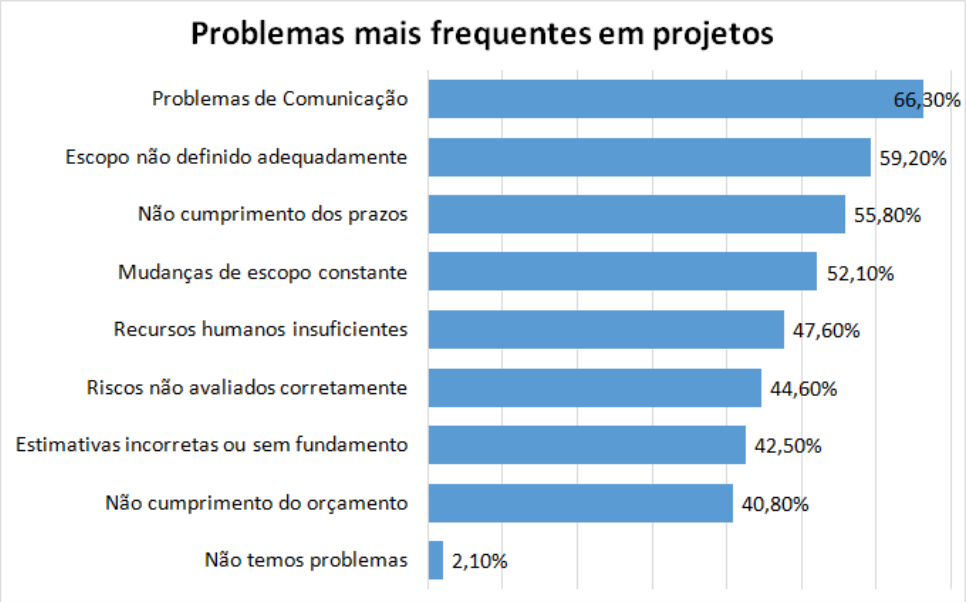
O gerenciamento de projetos de software engloba atividades que objetivam garantir que o produto de software seja entregue ao cliente dentro do prazo estabelecido, e que esteja de acordo com os requisitos estabelecidos. Isso torna a gestão de projetos indispensável, principalmente pelo fato de que o desenvolvimento de software está constantemente sujeito às restrições de qualidade, tempo e orçamento, conforme apresentado na Figura 4. Além disso, devido a essência flexível do software, uma boa

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

prática é utilizar um processo de desenvolvimento dirigido à arquitetura, para que as funcionalidades existentes no projeto e elaboração do sistema possam ser tratadas de forma adequada.

Problemas mais frequentes em projetos

Figura 4 - Problemas mais frequentes em Projetos



Fonte: Adaptado de Estudo de Benchmarking em Gerenciamento de Projetos Brasil 2013, Project Management Institute –Chapters Brasileiros

Em Engenharia de Software, o projeto de software é a etapa do desenvolvimento na qual são modeladas as entidades do sistema que serão construídas posteriormente, com base nos seus requisitos. Esta é a etapa que os engenheiros de software mais apreciam, pois permite que expressem toda sua criatividade na escolha da melhor arquitetura, padrão e interface de usuário para o sistema. De acordo com Pressman (2011), os projetos de software se baseiam em quatro modelos distintos: dados/classes, arquitetura, interface e componentes. Além disso, o autor afirma que a importância do projeto de software pode ser definida com uma única palavra – qualidade (PRESSMAN, 2011). Para garantirmos o projeto de software será realizado com qualidade, é necessário analisar constantemente os itens referentes a corretude[34], completude, clareza e consistência com os requisitos do sistema.

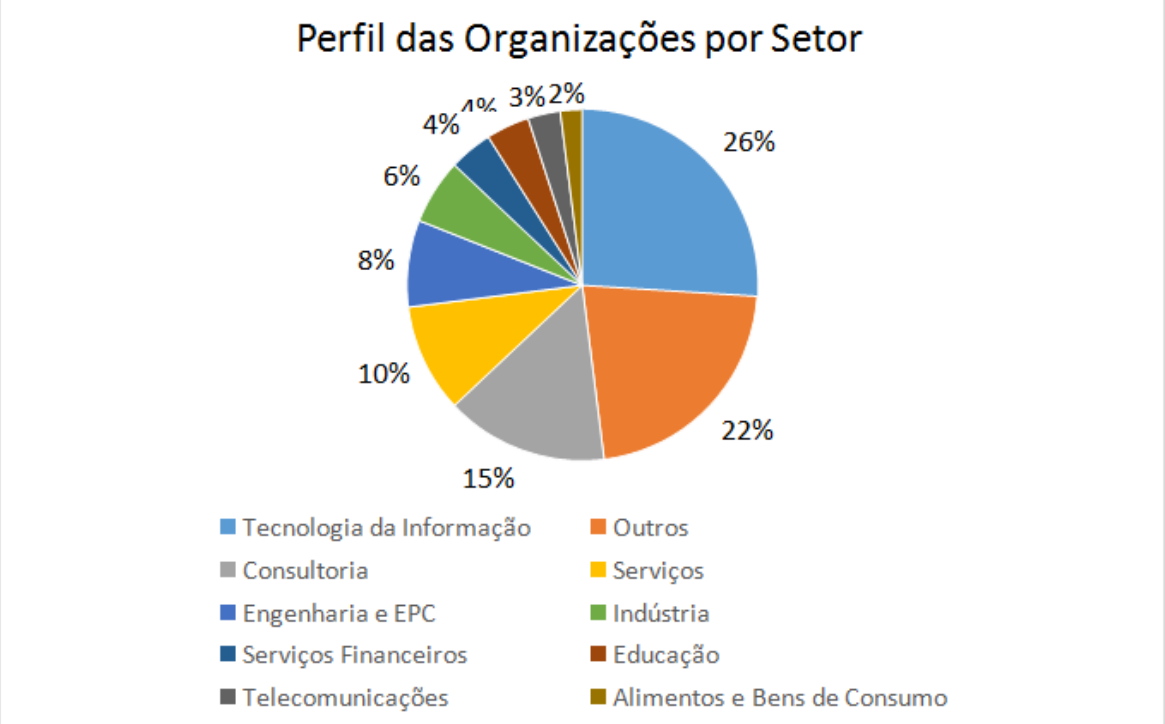
Pode-se afirmar que o projeto de software é o elo de ligação entre a modelagem da análise e a codificação (PRESSMAN, 2011). Para isto existem vários modelos, que permitem organizar e refinar o sistema, como o diagrama de arquitetura e o de componentes, ambos disponíveis na UML. Outros modelos apresentam opções para uso de um padrão de arquitetura mais adequado aos requisitos do software, como o padrão cliente-servidor ou o Model View Controler (MVC), baseado em serviço web.

[34] Corretude significa que os requisitos descrevem as funcionalidades de maneira correta (BREITMAN, SAYÃO, 2005)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Portanto, as empresas têm notado que o gerenciamento de projetos propicia diversos benefícios, permitindo prever situações adversas, evitando impactos negativos de fatores desconhecidos, agilizando a tomadas de decisões e ampliando a esfera de controle gerencial, entre outros. Além disso, em decorrência dos diversos problemas ocasionados pela ausência - ou uso inadequado – da gestão de projetos, as equipes de desenvolvimento de software dificultam ou tornam burocrático o processo de alteração dos requisitos de software, e que em alguns casos provoca um efeito negativo quanto ao seu sucesso. Quanto a isso, tanto as metodologias tradicionais quanto as ágeis sugerem que um bom planejamento de projeto é aquele que admite mudanças. Portanto, é importante que todos os envolvidos – conhecidos como *Stakeholders* ou Partes Interessadas - busquem um consenso de seus interesses, em benefício dos objetivos do projeto.

Figura 5 - Perfil das Organizações por Setor da Economia



Fonte: Adaptado de Estudo de Benchmarking em Gerenciamento de Projetos Brasil 2013, Project Management Institute – Chapters Brasileiros.

As figuras 5 e 6 apresentam a informação que as Empresas e a área de Tecnologia da Informação (TI) são as que mais utilizam metodologias e técnicas de gerenciamento de projetos, conforme estudos recentes do Project Management Institute (PMI).

Devido ao fato de ser mais dinâmica e ter como produto principal algo que é não-palpável, diferentemente de outras áreas de conhecimento, os projetos de software geralmente apresentam diversos problemas relativos à prazo, custo e qualidade, e isso faz com que, atividades relacionadas ao gerenciamento de projeto, nas as empresas de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

desenvolvimento de software, se apresentem com mais importância a cada dia. Neste sentido, podemos afirmar que a definição correta dos requisitos do software, assim como sua gestão, é fundamental para que o projeto obtenha o sucesso esperado, satisfazendo as expectativas e atingindo as metas e objetivos do cliente.

Áreas da Organização que utilizam metodologia de Gerenciamento de Projetos

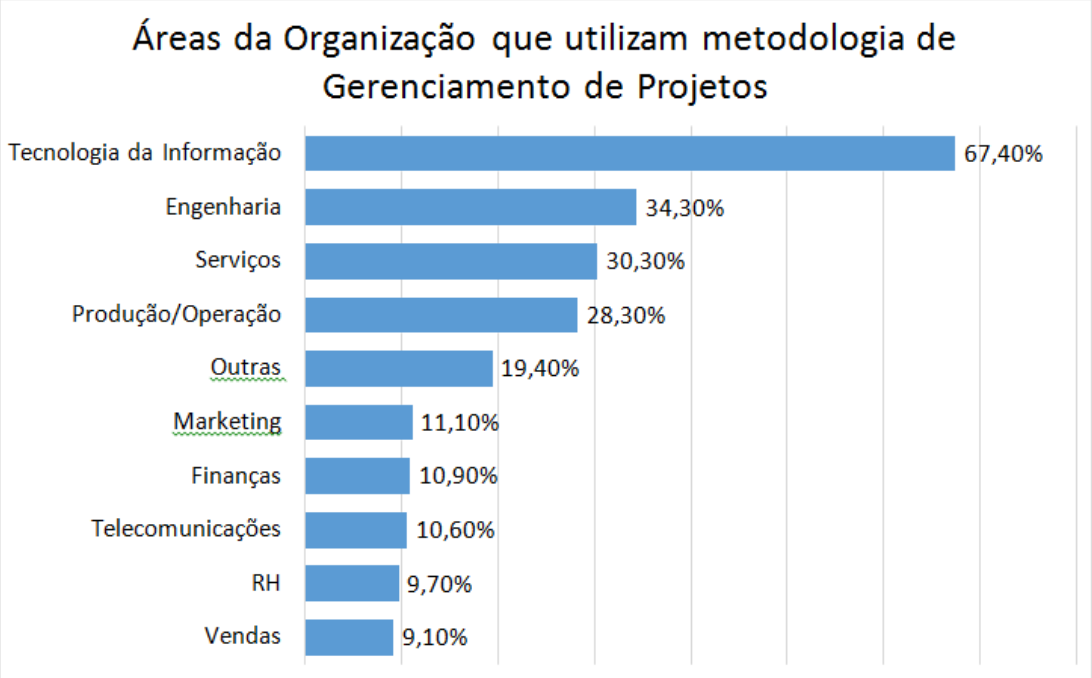


Figura 6 - Áreas da Organização que utilizam Metodologia de Gerenciamento de Projetos

Fonte: Adaptado de Estudo de Benchmarking em Gerenciamento de Projetos Brasil 2013, Project Management Institute –Chapters Brasileiros

Estudos recentes mostram que uma das iniciativas que está em ascensão nessas empresas é a utilização de modelos de maturidade, como o Capability Maturity Model Integration (CMM) e MPS.BR, que buscam a melhoria do processo de software através de métodos, técnicas, ferramentas e atividades relacionadas com gerência de projeto (TORRES, 2013).

CONCLUSÃO

Os recursos disponíveis na especificação de requisitos, modelagem de análise e projeto de software são um legado deixado como a resposta da engenharia de software às crescentes exigências dos clientes, volatilidade dos requisitos e complexidade dos sistemas.

Pode-se concluir que tais recursos da engenharia de software não apresentam uma solução única, definitiva ou infalível, para amenizar e diminuir a recorrência de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

problemas que são conhecidos há tempos e vivenciados por todos aqueles que desenvolvem software.

Entretanto, a utilização de tais conhecimentos e habilidades podem sim aumentar a qualidade de software, proporcionar melhorias em todo o processo de desenvolvimento e trazer as inovações que as empresas tanto precisam para continuarem a ser competitivas.

Este estudo não esgota este tema, pois apresenta outras possibilidades que podem desenvolvidas em trabalhos futuros, que possam aprofundar cada uma das três áreas apresentadas: engenharia de requisitos, modelagem de análise e projeto de software.

AGRADECIMENTO

Os autores deste estudo agradecem a John Mark Clarkin, pelo auxílio prestado na tradução do abstract.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BREITMAN, K. K.; SAYÃO, M. **Gerência de requisitos**. 2005. Disponível em: <http://www-di.inf.puc- rio.br/~karin/TELECOM/index_files/gerencia_req.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2015.

CARDOSO, J. H.; OLIVEIRA, A. A.; ALENCAR, F. Gerenciando a engenharia de requisitos como um processo de negócio: uma revisão sistemática. **Revista de Sistemas e Computação**, Salvador, v. 2, n. 2, p. 142-157, 2012. Disponível em: <http://revistas.unifacs.br/index.php/rsc/article/view/ 2415>. Acesso em: 16 ago. 2014.

ENGHOLM JUNIOR, H. **Engenharia de software na prática**. São Paulo: Novatec, 2010. KOSCIANSKI, A.; SOARES, M. S. **Qualidade de software**. São Paulo: Novatec, 2009. LARMAN, C. **Utilizando UML e padrões**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

PRESSMAN, R. **Engenharia de software**. 7. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2011. PRESSMAN, R. S. **Engenharia de software**. 6. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Software extension to the PMBOK Guide Fifth Edition**. Pennsylvania: Project Management Institute, 2013.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

SOMMERVILLE, I. **Engenharia de software**. 9. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2011.

TORRES, E. J. **Modelo de gestão de projetos para empresas de desenvolvimento de software**. 2013. Disponível em: <http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/1583>. Acesso em: 18 set. 2015.

VERNER, J. M.; OVERMYER, S. P.; MCCAIN, K. W. In the 25 years since The Mythical Man-Month what have we learned about project management? **Information and Software Technology**, v. 41, n. 14, p. 1021-1026, 1999.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ASPECTOS E BENEFÍCIOS ECONÔMICOS GERADOS PELA ECOEFICIÊNCIA E IMPLANTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL DE UMA EMPRESA DO SETOR DE ALIMENTOS

Irzângela Ramos*;
irzangela@hotmail.com

Resumo: A preocupação com a questão ambiental tem levado as organizações a buscarem oportunidades e alternativas de negócios a partir de inovações voltadas para o desenvolvimento sustentável. Dentro dessa realidade, o objetivo geral deste estudo foi: analisar os principais aspectos e benefícios econômicos gerados pela ecoeficiência e implantação de um sistema de gestão ambiental, numa empresa do setor de Alimentos. Como metodologia utilizou-se pesquisas bibliográficas de autores de renome que discorrem sobre a temática, juntamente com um estudo de caso, no qual se utilizou de dados publicados pela empresa-alvo, notando-se o caráter de causa-efeito da pesquisa. A realização do estudo se justificou pelo fato do tema, que envolve responsabilidade ambiental corporativa, ser um meio de configurar a civilização e as atividades humanas, de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente, e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planejando e agindo de forma a atingir pró-eficiência.
Palavras-chave: Sustentabilidade. Ecoeficiencia. Responsabilidade Social.

Abstract: Concern over environmental issues has led organizations to seek business opportunities and alternatives from innovations aimed at sustainable development. Within this reality, the objective of this study was: to analyze the main aspects and economic benefits generated by the efficiency and implementation of an environmental management system , a company in the food . The methodology we used literature searches of renowned authors that discuss the topic , along with a case study , which used data published by the target company , noting the character of cause-effect research . The proposed study is justified by the fact that the issue involving corporate environmental responsibility be a means of configuring civilization and human activity so that society, its members and its economies can fulfill their needs and express its greatest potential in the present, while preserving biodiversity and natural ecosystems, planning and acting in order to achieve efficiency.
Key-words : Sustainability . Economy. Efficiency. Social Responsibility.

INTRODUÇÃO

Atualmente, se faz muito relevante analisar os benefícios da Gestão Ambiental nas empresas, partindo do pressuposto que com a mudança do panorama mundial relacionado ao meio ambiente nas últimas décadas, a variável ambiental vem se transformando num importante diferencial competitivo com o qual as empresas devem se preocupar. Desta forma, um dos principais focos deste trabalho é demonstrar que toda empresa que pretenda: produzir mais e melhor seus bens e serviços, com menos poluição e menos uso dos recursos naturais, deve incorporar os conceitos de responsabilidade e sustentabilidade; e é dentro desta perspectiva que se desenvolveu este estudo, buscando fundamentar a importância do desenvolvimento sustentável, levando em consideração que hoje, há consenso que, para a sobrevivência dos empreendimentos, da sociedade e do planeta, é preciso haver um equilíbrio entre os pilares social, ambiental e econômico. O objetivo geral deste estudo foi analisar os

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

principais aspectos e benefícios econômicos gerados pela ecoeficiência e implantação de um sistema de gestão ambiental de uma empresa do setor de alimentos.

A pesquisa teve delineamento qualitativo, visto que esse tipo de pesquisa:

> tem como objetivo o entendimento particular de uma realidade, pois [...] ela não se preocupa com generalizações, princípios e leis [...] o foco da atenção é centralizado no específico, no peculiar, no individual, almejando sempre a compreensão (MARTINS,1994, p. 38).

Como metodologia utilizou-se pesquisa bibliográfica sobre a temática, que conforme a classificação proposta por Gil (2002, p.44), "a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos".

Realizou-se um estudo de caso, ou seja, uma pesquisa de campo com a empresa, objeto do presente estudo. Segundo Martins (1994, p. 5) "o estudo de caso dedica-se a estudos intensivos do passado, presente e de interações ambientais de uma (ou de algumas) unidade social: indivíduo, grupo instituição, comunidade".

REVISÃO DA LITERATURA

Segundo a literatura de Nascimento et al (2008), sustentabilidade é um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana. Neste aspecto, segundo Rainey (2006) não há um conceito único para o termo desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, o autor esclarece que o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das futuras gerações atenderem suas próprias necessidades. Logo, nota-se que a sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro.

Para um empreendimento humano ser sustentável, Rainey (2006) alega que ele tem que atender 4 (quatro) requisitos básicos, a saber: ecologicamente correto; economicamente viável; socialmente justo; e culturalmente aceito. Para os autores Nascimento et al (2008) e Vilha (2009) o desenvolvimento sustentável trata do desenvolvimento econômico que possa garantir a produção de bens e serviços que atendem ao mesmo tempo às necessidades básicas do ser humano e preservem o meio ambiente.

Segundo Nascimento et al (2008) ao mesmo tempo, a sociedade, na figura de suas ONGs, dos órgãos governamentais, da imprensa e do indivíduo-cidadão (como eleitor, consumidor e acionista/investidor) passa a exigir das empresas, principalmente as de capital aberto, que estas adotem a prática da transparência no seu processo de governança corporativa e distribuição de riqueza, obrigando-as a mostrar, a quem de direito, que estão devolvendo à sociedade os recursos que utilizam para produzir

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

suas riquezas. Mais do que intenção, sustentabilidade *tripple bottom line*[35] é resultado aparente e transparente.

Almeida (2002) evidenciou que a Sustentabilidade Corporativa passou a ser mais que um conceito importante, com um vetor determinante no sucesso das empresas, seja por estimular sua capacidade de interagir com seus *stakeholders*[36] e gerar ganhos para ambas as partes, seja por sua preponderância de construção de reputação, bem como credibilidade a partir de questões como: transparência, ética, cidadania corporativa e responsabilidade social empresarial.

A ecoeficiência adotada na estratégia da empresa proporciona benefícios não apenas internos, visto que a organização pode adquirir vantagens com abrangência ampla, cujos ganhos que as empresas adquirem com a adoção de práticas ecoeficientes estão diretamente relacionados ao ganho de vantagens competitivas. Alguns resultados práticos já podem ser reconhecidos e celebrados,

> (...) entre julho de 1996 e julho de 2001, o Índice Dow Jones de Sustentabilidade ultrapassou com folga o Índice Dow Jones Geral: 18,4% para o primeiro, contra 14,8% para o segundo. O Índice Dow Jones de Sustentabilidade reflete a lucratividade das ações das 312 empresas com melhor desempenho sócio ambiental, dentre as cerca de três mil que compõem o Índice Dow Jones Geral, principal índice bolsista do mundo (ALMEIDA, 2002, p.62).

Resumindo, nota-se que a capacidade de gerar riqueza de uma empresa, na condição de um agente econômico, pode ser considerada cada vez mais, fundamentos que dependam de uma aprovação social, que pode ser obtida com seus processos de satisfação social – mediante instrumentos adotados pela empresa para mostrar à sociedade interessada que é socialmente responsável.

Portanto, as empresas estão cuidando dos aspectos sociais e ambientais e muitas delas possuem um ganho econômico e maior durabilidade em longo prazo, ou seja, proporcionando menor risco ao investidor.

RESULTADOS

A presente seção aborda um estudo de caso de uma empresa do setor alimentício, situada na cidade de Uberlândia, cujas práticas sociais são: Gestão Ambiental, Sociedade e Governo, Atendimento telefônico à pessoa com deficiência auditiva / surdo.

1.1 Gestão Ambiental

De acordo com relatos da própria empresa, ela conduz seus negócios sob um modelo de gestão ambiental que busca harmonizar a produção industrial e preservar os recursos naturais. Sua estratégia é aperfeiçoar cada vez mais seus produtos e

[35] *tripple bottom line* - Tripé da Sustentabilidade ou Triplo Pilar da Sustentabilidade
[36] *stakeholders* - Membros externos a organização

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

serviços, levando em conta o meio ambiente, além de controlar o impacto de suas operações.

Assim, a empresa contribui para a construção de um futuro melhor para as próximas gerações, além de economizar, consideravelmente, com a redução de custos diretos - de consumo de água, energia elétrica e matérias-primas – e indiretos, como, por exemplo, as indenizações por danos ambientais.

Seguem os investimentos que a empresa realiza no campo ambiental:

Figura 1 – Gráfico com investimentos ambientais.

Fonte – Dados coletados na pesquisa de campo (2011).

Essa política de atuação está devidamente documentada. Suas normas e procedimentos dão as diretrizes de todos os compromissos que a organização assume: a diminuição de resíduos, a reutilização de matérias-primas e dejetos e a preservação da biodiversidade. O documento, assinado pela alta direção, é divulgado internamente e para os principais *stakeholders*.

Graças a essas diretrizes, vários avanços foram conquistados, em 2008, quando a companhia passou a aplicar com mais ênfase as diretivas e metas definidas como ideais pelo IFC/Banco Mundial. Especialmente as relacionadas ao consumo de: água, energia e efluentes líquidos, que são bem mais rigorosas que os padrões brasileiros. Além de controlar a geração de resíduos, a empresa toma todas as providências para minimizá-los, de acordo com o conceito dos 3Rs: reduzir, reutilizar e reciclar.

Os resíduos das atividades industriais e dos escritórios da empresa são separados, armazenados e tratados conforme o que está estabelecido no regulamento socioambiental da empresa ou de acordo com as leis que regem os respectivos procedimentos.

Os resíduos sólidos das fábricas, por sua vez, são reaproveitados por meio de reciclagem, compostagem, como biofertilizante, ou até mesmo na fabricação de rações, respeitando as regras do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e do Serviço de Inspeção Federal (SIF). Todas as unidades da empresa possuem programas para a segregação e a coleta de resíduos sólidos.

E por fim, os resíduos perigosos são destinados a empresas capacitadas para tratá-los, devidamente autorizadas, com licença ambiental de operação e transporte.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

1.2 Sociedade e Governo

Em 2009, seu primeiro relatório anual de sustentabilidade, no padrão estabelecido pela *Global Reporting Initiative* (GRI). O relatório traz uma exposição mais ampla das iniciativas da companhia para cada um de seus públicos, contando com 79 indicadores adicionais.

Ainda segundo publicações da empresa, o GRI tem como objetivo estabelecer um modelo para que as empresas prestem conta de suas atividades, de forma ampla, contemplando o seu desempenho social, ambiental e econômico.

E segundo esse relatório, a empresa realiza os seguintes investimentos sociais:

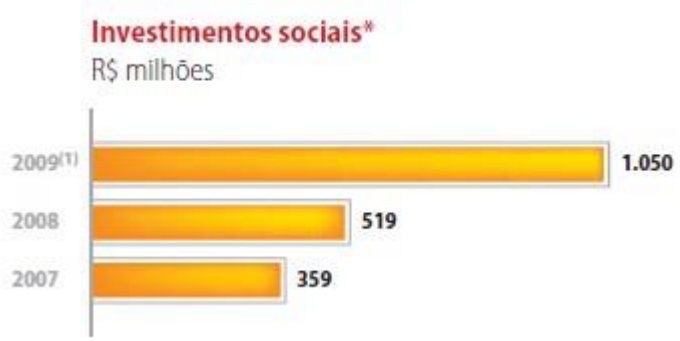


Figura 2 – Gráfico com investimentos social.
Fonte - Dados coletados na pesquisa de campo (2011).

O conjunto de diretrizes e indicadores adotado por esse modelo proporciona a comparabilidade, credibilidade, periodicidade e legitimidade da informação sobre a atuação da empresa. Atualmente, mais de mil companhias no mundo produzem seus relatórios com base no modelo GRI, sendo que 60 delas são brasileiras.

1.3 Atendimento telefônico à pessoa com deficiência auditiva / surdo

A empresa em estudo foi a primeira empresa alimentícia a capacitar a sua área de atendimento ao consumidor para receber ligações de pessoas com deficiência auditiva / surdos. A empresa conta com um sistema especial que permite acoplar uma tela de computador ao aparelho telefônico, para que a conversação possa ser digitada.

Em Setembro de 2005, quando a empresa tornou esse serviço disponível, já existiam cerca de 10 mil residências e 700 telefones públicos no país adequado a esse tipo de conversação.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Diante do exposto, percebe-se que a empresa está em constante busca por novas formas de gestão e medidas que beneficiem seu desempenho; no qual um dos fatores que pode ser citado é quando a empresa publica que:

O Atendimento telefônico à pessoa com deficiência auditiva / surdo também pode ser considerada como uma atitude focada na sustentabilidade, pois afeta diretamente e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

positivamente a sociedade, demonstrando uma responsabilidade social com esses portadores de tal deficiência.

Nota-se que medidas voltadas ao melhor desempenho ambiental são uma alternativa benéfica e, especificamente medidas ecoeficientes, destacam-se como uma forma de inovação ambiental, posto que se utilizam de ações simples e em sua maioria de baixos custos. Estas características apontam adequação à realidade das pequenas e micro empresas, despontando como um potencial para estas organizações já que as grandes empresas demonstram resultados positivos decorrentes da adoção de medidas sustentáveis.

Observa-se assim a grande importância das empresas pensarem em amenizar seus impactos ambientais causados pela produção de seus serviços e produto, através de idéias ou soluções organizacionais que possam ser, ao mesmo tempo, economicamente viáveis e ecologicamente corretas, visando diminuir os danos ao ambiente e, assim, garantir uma qualidade de vida melhor para as gerações futuras e o resultado esperado pelos *stackholders.*

CONCLUSÃO

A competitividade entre as organizações apresenta-se cada vez mais intensa, exigindo assim, estratégias cada vez mais agressivas para a sobrevivência de tais organizações no mercado. Uma vertente a ser considerada é relativa à gestão ambiental, na qual cada vez mais empresas estão aderindo para externar à sociedade sua preocupação com o desenvolvimento sustentável e ao mesmo tempo em que busca a manutenção de suas fontes de recursos naturais.

Nesta revisão de literatura foi observado que empresas de grande porte são as que mais dão atenção a questões ambientais, principalmente devido à legislação e padrões internacionais de consumo. Observa-se que diante essa consciência ambiental as empresas continuam trabalhando com os mesmos pontos sendo que de forma mais voltada para resultados menos degradantes, melhorando a imagem da empresa, tendo menos prejuízos por diminuir os desperdícios e vislumbrando o cuidado com o ambiente como mais uma oportunidade. São adaptações simples as quais trazem benefícios internos e externos à empresa, seus resultados podem ser percebidos em curto prazo e melhorados continuamente para resultados positivos perenes.

Após esse estudo de caso, pode-se concluir que a empresa se preocupa com o Desenvolvimento Sustentável e com a sua Gestão Ambiental, procurando equilibrar os seus ganhos financeiros com a amenização de impactos ambientais, através da ecoeficiência.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. **O Bom Negócio da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002. GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de Monografias**. 2. ed. São Paulo: Atlas. 1994.

NASCIMENTO, Elimar P. et all. **Economia, meio ambiente e comunicação**. Garamond, Rio de Janeiro, 2008.

RAINEY, D. L. **Sustainable Business Development**: Inventing the Future through Strategy, Innovation, and Leadership. New York: Cambridge University Press, 2006.

VILHA, A. M. **Gestão da Inovação na Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: Uma Análise sob a Perspectiva do Desenvolvimento Sustentável**. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Política Científica e Tecnológica, Instituto de Geociências, Campinas, 2009. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000441155. Acesso em 10 de Agosto de 2013.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

EDUCAÇÃO E TRABALHO: DESAFIOS E PERSPEVTIVAS NO ÂMBITO DA FORMAÇÃO E PRÁTICA PROFISSIONAL DO ASSISTENTE SOCIAL

Angelina Martins (Assistente social do Senac São José do Rio Preto. Programa de Pós- Graduação em Serviço Social. UNESP - campus de Franca-SP Brasil. E-mail: angelinamartins.b@gmail.com)
Josiani Julião Alves de Oliveira. (Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da UNESP - campus de Franca-SP Brasil. E-mail: josianiju@hotmail.com)
Paula Ravagnani Silva (Programa de Pós-Graduação em Serviço Social. UNESP - campus de Franca-SP Brasil. E-mail: paularavagnani1@gmail.com)
Priscila Maitara Avelino Ribeiro (Programa de Pós-Graduação em Serviço Social. UNESP - campus de Franca-SP – Brasil. E-mail: maitara@hotmail.com)

esumo: **(1) INTRODUÇÃO:** O referido artigo se consolida como ensaio teórico perante um processo investigativo e aborda as reflexões a despeito dos alicerces da formação profissional do Assistente Social nas esferas da Educação no Ensino Superior. Perante o exposto, houve o estudo da "Categoria de Mediação" e do trabalho socioeducativo da profissão**. (2) DESENVOLVIMENTO:** O presente estudo se pauta na análise da formação profissional do Assistente Social dentre as questões para o debate contemporâneo e o estudo e reflexão da categoria de mediação em sua complexidade e especificidades com relação ao desvelar a realidade complexa e a intervenção profissional do Assistente Social, em concordância com a dimensão socioeducativa do trabalho profissional dentre os desafios consolidados no "mundo do trabalho". **(3) METODOLOGIA:** Para tanto, houve o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica para contemplação dos objetivos propostos e como forma de análise da investigação**. (3.1) REFERÊNCIAS:** Alba Maria Pinho de Carvalho (1984) sobre a formação profissional do Assistente Social, Reinaldo Nobre Pontes (2009) acerca da Mediação e Serviço Social, Wiataiana de Freitas Elias e Cirlene A. H. S. Oliveira, a respeito da Dimensão Socioeducativa do Serviço Social, dentre outros. **(4) CONSIDERAÇÕES FINAIS:** Dessa forma, através da análise histórica da formação profissional dos Assistentes Sociais e os desafios que se consolidam em tempos atuais, nas esferas da Educação em interface com o "mundo do trabalho", há ênfase na intervenção na realidade social por meio das mediações, em meio à dimensão socioeducativa do trabalho profissional.
Palavras-Chave: educação. mediação. serviço social. trabalho.

Abstract: (1) Introduction: The article is consolidated as a theoretical test before an investigative process and addresses the reflections in spite of the foundations of vocational training of the social worker in the spheres of education in higher education. In view of this, there was the study of "Mediation Category" and socio-educational work of the profession. (2) DEVELOPMENT: This study is guided in the analysis of vocational training of the social worker among the issues for the contemporary debate and study and reflection on the category of mediation in their complexity and specificity with respect to unveil the complex reality and professional intervention the social worker, in accordance with the socio-educational dimension of professional work among the challenges consolidated in the "world of work". (3) METHODOLOGY: For this, there was the development of literature for contemplation of the proposed objectives and in order to analyze the research. (3.1) REFERENCES: Alba Maria Pinho de Carvalho (1984) on vocational training of the social worker, Reinaldo Noble Bridges (2009) about the Mediation and Human Services, Wiataiana de Freitas Elias and Cirlene AHS Oliveira, about Socio dimension of Service Social, among others. (4) CONCLUSION: In this way, through historical analysis of the training of social workers and the challenges that are consolidated in recent times, the Education spheres interface with the "world of work", there is an emphasis on intervention in social reality through mediation, through the social and educational dimension of professional work.
Keywords: education. mediation. social service. Work.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O referido artigo advém de um processo investigativo, tendo por finalidade realizar uma análise perante a origem do Serviço Social, a partir de uma contextualização histórica das mudanças perpetuadas na profissão em interface com as questões nas esferas educacionais do Ensino Superior.

Assim, atentando aos objetivos propostos, o referido artigo, se caracteriza como ensaio teórico e houve o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica para contemplação dos objetivos propostos e como forma de análise da investigação, sendo organizado em tópicos, acrescidos dessa introdução e das considerações finais.

Dessa forma, inicialmente realizou-se uma reflexão histórica do surgimento do Serviço Social, permeando os desafios no âmbito da Educação no debate contemporâneo. Posteriormente, trouxe a análise da Categoria de Mediação no desvelar da realidade complexa e suas particularidades, para a compreensão da práxis profissional do Assistente Social, no contexto do trabalho socioeducativo perante os desafios e possibilidades nas esferas do "mundo do trabalho".

DESENVOLVIMENTO

FORMAÇÃO PROFISSIONAL DO ASSISTENTE SOCIAL: QUESTÕES PARA O DEBATE CONTEMPORÂNEO

As transformações em âmbito mundial, advindas da atual conjuntura econômica, cultural e social, acarretam rebatimentos em diversas esferas, dentre elas, a formação profissional e a educação. Com a globalização em meados de 1990, o sistema educacional de modo geral, vem apresentando profundas transformações, adequando as políticas educacionais aos ajustes da esfera no setor econômico.

A direção da política educacional no ensino superior tem apresentado um crescimento de instituições privadas que não priorizam o ensino, pesquisa e extensão. Outro fator ainda agravante é o aligeiramento de propostas de curso sequenciais como mestrado profissionalizante, redução de tempo para conclusão de mestrado e doutorados, além da modalidade á distância, são exemplo que sintetizam esta lógica de mercado. (YAZBEK, 2009).

Com tais mudanças supracitadas, o Serviço Social assim como diversos cursos, tem sofrido as consequências desta lógica, que tem influenciado o campo da educação, em seus diversos níveis, tanto a educação básica, como a do Ensino Superior.

Vale dizer, que as transformações societárias refletem no processo de formação profissional das áreas diversas do saber, culminando a necessidade de superação de tais práticas, com revisão de projetos pedagógicos, projeto profissional, que atenda de fato, as reais demandas apresentadas na atual realidade social.

A partir desta breve contextualização, faz-se necessário fazer uma síntese do processo histórico de criação do Serviço Social, para então compreender o processo constitutivo do Serviço Social e de sua identidade profissional.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O Serviço Social surge vinculado à Igreja Católica, desenvolvendo a ação social, pautado em pressuposto nas bases neotomista, ou seja, na fundamentação da doutrina da igreja. Houve algumas influências durante o processo de formação do Assistente Social, em um primeiro momento era baseada no pensamento europeu, a partir do modelo franco-belga, ou seja, uma formação meramente moral, centrada em valores conservadores da Igreja Católica. (ANDRADE, 1996).

Em 1932 em São Paulo, há criação do Centro de estudos e Ação Social- CEAS, que tinha o objetivo de efetivar uma formação técnica para o desempenho da ação social, pautada na dominação da igreja. Mais tarde, surge a primeira escola de Serviço Social em 1936 em São Paulo, desvelando a emergência do cenário brasileiro.

Outra consideração á ser feita, é a respeito da influência norte americana, após a Segunda Guerra, que importou os métodos de Serviço Social de Caso, de Grupo e de Comunidade, almejando uma ação eficaz no trabalho social e limitando na ação "ver, julgar e agir".

O Serviço Social seguia meramente uma prática técnica, á favor da Igreja Católica e da dominação do Estado, espalhando o consenso e a repressão da população, que fez com que os profissionais Assistentes Sociais repensassem sua identidade profissional.

A formação profissional sofreu várias transformações no mundo do trabalho acompanhando as mudanças societárias e das consequências geradas. Em 1960 o Serviço Social começa a desenvolver uma perspectiva crítica ao Serviço Social Tradicional, unindo forças com movimentos sociais. (ANDRADE, 1996).

Em meados de 1960-1970, há uma tentativa de ruptura com as bases conservadoras, que mais tarde ficou conhecido como "Movimento de Reconceituação", que representou à recusa das práticas do Serviço Social conservador, unindo forças entre profissionais e órgãos representativos pautados numa perspectiva crítica nas bases da teoria social crítica.

Diante das manifestações realizadas e desenvolvidas no interior da categoria, vários fóruns, seminário, encontros, congressos, foram realizados para discutir a formação profissional e consequentemente as mudanças no currículo de formação e no perfil do profissional até a atualidade.

Em âmbito nacional através de entidades organizativas da categoria, especialmente pela ABEPSS, instituiu um fórum de discussão sobre o projeto político-acadêmico do curso de Serviço Social fomentando a concretização de um novo currículo mínimo, foi realizado na XXI Convenção Nacional da ABESS, (hoje ABEPSS), neste sentido Carvalho (1984), afirma:

> A aprovação desta nova proposta de currículo mínimo impõe a exigência de revisão curricular a todas as Unidades de Ensino de Serviço Social no país, devendo antes de tudo, constituir-se a expressão de um amplo processo de avaliação e redefinição da formação profissional, desenvolvido com a participação efetiva

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> de professores, alunos, supervisores e profissionais. É fundamental que todos esses segmentos significativos que, nas suas diferentes formas de inserção, estão configurando o Serviço Social no contexto da realidade brasileira participem, de fato, do processo de revisão curricular, contribuindo, de forma específica, na definição do currículo pleno para que as propostas atendam às exigências específicas de cada realidade regional e às exigências fundamentais do atual momento histórico. (Carvalho, 1984, p. 110)

Para as reflexões de discussões presentes, faz-se necessário apresentar alguns apontamentos, realizados pela autora Oliveira (2010) acerca da formação profissional em Serviço Social:

> 1) A primeira é a discussão feita em nosso projeto curricular, ao afirmar que "os princípios norteadores do processo formativo são direcionados à formação de um profissional dotado de competência teórico- crítica, com uma sólida aproximação das vertentes do pensamento social contemporâneo e suas expressões teórico- práticas no Serviço Social a exigir a afirmação de trato teórico-metodológico rigoroso aliado a um atento acompanhamento histórico da dinâmica da sociedade". É por isso que o maior desafio está na articulação entre a profissão e a realidade social, certo que o Serviço Social não atua apenas sobre a realidade, mas na realidade. (OLIVEIRA,2010,p.738)

Ou seja, é preciso que para além da intervenção sobre a realidade, o profissional intervenha "na realidade", a partir de um processo formativo que lhe garante competência teórico-crítica, com uma vertente teórico-prática, e por fim, na firmação no trato teórico e metodológico rigoroso, através da teoria social crítica.

A segunda afirmação sobre a formação profissional do Assistente Social, Oliveira (2010, p.738) destaca:

> 2) A segunda é a definição do perfil do bacharel em Serviço Social estabelecido coletivamente pela Abepss para todo o território nacional: profissional que atua nas expressões da questão social, formulando e implementando propostas para o seu enfrentamento, por meio de políticas sociais públicas, empresariais, de organizações da sociedade civil e movimentos sociais; profissional dotado de formação intelectual e cultural generalista crítica, competente em sua área de desempenho, com capacidade de inserção criativa e propositiva no conjunto das relações sociais e no mercado de trabalho; profissional comprometido com os valores e princípios norteadores do código de ética do assistente social.

A segunda consideração é sobre a definição elaborada pelos órgãos representativos da categoria a ABEPSS na formulação do perfil do bacharel em Serviço Social, estabelecido coletivamente.

Vale destacar alguns avanços que a categoria conquistou, em 1993 houve a aprovação do novo código de Ética do Assistente Social, que foi realizado mediante revisão do código de1986, apresentando um amplo e profundo debate da profissão, reforçando inclusive o compromisso ético e político dos Assistentes Sociais. Outro

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

marco, foi que em consonância com o novo código, surge à lei Orgânica da Assistência Social (LOAS), além da lei de Regulamentação da Profissão 8662/93.

As Diretrizes Curriculares de 1996 apresentam definições que buscam formas de enfrentamentos às expressões da Questão Social, sendo elas: capacitação teórico-metodológica, ético- política e técnico-operativa para:

> [...] apreensão crítica do processo histórico como totalidade; investigação sobre a formação histórica e os processos sociais contemporâneos que conformam a sociedade brasileira, no sentido de aprender as particularidades da constituição e desenvolvimento do capitalismo e do Serviço Social no País; apreensão do significado social da profissão desvelando as possibilidades de ação contidas na realidade; apreensão das demandas – consolidadas e emergentes – postas ao Serviço Social via mercado de trabalho, visando a formular respostas profissionais que potenciem o enfrentamento da questão social, considerando as novas articulações entre público e privado; exercício profissional cumprindo as competências e atribuições previstas na legislação profissional em vigor. (ABESS/CEDEPSS, 1997, p. 62)

A formação profissional dos Assistentes Sociais, não deve ficar restrita nos "muros da academia", e nem mesmo finalizar na graduação, é preciso que o Assistente Social busque uma formação permanente pautado no seu projeto ético político, e no compromisso da qualidade da formação permanente, seja em uma pós-graduação de latu sensu, ou strictu senso, mestrados e doutorados, com uma visão crítica da realidade social, para intervir sobre ela.

Destarte, é preciso compreender como que é realizado a intervenção profissional nos tempos presentes de intensas transformações societárias, e como o Assistente Social consegue intervir na relação trabalho X capital, perante a classe trabalhadora, dentre a relação do Estado e Sociedade Civil.

Para tanto, é necessário analisar os conceitos e definições da "Categoria de Mediação", para entender o trabalho do Assistente Social e sua intervenção profissional com formação continuada com compromisso ético e político com os serviços prestados.

A CATEGORIA DE MEDIAÇÃO NO DESVELAR DA REALIDADE COMPLEXA

O Serviço Social na contemporaneidade é desafiado pelos multifacetados fenômenos globais que afetam todos os segmentos da sociedade, de maneira que na realidade social – produto do movimento histórico das relações sociais objetivado no exercício profissional do Assistente Social – se particularizam inúmeras situações nos mais diferentes espaços sócio ocupacionais que ampliam e legitimam novos campos de atuação profissional.

Para Heller (2000), a vida do indivíduo é simultaneamente composta por processos particulares e genéricos (universais), construídas sob dadas condições históricas da vida cotidiana, portanto, a compreensão da realidade não é tarefa simples. A realidade rica e plena de contradições é complexa e se apresenta de maneira muito restrita:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> No plano da imediaticidade […] as partes aparecem invariavelmente como identidades-consigo-mesmo, isto é, despidas de mediações, portanto, desistoricizadas ou como diversidades abstratas, mutuamente excludentes, segmentos estanques do real. Por isso, somente a razão, através da sua capacidade de negatividade, é capaz de destruir a imediaticade e ultrapassar a aparência dos fatos. (PONTES, 2009, p. 82)

O caráter interventivo do Serviço Social comprometido com os preceitos éticos e políticos da profissão, requer que o Assistente Social, tenha a percepção de que há algo além da representação imediata, instigado pela busca de conhecimento do não-aparente, das reais questões que não se apresentam à priori.

A compreensão das questões cotidianas exige que haja o entendimento da situação a partir das suas características próprias, suas contradições e relacionando com o todo que influencia o movimento do real. Para tanto, a perspectiva de "totalidade" permite, apreender essas múltiplas questões por meio de aproximações sucessivas, das mediações que estruturam o ser social (PONTES, 2009), no sentido de ultrapassar os reducionismos e simplificações do fato aparente:

> As mediações são as expressões históricas das relações que o homem edificou com a natureza e consequentemente das relações sociais daí decorrentes […] as mediações criadas historicamente na complexa relação homem-natureza são indicadores seguros e fecundos, do ponto de vista histórico-social, porque efetivamente constituem-se na expressão concreta do evolver do processo de enriquecimento humano, na sua dinâmica de objetivar-se no mundo e incorporar tais objetivações […] (PONTES, 2009, p. 78)

A "Mediação" é categoria de dimensão ontológica e reflexiva (PONTES, 2009, p. 9), constituí a tríade da singularidade-universalidade- particularidade central a articulação entre as partes de uma totalidade complexa, processo responsável pela passagem entre o imediato ao mediato.

Para o Assistente Social, o processo de elucidação da realidade, de superação do fenômeno para além da aparência, exige um método de desenvolvimento e explicitação dos fenômenos, na busca pela real essência, que possibilite apreender essas conexões explicativas ontológicas que vão do universal ao singular, analisar como esses complexos interatuam uns sobre os outros, num movimento dialético a partir da contradição e recriá- las pela via do conhecimento, na relação teoria e prática.

Nesse contexto, na "singularidade" estão os fatos da vida cotidiana e as questões que aparecem sob este viés são entendidas como problemáticas/fenômenos isolados. Neste nível do aparente "[…] as mediações, as determinações e a própria legalidade social, estão inteiramente ocultas. Numa palavra, esse é o plano da imediaticidade". (PONTES, 2009, p. 85).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

No plano da "universalidade" residem as grandes determinações gerais e leis de uma dada formação social, expressa por meio de uma legalidade social que condiciona o ser social. Diferente da singularidade, a particularidade é mediata, rica de mediações, transcende a dimensão imediata.

Pontes (2009), pautado em Lukács, explica que a particularidade é campo de mediações. A particularidade é a síntese de determinações do ser abstrato, o campo de encontro que vai do abstrato ao concreto. É o conjunto de elementos sócio-políticos e econômicos em conexão: as relações sociais, o tempo-espaço, a história e a cultura. "A particularidade é o espaço reflexivo- ontológico onde a legalidade universal se singulariza e a imediaticidade do singular se universaliza" (PONTES, p. 16).

É por meio da particularização dos processos sociais, das relações estabelecidas nas instituições sociais, nos movimentos sociais, na relação indivíduo-sociedade, nas políticas sociais, na produção e reprodução da existência humana e social, sejam elas sob decisões democráticas ou intensa correlação de forças e disputa de poder, que as mediações permitem a desconstrução, construção e reconstrução do objeto de intervenção no âmbito do Serviço Social, na busca pela superação do fato imediato, com o intuito de ampliar e aprofundar o entendimento do ser social e da realidade em que está inserido.

Nessa perspectiva, "o profissional Assistente Social é posto como ator social" (GUERRA, 2000, p.36), cujas ações intervêm nas relações de força, onde a ênfase na dimensão socioeducativa da prática profissional, perante os desafios consolidados na esfera contemporânea, através da apreensão e práxis da "Categoria de Mediação", perpetua os alicerces para a consolidação de Direitos, da Cidadania e dos valores coletivos e individuais, dos sujeitos em vulnerabilidades sociais, como sujeitos históricos.

A DIMENSÃO SOCIOEDUCATIVA DA PRÁTICA PROFISSIONAL DO SERVIÇO SOCIAL

A natureza da prática profissional do Serviço Social se constitui de investigação da realidade vivenciada pelo ser social e de intervenção nas diversas expressões da questão social que estão presentes nas particularidades do mesmo.

O trabalho profissional tem como objetivo incidir na questão social, materializando o Código de Ética do Assistente Social que direciona quais princípios e valores deve estar presentes em cada ação, atendimento, orientação, encaminhamento e demais atividades do Serviço Social.

Portanto, ele nos traz o compromisso com a liberdade como valor ético central e as demandas políticas a ela inerentes como a autonomia, emancipação e a plena expansão dos indivíduos sociais. (CÓDIGO DE ÉTICA, 1993, p. 23).

Ou seja, toda investigação e intervenção precisam contemplar e materializar este princípio, e que se faz possível a partir da dimensão socioeducativa da profissão.

A dimensão social da profissão possibilita a orientação e o acesso aos direitos sociais pela população atendida nos diversos espaços ocupacionais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A dimensão educativa permite uma reflexão crítica da sociedade pelos nossos usuários dos serviços sócio assistenciais. Ela se caracteriza pelas orientações dos serviços e dos direitos sociais, pelo questionamento que leva a pessoa a refletir e repensar seus conceitos e conhecimentos e pelo desvelar da realidade, que ultrapassa a imediaticidade.

Para Iamamoto (2013),

> [...] o Assistente Social exerce uma função eminentemente "educativa", "organizativa", nas classes trabalhadoras. Seu objetivo é transformar a maneira de ver, de agir, de se comportar e de sentir dos indivíduos em sua inserção na sociedade. (IAMAMOTO, 2013, p. 45)

E exatamente por isso, o assistente social deve ter clareza e intencionalidade sobre qual projeto societário pretende efetivar. Provocar mudança de mentalidade e de cultura exige direcionamento ético e político condizente com o objetivo profissional de lutar por outra sociedade, em que não haja exploração do homem pelo homem, e que o ser social tenha autonomia, emancipação e liberdade e assim possa desenvolver plenamente suas potencialidades.

Para Tonet (2012), o assistente social a partir de sua prática não consegue emancipar os sujeitos sociais, mas desenvolve atividades educativas de caráter emancipador.

> O que são atividades educativas de caráter emancipador? Entendo eu que todas aquelas que contribuem para que as pessoas tenham acesso ao que há de mais elevado no patrimônio cognitivo, artístico e tecnológico de que a humanidade dispõe, hoje. (TONET, 2012, p. 9)

Segundo o autor, essas atividades devem mostrar aos sujeitos que a realidade é essencialmente histórica e social, construída pela atividade humana. Deve desvelar a atual sociabilidade, suas contradições, a necessidade de superá-la e a possibilidade de construir outra forma de sociedade. Além disso, precisamos sempre entender qual a função da educação na sociedade, em que ela pode reproduzir todas as ideologias postas, como pode permitir o acesso a história construída pelos homens e significar uma autonomia de pensamentos para a transformação social.

Nenhuma atividade educativa é igual a outra, porque cada uma é desenvolvida a partir de um contexto e de uma realidade vivenciada por nossos usuários, que trará elementos de reflexão e de orientação para dada situação em específico que nos é apresentada.

Diante disso, o desafio que precisamos enfrentar é conseguir desenvolver nosso trabalho socioeducativo nos diversos espaços sócio ocupacionais que estamos inseridos. Espaços estes marcados por todas as características do sistema capitalista que vivemos, de alienação, de imediatismo, de efemeridade e que exigem do profissional para além de suas atribuições.

A dimensão socioeducativa se caracteriza pela dialética da prática profissional, pois é um eterno fazer e refazer do trabalho, que precisa ser revisitada a cada ação para não se perder o objetivo da mesma e poder compreender se as respostas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estão adequadas para as demandas apresentadas.

Essa dimensão acontece articulada com os instrumentais do Serviço Social, principalmente por meio da linguagem, de entrevistas, de acompanhamentos, de trabalho com grupos e de trabalho com a rede socioassistencial.

Portanto, é por meio do socioeducativo que conseguimos mobilizar os pensamentos, a crítica e o despertar da classe trabalhadora, nos sujeitos que atuamos para buscarmos a transformação social.

CONCLUSÃO

Neste ensaio teórico fica evidente a necessidade e a busca pela transformação social, que geste outra sociedade em que não haja exploração do homem pelo homem e que o ser social possa desenvolver com plenitude suas potencialidades.

O Serviço Social que é uma profissão interventiva nas expressões da questão social e é desafiado cotidianamente a buscar novas atuações de acordo com a mudança societárias.

Os/as Assistentes Sociais são profissionais que atuam por meio de mediações para compreender as situações vivenciadas pelos usuários em essência, sendo tal categoria responsável por permitir essa ultrapassagem da aparência à essência.

Além disso, atuamos prioritariamente pela dimensão socioeducativa que tem o objetivo de incidir na vida dos sujeitos e não apenas na demanda apresentada por cada sujeito social. Somos profissionais capazes de levar nossos usuários a reflexão sobre as formas de ser e estar em sociedade.

REFERÊNCIAS

ABESS - Associação Brasileira de Ensino de Serviço Social. **O processo de formação profissional do assistente social.** Cadernos ABESS nº 1. São Paulo: Cortez, 1986. 87p.

ABESS - Associação Brasileira de Ensino de Serviço Social. **Diretrizes curriculares e pesquisa em serviço social.** Cadernos ABESS nº 8. São Paulo: Cortez, 1998. 117p.

ABESS/CEDEPSS. (Doc.) "Proposta básica para o projeto de formação profissional" **Rev. Serviço Social & Sociedade.** (São Paulo) nº 50, p.143-171, 1996.

_____. (Doc.) "Diretrizes gerais para o curso de serviço social." **Formação profissional: trajetórias e desafios**. Cadernos ABESS nº 7. São Paulo: Cortez, p. 58, 1997.

BOURGUIGNON, Jussara Ayres. **A particularidade histórica da pesquisa no Serviço Social.** Tese (Doutorado em Serviço Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

Capacitação em Serviço Social e Política Social. Módulo4:O trabalho do assistente social e as políticas sociais. Brasília: CEAD, CFESS, ABEPSS, UnB, 2000.

_____. **Investigação Social e Serviço Social:** novos processos na produção do conhecimento. Disponível em: <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/congresos/reg/slets/slets-016- 145.pdf>. Acesso em 2015.

_____. Instrumentalidade do processo de trabalho e Serviço Social. **Serviço Social e Realidade.** n.62.São Paulo: Cortez, 2000a.

_____. **Instrumentalidade do Serviço Social**. São Paulo: Cortez, 1995.

ANDRADE, Maria Angela Rodrigues Alves de. **A prática de ensino no curso de serviço social.** São Paulo, 1996. 195p. Tese (Doutorado em Serviço Social) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

CARVALHO, Alba Maria Pinho de. "Projeto de investigação: a formação profissional do assistente social no Brasil." **Ver. Serviço Social & Sociedade.** (São Paulo) nº. 14, p. 104 – 143, 1984.

ELIAS, Wiataianade Freitas; OLIVEIRA, Cirlene Aparecida Hilário Silva. **A Dimensão Sócio- Educativa do Serviço Social: elementos para análise.** Serviço Social & Realidade. v. 14, n.1. Franca, 2005.

GUERRA, Yolanda. A dimensão investigativa no exercício profissional. **Serviço Social:** direitos sociais e competências profissionais. Brasília: CFESS/ABEPSS, 2009.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 2000. KOSIK, K. **Dialética do Concreto**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1976.

OLIVEIRA, Isaura Isoldi de Mello Castanho e. **Configurações do ensino superior e a formação profissional dos assistentes sociais: desafios para a intervenção.** *Serv. Soc. Soc.* [online]. 2010, n.104, pp. 737-749. ISSN 0101-6628.

PONTES, Reinaldo Nobre. **A categoria de mediação em face do processo de intervenção do Serviço Social.** Disponível em: <www.ts.ucr.ac.cr/binarios/congresos/reg/slets/slets-016- 104.pdf>. Acesso em: 2015.

_____. **Mediação e Serviço Social:** um estudo preliminar sobre a categoria teórica e sua apropriação pelo Serviço Social.6. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

SILVA e SILVA, Maria Ozanira. **A formação profissional do assistente social: inserção na realidade social e na dinâmica da profissão,** 2ª ed**. ,** São Paulo: Cortez, 1995. 128 p.

_____. **O serviço social e o popular: resgate teórico-metodológico do projeto profissionalde ruptura**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

TONET, Ivo. **Atividades Educativas Emancipadoras.** IN: Rev. Práxis Educativa. Vol. 9, n. 1, 2014.

YAZBEK, Maria Carmelita. **O Serviço Social como especialização do trabalho coletivo.** CAPACITAÇÃO em Serviço Social e Política Social. Reprodução social, trabalho e Serviço Social. Módulo 2. Brasília-DF: UNB, 1998.

_____.**Classes subalternas e assistência social**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. **Fundamentos históricos e teórico-metodológicos do Serviço Social.** In: CFESS/ABEPSS. Serviço Social: direitos sociais e competências profissionais. Brasília: CFESS: ABEPSS, 2009.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DETERMINANTES PARA GARANTIR A MELHOR FUNCIONALIDADE DA COMUNICAÇÃO ENTRE O *PMO* E GERENTES DE PROJETOS

Daniel Hideki Tatiyama

Paula Struzziatto Ferreira Florindo Vitor Arjol de Ataíde

Vitor Hugo Nunes Lisboa Wagner Brito

Resumo

Esse artigo fará uma breve introdução ao que é o gerenciamento de projetos para abordar uma das principais ferramentas desta área: a comunicação. Por mais bem elaborado que seja o escopo de um projeto, por melhor que seja todo o planejamento do cronograma, tempo e custos, o que mais pode causar danos a um projeto é uma mensagem mal interpretada, um objetivo mal direcionado, ou muitas ambiguidades em quaisquer tipos de avisos, lembretes, outras formas de comunicação.

Abstract

This article will give a brief introduction to what project management is to address one of the main tools in this area: communication. However well planned a project's scope is, no matter how good the whole planning of schedule, time and costs, what can cause the most damage to a project is a misunderstood message, a misguided goal, or many ambiguities in any kind of warnings, reminders and other forms of communication.

INTRODUÇÃO

Os projetos são empreendimentos temporários, atividades com início meio e fim programados que tem por objetivo alcançar um produto que satisfaça as necessidades de um público alvo. A respeito dos objetivos e importância dos projetos para as pessoas de modo geral, segue um trecho da obra de Maximiliano:

> Os projetos são temporários, mas os resultados são duradouros. Os projetos criam inovações destinadas ao mercado (novos produtos, novas tecnologias). Isso conduz incessantemente a novas situações, que geram novos projetos, num ciclo que se repete (MAXIMILIANO, 2010, p.5).

Existem projetos complexos, como por exemplo, a construção de um condomínio que tem o objetivo de abrigar uma grande quantidade de pessoas respeitando diversas restrições e causando impactos na economia local e no ambiente. Há também projetos mais simples como a organização de um almoço com a família ou uma viagem. Mas para todo projeto, há sempre a necessidade de um planejamento configurado em torno de um objetivo.

Para alcançar tal objetivo, existe o *PMBOK*, um guia de gerenciamento de projetos mundialmente reconhecido foi desenvolvido pelo *PMI (Project Management Institute)* - Instituto sem fins lucrativos criado na década de 1960 para manter a pesquisa e divulgação das técnicas de gerenciamento de projetos. A obra aborda as boas práticas do gerenciamento de projetos identificadas por profissionais da área, e que se utilizadas,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

podem aumentar as chances de sucesso de um projeto.

O sucesso de um projeto é mais facilmente alcançado com um bom planejamento de comunicação, e o guia *PMBOK* inclui as boas práticas necessárias para assegurar que as informações do projeto sejam planejadas, coletadas, criadas, distribuídas, armazenadas, recuperadas, gerenciadas, controladas, monitoradas e finalmente dispostas de maneira oportuna e apropriada. Os gerentes de projetos passam a maior parte do tempo se comunicando com os membros da equipe e outras partes interessadas do projeto, quer sejam internas (em todos os níveis da organização) ou externas à organização.

Muitos projetos acabam por não realizarem algumas metas, como a entrega de um escopo conforme o combinado, ou a entrega do projeto com atrasos, ou até mesmo a utilização de muitos recursos que acabam por extrapolar o orçamento de um projeto. Para ajudar a melhorar o gerenciamento dos projetos, as organizações realizam as implantações dos *PMO's*.

O *Project Management Office (PMO)*, ou Escritório de Gerenciamento de Projetos (EGP) é um grupo dentro da empresa que atua no suporte aos projetos e é responsável por conduzir, planejar, organizar, controlar e finalizar as atividades de projetos. Para isso, o *PMO* se prontifica a fornecer toda a documentação e guia para a prática de gerenciamento e execução projetos.

Em suma, o grande foco do *PMO* fica no suporte aos projetos da empresa, podendo fornecer a eles orientações de desenvolvimento das políticas dos projetos enquanto os gerentes de projeto tem o foco em direcionar seus esforços nas problemáticas específicas de seus projetos utilizando o suporte dado pelo *PMO.*

A tabela abaixo explica sobre as particularidades dos Gerentes de Projetos e o Escritório de Projetos

Gerente de Projetos	***Escritório de Gerenciamento de Projetos***
Concentra-se nos objetivos específicos do projeto.	Gerencia as principais mudanças do escopo do programa, que podem ser vistas como possíveis oportunidades para melhor alcançar os objetivos de negócios.
Controla os recursos alocados para o projeto a fim de melhor atender aos seus objetivos.	Otimiza o uso de recursos organizacionais compartilhados entre todos os projetos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Gerencia as restrições (escopo, cronograma, custo, qualidade, etc.) dos projetos individuais.	Gerencia as metodologias, padrões, riscos/oportunidades globais, as métricas e interdependências entre os projetos, no nível da empresa.

Atualmente existem três estruturas de escritórios de projetos segundo o *PMI*, sendo elas definidas e descritas no livro de boas práticas *PMBOK* conforme abaixo:

- De suporte: Os *PMO's* de suporte desempenham um papel consultivo nos projetos, fornecendo modelos, melhores práticas, treinamento, acesso a informações e lições aprendidas com outros projetos. Este tipo de *PMO* atua como um repositório de projetos. O nível de controle exercido pelo PMO é baixo.
- De controle: Os *PMO's* de controle fornecem suporte e exigem a conformidade através de vários meios. A conformidade pode envolver a adoção de estruturas ou metodologias de gerenciamento de projetos usando modelos, formulários e ferramentas específicas, ou conformidade com a governança. O nível de controle exercido pelo *PMO* é médio.
- Diretivo: Os *PMO's* diretivos assumem o controle dos projetos através do seu gerenciamento direto. O nível de controle exercido pelo *PMO* é alto.

Segundo estudos do *PMI* e seus especialistas para a área de conhecimento que gerencia as comunicações, a média de esforço e serviços prestados rotineiramente nos escritórios de projetos é em média de 68%, o que prova a grande importância e atenção que o escritório de projetos deve fornecer a área das comunicações. Esta atenção, se deixada de lado, pode levar a grandes problemas no decorrer do gerenciamento dos projetos podendo aumentar o escopo, atrapalhar o desempenho da equipe, aumentar o tempo de gerenciamento e desenvolvimento do projeto e aumentar o seu custo.

Em uma organização, de modo geral, a troca de informações entre os indivíduos é ainda mais indispensável, pois, este tipo de cooperação afeta os processos e os projetos em andamento. No ambiente corporativo, geralmente, as pessoas não escolhem seus colegas, gestores ou clientes, gerando uma grande diversidade de opiniões, culturas e particularidades dentro da organização. Estas diferenças demandam maior destreza para manter os relacionamentos de maneira saudável e eficaz.

Para manter os relacionamentos saudáveis na organização, um bom desenvolvimento interpessoal é consistido por diversas características, como a ética, a cordialidade, a educação e o autoconhecimento. Em contrapartida, algumas pessoas não conseguem lidar com opiniões contrárias à sua, ou então são mal- humoradas, o que dificulta o convívio e o trabalho em equipe. O fortalecimento das características positivas traz melhorias não somente para o ambiente organizacional, mas também para

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

todas as outras áreas da vida.

A comunicação é uma das mais importantes áreas do gerenciamento de projetos, ela envolve todo o projeto sendo de extrema importância, exigindo grande atenção, dedicação e controle por parte do Gerente de projetos e demais integrantes. O plano de comunicação do projeto tem que ser efetivo e extremamente eficaz, garantindo que as informações cheguem aos colaboradores e partes interessadas de forma correta, no tempo correto e de forma viável, sempre mantendo a equipe trabalhando de forma integrada. Gerenciar as comunicações é uma das 10 áreas de conhecimento do *PMBOK*, no livro a área de conhecimento das comunicações tem suas atividades divididas em 3 grupos de processos dos 5 existentes, sendo eles: Iniciação, Planejamento, Execução, Monitoramento e Encerramento. Os grupos de processos em que a comunicação está presente são:

- Planejamento - Planejar o gerenciamento das comunicações: identificar as necessidades e relevância de informações e definir abordagem de comunicação;
- Execução - Gerenciar as comunicações: colocar as informações necessárias à disposição das partes interessadas conforme planejado; envolve todo o ciclo de vida da informação descrito no plano de gerenciamento da comunicação, composto por gerar, coletar, distribuir, armazenar, recuperar e até descartar a informação.
- Monitorar e Controlar - Controlar as comunicações: controlar e monitorar as comunicações de modo a garantir que as necessidades de informação das partes interessadas sejam atendidas.

A definição, o planejamento e execução das atividades listadas acima são de grande importância no projeto, e se não colocadas em prática, podem ocorrer grandes problemas ao longo do projeto. Alguns pontos problemáticos que podemos considerar é o planejamento indevido e utilização inadequada dos meios de comunicação, mas um fato decisivo e mais impactante são as diferentes culturas das pessoas, você fala A e o ouvinte entende B, a comunicação é carregada de aspectos culturais, anteparos, seja a comunicação dentro do projeto ou externa com seu cliente. O anteparo é como se fosse um filtro, um toque de personalidade, uma emoção, uma característica de cada indivíduo. Cada um tem uma percepção e uma história de vida e isso influência muito no entendimento da pessoa, desde os gestos até o tom de voz. Ser bem compreendido é um desafio, e em uma corporação que lida com projetos, as pessoas precisam receber e transmitir as informações da melhor maneira possível para que o fluxo de informações flua pelos diferentes departamentos de maneira eficaz, caso contrário grandes problemas podem ocorrer.

Para que o trabalho aconteça de maneira correta e motivadora, faz-se necessário que a empresa adote um padrão de comunicação para que todos os envolvidos, sendo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

funcionários, gerentes e diretores, possam estar cientes de todas as informações necessárias.

Ao implantar um padrão de comunicação, deve-se planejar como serão realizadas as atividades no decorrer do projeto e quais os meios de comunicação mais eficazes. Antes de disparar um boletim informativo (por exemplo) para os integrantes do projeto, através de e-mail, cartas ou qualquer outro tipo de canal, deve-se pensar qual será o canal mais vantajoso, pois, será que os colaboradores estão recebendo os e-mails? Será que eles não estão simplesmente recebendo e automaticamente jogando-os para a lixeira? É por isso que deve existir uma estratégia de comunicação, para que a empresa identifique qual a melhor maneira e qual opção irá se encaixar melhor com o perfil dos seus colaboradores.

Saber planejar os meios de comunicação é uma etapa muito importante para o sucesso desta ferramenta, pois não é simplesmente integrar os colaboradores com os Boletins Informativos deixando-os apenas para que leiam, e sim fazer com eles se sintam dentro de cada atividade desenvolvida dentro da empresa, cada proposta afirmada.

Contudo, as boas práticas de: "Como se comunicar? Qual o momento certo? O que deve ser falado?" Isso tudo deve ser transmitido corretamente, criando-se um modelo mais adequado ao projeto e organização. O impacto do plano de comunicação influencia diretamente o andamento das atividades dos projetos.

Referencias

[1] ESCRITÓRIO DE PROJETOS: Gerenciamento das comunicações do projeto. 2015. Disponível em: <http://escritoriodeprojetos.com.br/gerenciamento-das-comunicacoes-do-projeto.aspx>. Acesso em: 25 ago. 2015.

[2] VARGAS, Ricardo. Manual Prático do Plano de Projeto: Utilizando o PMBOK 5º Ed. 5. ed. [s.l.]: Brassport, 2015. 288 p.

[3] VARGAS, Ricardo. Gerenciamento de Projetos: Estabelecendo Diferenciais Competitivos. 7. ed. [s.l.]: Brassport, 2009. 276 p. (7).

[4] PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (Usa) (Org.). UM GUIA DO CONHECIMENTO EM GERENCIAMENTO DE PROJETOS: GUIA PMBOK®. 5. ed. Pennsylvania, Usa: Pmi Global Standart, 2015.

[5] MAXIMILIANO, A.C.A. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. 4. ed; São Paulo: Atlas, 2010.

[6] VARGAS, Ricardo Viana. Manual do plano de projeto. 4° edição. Rio de Janeiro, Editora Brasport, 2009.

[7] BOUTINET, J. P. Anthropologie du projet. Paris: Presses Universitaires de France, 2007.

[8] BISPO, Patrícia. Uma empresa não existe sem o relacionamento interpessoal. 2014. Disponível em: <http://www.rh.com.br/Portal/Grupo_Equipe/Entrevista/9232/uma-empresa-nao-existe-sem-o- relacionamento-interpessoal.html/>. Acesso em: 24 ago. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

[9] ADIMINISTRAÇÃO, Portal. Guia PMBOK: Método das gestão de projetos: Entendendo o guia pmbok. 2014. Disponível em: <http://www.portal-administracao.com/2014/01/entendendo-o-guia- pmbok.html>. Acesso em: 24 ago. 2015.

[10] PEREIRA, Regina Giannetti D.. Cinco pilares do relacionamento interpessoal no trabalho. 2013. Disponível em: <https://reginagiannetti.wordpress.com/2013/02/08/cinco-pilares-do-relacionamento-interpessoal-no-trabalho/>. Acesso em: 24 ago. 2015.

[11] VARGAS, Ricardo. Pesquisa PMI Pulse: Conheça o comportamento do mercado de gerenciamento de projetos e principais tendências no PMI Pulse Survey.. 2009. Disponível em: <http://www.ricardo-vargas.com/pt/podcasts/pmipulse/>. Acesso em: 26 ago. 2015.

[12] VARGAS, Ricardo. O que é um escritório de projeto? 2007. Disponível em: <http://www.ricardo- vargas.com/pt/podcasts/pmopart1/>. Acesso em: 23 ago. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GESTÃO DE CONHECIMENTO APLICADA A GESTÃO DE CONHECIMENTO

Alan Cossari (Senac – Campus São José do Rio Preto) - alancossari@hotmail.com

Caio Silva (Senac – Campus São José do Rio Preto) - caio_rog@hotmail.com

Felipe Moço (Senac – Campus São José do Rio Preto) - feoborsa@hotmail.com

Marlon Morabito (Senac – Campus São José do Rio Preto) - marlon_gun@hotmail.com

RESUMO

O artigo apresenta uma coleta de informações referente ao gerenciamento de projetos aplicado à gestão do conhecimento devido ao alto índice de *turnover* (rotatividade pessoal) que ocorre nas organizações, sejam privadas ou públicas. A gestão de conhecimento é elemento fundamental para o desenvolvimento e crescimento de organizações. Esse tipo de gestão consiste em uma modelagem de processos corporativos, com o princípio de estruturar as atividades no ambiente interno (microambiente) ou externo (macroambiente), tratando-se de um gerenciamento corporativo. A gestão de conhecimento expande a vantagem competitiva e concorrencial da empresa, reduzindo custos com planejamento e desenvolvimento, treinamentos, geração de novos modelos de negócio, maximizando o aproveitamento e desenvolvimento do "capital" intelectual da empresa, suporte às tomadas de decisões executivas e melhorias na produção e prestação de serviços. É fundamental que o conhecimento suscitado durante o contrato do trabalho de um colaborador fique agregado aos processos interno da empresa, portanto, não se torna dependente de "talentos" específicos para cada área, devido ao fato do conhecimento ser compartilhado e agregado ao ambiente colaborativo.

Palavras chaves: Turnover; gestão de conhecimento; organizações

ABSTRACT

The article presents a collection of information related to project management applied to knowledge management due to the high turnover rate (staff turnover) that occurs in organizations, whether private or public. Knowledge management is fundamental to the development and growth of organizations, this type of management consists of a modeling business processes, with the principle of structuring activities in the domestic environment (microenvironment) or external (macro environment), in the case of a corporate management. Knowledge management expands the competitive and competitive advantage of the company, reducing costs with planning and development, training, creation of new business models, maximizing the use and development of the "capital" intellectual enterprise, support the acquisition of executive decisions and improvements production and services. It is essential that knowledge raised during the contract of an employee work be added to the internal processes of the company, so do not become dependent on "talent" specific to each area, due to the fact that knowledge is shared and added to the collaborative environment.

Key words: Turnover; knowledge management; organizations

INTRODUÇÃO

Devido ao alto índice de rotatividade de pessoal, chamado de *turnover*, que ocorre nas organizações atuais, sejam elas públicas ou privadas, os conhecimentos adquiridos ao longo do período de vínculo empregatício geralmente são levados com os profissionais especialistas que deixam a empresa, sendo que tal conhecimento deveria ficar documentado ou armazenado em um banco de dados, a fim de reduzir custos de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

treinamento, padronizar procedimentos de trabalho e mitigar os riscos decorrentes de desligamento de pessoas.

Gestão do conhecimento é uma área reconhecida de um recurso estratégico nas empresas do cotidiano. Os desafios presentes no século XXI em um processo lógico, com todas as informações e dados gerados pelo ser humano, tornam-se um conhecimento, presente nas bancas acadêmicas, livros e enciclopédias.

A gestão de conhecimento é necessária em virtude da existência ao conhecimento dentro de uma organização, na mente das pessoas, nos departamentos e nos processos executados. Esses elementos são fundamentais para o desenvolvimento e crescimento de uma empresa. Esse tipo de gestão consiste em uma modelagem de processos corporativos, com o princípio de estruturar as atividades no ambiente interno ou externo, tratando-se de um gerenciamento corporativo.

A gestão de conhecimento expande a vantagem competitiva e concorrencial da empresa, reduzindo custos com planejamento e desenvolvimento, treinamentos, geração de novos modelos de negócio, maximizando o aproveitamento e desenvolvimento do "capital" intelectual da empresa, suporte as tomadas de decisões executivas e melhorias na produção e prestação de serviços.

Segundo o PMI – Project Management Institute, o Gerenciamento de Projetos é a "aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para a execução de projetos de forma efetiva e eficaz". Trata-se de uma competência estratégica para organizações, permitindo com que elas unam os resultados dos projetos com os objetivos do negócio – e, assim, melhor competir em seus mercados.

Feitas tais considerações introdutórias, quais as vantagens estratégicas que o Gerenciamento de Projetos aplicados à Gestão de Conhecimento pode proporcionar nas organizações?

GERENCIAMENTO DE PROJETOS APLICADO À GESTÃO DE CONHECIMENTOS

Para responder tal questionamento é importante apresentar a definição dos conceitos de dados, informação e conhecimento, uma vez que se confundem pela proximidade de significado.

DADOS

Setzer (1999) define dado como uma sequência de símbolos quantificados ou quantificáveis. Portanto, um texto é (ou pode ser) um dado. Também são dados fotos, figuras, sons gravados e animação, pois todos podem ser quantificados a ponto de se ter eventualmente dificuldade de distinguir a sua reprodução, a partir da representação quantificada, com o original. É importante notar que, mesmo se incompreensível para o leitor, qualquer texto constitui um dado ou uma sequência de dados.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INFORMAÇÃO

O termo 'informação' é conceituado por vários autores, Wurman (1995, p. 43), entende que esse termo só pode ser aplicado "àquilo que leva à compreensão. O que constitui informação para uma pessoa pode não passar de dados para outra". Da mesma maneira, Miranda (1999, p. 285, apud Valentim, 2002), conceitua informação como "dados organizados de modo significativo, sendo subsídio útil à tomada de decisão".

2.3. PROCESSOS

As transformações geradas pelo mundo globalizado são constantes e sem dúvidas as organizações sofrem imensos impactos em relação a essas mudanças, tais como: mudanças no aperfeiçoamento, aprendizagem, capacitação, tecnologia, planejamento, organização, enfim inúmeras peculiaridades que alteram desempenhos e resultados. E com isso, a aplicação dos processos gerenciais faz toda a diferença.

Entende-se como processo um sequenciamento lógico que possui início, meio e fim que gerará um resultado ou um produto, ao qual é fundamentado em quatros pilares: planejamento, organização, direção e controle. (Silva, 2011).

O planejamento define os objetivos e implanta os planos de ação necessários. Já a organização relaciona a estrutura organizacional, estabelecendo a maneira como realizar o trabalho, enquanto a direção está relacionada à forma gerencial de como fazer o trabalho andar. O controle é a avaliação dos resultados obtidos, definindo assim padrão de desempenho e correção no processo sempre que for necessário.

Diante da visão sistemática dos resultados obtidos em um processo, as organizações são capazes de desenvolver novas estratégicas ou até mesmo propor alterações na estruturação deste processo a fim de se obter um resultado final aceito e satisfatório.

CONHECIMENTO

O conhecimento é produzido na mente de indivíduos que usam seu potencial intelectual em processos, tendo em vista produzir algo de valor para os outros indivíduos. Através do andamento da informação, seja no campo da criatividade, do desenvolvimento ou da socialização, estamos usando, criando e disseminando conhecimento.

SETZER (1999) diz que "conhecimento é uma abstração interior, pessoal, de alguma coisa que foi experimentada por alguém".

Já Polanyi (1966, apud Coelho, 2009) e Nonaka & Takeuchi, (1997, apud Coelho 2009) afirmam que: "Conhecimento é formado por informação, que pode ser expressa, verbalizada, e é relativamente estável ou estática, em completo relacionamento com uma característica mais subjetiva e não palpável, que está na mente das pessoas e é relativamente instável ou dinâmica, e que envolve experiência, contexto, interpretação e reflexão".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Uma proporção significativa do conhecimento de uma empresa está armazenada nas mentes de seus funcionários. Quanto maior o papel do conhecimento na criação de valor, mais importantes são as atividades intelectuais de funcionários altamente qualificados. Seu trabalho não é mais considerado meramente um "fator produtivo"; os administradores estão cada vez mais dispostos a reconhecer que os funcionários são produtores e donos de ativos não materiais (Harrigan & Dalmia, 1991, apud Probst, Raub& Romhardt, 2002, p. 25).

O conhecimento de algumas organizações é concentrado em profissionais, e os mesmos acabam se tornando funcionários "chave", específicos e portadores de conhecimentos centrais, praticamente insubstituíveis. Caso tais funcionários sejam desligados da organização, por opção ou não, deixam lacunas que são extremamente difíceis de preencher. Alguns exemplos serão ilustrados a seguir.

SAATCHI & SAATCHI

Em dezembro de 1994, como resultado de pressão feita pelos principais acionistas, Maurice Saatchi foi demitido de seu cargo de presidente da empresa, a qual tinha fundado e administrado. Sua demissão pretendia evitar outra queda brusca nos preços das ações da empresa e foi recebida com entusiasmo inicial. Entretanto, as consequências foram fatais. Maurice Saatchi montou rapidamente uma nova empresa, continuou a trabalhar com o nome Saatchi e recrutou muitos dos funcionários mais criativos da empresa antiga. Devido a essa enorme perda de capital intelectual, a CORDIANT, empresa sucessora da SAATCHI & SAATCHI, perdeu contas de clientes no valor de mais de 50 milhões de libras em uma questão de semanas e o preço das ações da empresa caiu para um terço nos seis meses seguintes.

1.4.2 VOLKSWAGEN *VERSUS* GENERAL MOTORS

O perigo de perder conhecimento com a saída de funcionários "chaves" de forma alguma está restrito aos segmentos tradicionalmente criativos. Um caso ilustrativo é a dramática mudança de José Ignácio Lopez, executivo de compras da General Motors, para a Volkswagen.

A General Motors inicialmente fez grandes exigências por danos, alegando que documentos ou arquivos do computador tinham sidos transferidos ilegalmente, entretanto, essa disputa foi encoberta pelo fato de que aqui também a perda de um funcionário "chave" foi seguida pela saída de todo um grupo de gerentes altamente qualificados. Ativos intelectuais não codificados de valor incalculável foram levados nas cabeças dos renegados e foram irremediavelmente perdidos pela General Motors.

GESTÃO DE CONHECIMENTO

Os novos desafios presentes no século XXI transformam o conhecimento em um fator

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de produção mais importante na economia da era da informação, e reside, essencialmente, na mente dos trabalhadores. A gestão de conhecimento é uma filosofia gerencial que procura organizar e disseminar esse conhecimento de maneira estratégica, transformando-o em vantagens para as organizações. (Longo, 2014).

A gestão de conhecimento parte da premissa de que todo conhecimento existente nas organizações, nos colaboradores, nos processos e departamentos pertencem à organização, de tal modo que todos os colaboradores possam usufruir e agregar conhecimentos nessa base de conhecimentos organizacional, gerando um ambiente propício a inovação organizacional.

Antes de se pensar na gestão de conhecimento aplicada em uma organização como ferramenta estratégica de negócios, é imprescindível avaliar se a organização oferece um ambiente suscetível ao desenvolvimento do aprendizado individual e organizacional. Sendo assim para a criação do conhecimento em uma organização deve-se levar em conta a capacidade que ela tem em criar novos métodos, processos e inovação, disseminando-as nos diversos meios da organização e incorporá-los aos demais produtos e serviços da organização. (Longo, 2014).

O processo de construção de conhecimento dentro de uma organização só é possível em um ambiente favorável ao compartilhamento de experiências e informações entre os indivíduos. A organização que consegue usufruir dos benefícios da gestão de conhecimento é aquela que se dispõe de processos sistematizados onde esse conhecimento é compartilhado entre todos os indivíduos, fazendo com que todos se sintam responsáveis pela manutenção desse conhecimento e, com isso, estimulando a contribuição de todos para o crescimento da organização.

No cenário atual e globalizado a inovação como estratégica de mercado é o grande diferencial competitivo, e desta forma a gestão de conhecimento bem aplicada garante a idealização e capacitação do conhecimento organizacional que nesta perspectiva se torna o patrimônio mais valioso de uma organização, ao qual pode ser considerado um patrimônio que agrega valor e riqueza. (Longo, 2014).

GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Para descrevermos o que é gerenciamento de projetos, primeiramente vamos entender o que é um projeto. De acordo com o PMBok, um projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto ou serviço único, onde temporário significa que todo projeto tem um início e um término expressamente definidos e único significa que o produto ou serviço é substancialmente distinguível de todos os produtos e serviços existentes.

Gerenciamento de projetos pode ser descrito como sendo o planejamento, a programação e o controle das atividades de um referido projeto, ao qual tem a finalidade de atingir os objetivos e resultados do projeto, ou seja, consiste em executar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

um conjunto de atividades e tarefas que têm como propósito planejar e controlar atividades de outras pessoas envolvidas para atingir os objetivos almejados no projeto. (Torreão, 2005)

A gestão de projetos se fundamenta em criar um equilíbrio entre as demandas de tempo, escopo, custo, qualidade. O sucesso da entrega de um projeto está relacionado ao alcance dos seguintes objetivos: entrega dentro do prazo previsto, dentro do custo orçado, com nível de desempenho adequado, escopo solicitado pelo cliente, e atendimento de forma controlada às mudanças solicitadas pelo cliente ou necessárias para a finalização do projeto. (Torreão, 2005)

Gerenciamento de projetos pode ser empregado em qualquer tipo e tamanho de projeto, pois as diretrizes de gerenciamentos seguidos são as mesmas. A pessoa responsável pelo gerenciamento de projetos é o gerente de projeto, o qual deve se manter atento durante todo o ciclo de vida do projeto, gerenciando as fases do projeto de maneira correta e garantindo o engajamento das partes interessadas, zelando pelo objetivo do projeto.

Atualmente o gerenciamento de projetos vem ganhando força dentro das organizações, que viram o gerenciamento de projetos como "ferramenta" necessária para se estabelecer em um mercado altamente competitivo, onde as necessidades por resultados são mais rápidas e o custo exigido é cada vez menor. (Torreão, 2005)

CONCLUSÃO

Alguns dos propósitos da gestão do conhecimento podem ser: a melhoria dos esforços humanos; a política organizacional; os processos e ferramentas gerenciais, gerando melhorias no entendimento de processos, identificação, validação, compartilhamento e uso desse conhecimento estratégico para aumentar a produtividade da empresa, influenciando diretamente com os *stakeholders* envolvidos. Para que um conhecimento seja criado, é necessário desenvolver uma cultura ou, no mínimo, seu departamento estratégico reconhecer que o grupo de inovação necessita inspirar-se, e prover-se com autonomia e recursos (humano e financeiro).

A gestão de projetos alinhada com gestão do conhecimento permite mensagens claras e concorre para que as pessoas trabalhem produtivamente de forma harmoniosa, sem incompreensões. Considerando, que mesmo nos casos em que os dados, informações e inteligência são gerenciados de maneira correta, isso tem pouco

valor, caso os funcionários não capturem habilidades e motivação para utilizarem toda essa gama de informação e dados privilegiados, podendo gerar oportunidades para maximização dos resultados do microambiente e macroambiente organizacional, sendo privado ou público.

A redução dos riscos de um colaborador desligar-se de uma empresa e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

levar consigo os conhecimentos, é uma estratégia que empresas adotam para evitar a dependência de uma intelectualidade exclusiva no âmbito empresarial.

REFERÊNCIAS

BRUZZI, DEMERVAL GUILARDUCCI, Gerenciamento de projetos, Brasília, Ed. Senac, 2011 COELHO, W. "Dados, Informação, Conhecimento e Competência". Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/dados-informacao-conhecimento-e-competencia/26653/>. Acesso em: 30 ago. 2015.

DANIEL NASCIMENTO E SILVA, Compreendendo o processo gerencial, Manual, 2011

LONGO, ROSE MARY LONGO. Gestão de conhecimento: a mudança de paradigmas empresariais do século XXI, São Paulo, Ed. Senac, São Paulo, 2014

MARIA DAS MERCÊS DE ALMEIDA COSTA, A importância da gestão de conhecimento na gestão de projetos, Belo Horizonte, 2009

MIRANDA, R. C. da R. "O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas". Ciência da Informação, Brasília, v.28, n.3, p.284-290, set./dez. 1999.

PAULA GERALDA BARBOSA COELHO TORREÃO, Dissertação de mestrado: Ambiente inteligente para o aprendizado de gerenciamento de projetos, UFPE, Pernambuco, 2005

PROBST, Gilberto; RAUB, Steffen; ROMHARDT, Kai. Gestão do conhecimento: os elementos construtivos do sucesso. Bookman, 2002.

SETZER, V. W. "Dado, informação, conhecimento e competência". Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez99/Art_01.htm>. Acesso em: 29 ago. 2015.

Valentim, M. L. P. "Inteligência Competitiva em Organizações: dado, informação e conhecimento". Disponível em: <http://www.dgz.org.br/ago02/Art_02.htm>. Acesso em: 30 ago. 2015.

WURMAN, R. S. Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão. 5.ed. São Paulo: Cultura Editores, 1995. 380p.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

IMPLANTAÇÃO DE HAPPY HOURS PERIÓDICOS NO BRANCH DE SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

Ataides Vieira dos Santos Junior (Acadêmico do Curso Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos); juniorvyeyra@hotmail.com
Felipe Munhós Lima De Oliveira (Acadêmico do Curso Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos); femoliver@hotmail.com
Lincoln Pereira Dias (Acadêmico do Curso Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos); dias_lincoln@hotmail.com
Maicon Roberto De Castro Moreno (Acadêmico do Curso Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos); maiconmoreno@hotmail.com*
Maurício Blasque (Acadêmico do Curso Pós-Graduação em Gerenciamento de Projetos); mblasque@live.com

RESUMO

Assim como adotado em algumas divisões regionais (*branches*) do Instituto de Gerenciamento de Projeto (PMI) no estado de São Paulo, se faz necessária a criação de uma equipe no Potencial *Branch* de São José do Rio Preto. Esta equipe será responsável pelo auxílio e execução das atividades voltadas à realização de *Happy Hours* periódicos direcionados para disseminação de conhecimento, com foco no gerenciamento de projeto e divulgação do PMI na cidade de São José do Rio Preto e região. Todas as atividades serão coordenadas e supervisionadas pelo gerente responsável do Branch, juntamente com outros voluntários, ou seja, a realização do evento não é de integral responsabilidade desta equipe, a equipe estará envolvida diretamente com todas as atividades, mas não tem o poder de decisão, embora possa auxiliar em todo o processo. O projeto pretende criar o hábito de realizar encontros regulares que possam ser continuados facilmente por outros voluntários, atraindo a atenção de possíveis novos filiados. Espera-se contribuir para a divulgação e visibilidade dos assuntos relacionados às práticas de gerenciamento de projeto na cidade e região, por meio de encontros mais simples no formato de *Happy Hours*. Para acompanhamento dos níveis de satisfação, deverão ser elaborados questionários para avaliar a aprovação dos participantes e palestrantes, bem como modelos para identificar se as expectativas foram alcanças a cada evento, validando a proposta inicial do projeto. A equipe terá o objetivo de elaborar e validar um formato para realização dos *Happy Hours*, assim como todo material necessário para controle, acompanhamento e divulgação dos encontros, possibilitando que outros voluntários interessados continuem facilmente assim que o projeto for finalizado e entregue ao patrocinador. O prazo máximo para a equipe validar a implantação do projeto, será até novembro de 2016.
Palavras-chave: PMI. *Happy. Hour*. Gerenciamento. Projeto. Gerente.

ABSTRACT

As adopted in some regional divisions (branches) of the Project Management Institute (PMI) in São Paulo, it is necessary to create a team at potential Branch in São José do Rio Preto. This team will be responsible for assistance and implementation of activities aimed at carrying out regular Happy Hours aimed at disseminating knowledge, focusing on project management and dissemination of PMI in the city and region. All the activities will be coordinated and supervised by the responsible manager of the Branch, along with other volunteers, that is, the event is not the full responsibility of this team, the team will be directly involved with all activities, but have no decision-making power away may assist in the process. The project aims to create the habit of holding regular meetings that could easily be continued by other volunteers, attracting the attention of potential new members. It is expected to contribute to dissemination and visibility of issues related to project management practices in the city and region through simple meetings in the Happy Hours format.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

To monitor the levels of satisfaction, questionnaires should be prepared to review the approval of participants and speakers, as well as models to identify if expectations were rousing every event, validating the initial project proposal. The team will aim to develop and validate a format to carry out the Happy Hours, as well as all necessary material for control, monitoring and reporting of meetings, allowing other interested volunteers continue easily once the project is completed and delivered to the sponsor. The deadline for the team to validate the implementation of the project will be until November 2016.
KEYWORDS: PMI. *Happy. Hour*. Management. Project. Manager.

INTRODUÇÃO

Segundo WILSON (1995), técnicas gerenciais são utilizadas pelos seres humanos há muitos anos. As Pirâmides do Egito e A Grande Muralha da China são exemplos de projetos gigantescos, embora nenhum documento tenha sido deixado comprovando a utilização das práticas empregadas.

Pode-se afirmar que as técnicas de gerenciamento foram consolidadas durante a Revolução Industrial no final do Século XIX nos EUA por Henry Gantt, que utilizava gráficos para programar as atividades durante determinado período de tempo e demonstrar seus resultados ao longo de um eixo horizontal. O gráfico ficou mundialmente conhecido como gráfico de Gantt (WILSON, 1995).

Nos primeiros anos da década de 60, as empresas começavam a vislumbrar os benefícios do trabalho organizado e entender a necessidade dos projetos para execução das atividades críticas dentro de suas organizações, isso por conta da formalização do gerenciamento de projetos como Ciência (PRADO, 1998).

Na mesma década, para padronizar as práticas do gerenciamento de projeto, foi criado um instituto de gerenciamento de projeto, o PMI (*Project Management Institute*, ou Instituto de Gerenciamento de Projeto). O PMI é uma organização sem fins lucrativos formados para aproximar os profissionais da área de gerenciamento de projetos, programas e portfólios. (PMI.ORG).

No ápice dos projetos espaciais da NASA, profissionais de gestão de projetos reuniram-se para alinhar suas melhores práticas, o que resultou na fundação do PMI nos EUA, hoje o maior instituto internacional voltado para a disseminação do conhecimento sobre atividades de gestão de projetos (PMBOK, 2004). Fundado em 1969, o PMI possui mais de 500 mil associados e profissionais certificados em mais de 185 países ao redor do globo. Por se tratar de uma organização sem fins lucrativos, todos os membros que trabalham para manter o instituto em funcionamento, fomentando as boas práticas de gerenciamento de projetos, são voluntários. Dentro do PMI, os membros e voluntários possuem alguns benefícios como acesso virtual ao guia PMBOK, ferramentas de gerenciamento exclusivas e material de pesquisa exclusivo. Os diretores do PMI, assim como os demais membros, também são voluntários. O conselho é formado por 15 diretores de todas as partes do mundo que assumem o instituto em um ciclo de três anos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

No *site* brasileiro do PMI, encontram-se especificações do PMBOK (*Project Management Body of Knowledge*, ou Corpo de Conhecimentos do Gerenciamento de Projetos), guia que segue padrões mundiais de boas práticas de gerenciamento de projeto. Este é um livro oficial do PMI, base para as certificações e todos os assuntos relacionados ao instituto. Atualmente, o guia está em sua 5ª edição e é editado novamente quando novos padrões são implantados e aceitos pela comunidade de gerentes de projetos. Estes padrões são inseridos no PMBOK depois de passarem por algumas etapas, entre elas, o processo de discussão, onde profissionais discutem se os novos padrões são válidos ou não.

Buscando engajar mais pessoas e aumentar a proximidade com os gerentes de projetos de diversos setores, o PMI criou comunidades ao longo de todo mundo. Cada comunidade possui uma sede, onde pessoas podem se encontrar para compartilhar conhecimento e ampliar sua rede de contatos. As comunidades são conhecidas como Capítulos. Cada Capítulo administra uma extensão territorial especifica, no mundo são mais de 256 Capítulos em aproximadamente 185 países (PMI, 2015).

No Brasil, o PMI busca ampliar cada vez mais sua a área de atuação. Foram criados 15 Capítulos no país, como pode ser observado na Figura 1:

Figura 1 – Capítulos PMI no Brasil

Fonte: (PMI, 2015)

Percebe-se a importância da aproximação com a sociedade, para isso a regionalização é uma estratégia eficiente para a governabilidade, hoje adotada por

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

diversos órgãos públicos e privados. A regionalização contribui para a distribuição de poderes, promovendo de forma mais eficiente as metas propostas sem causar maiores conflitos sociais e econômicos. (PMI Brasil, 2015).

Silva e Gomes (2015) discutem sobre a regionalização e afirmam o seguinte:

> [...] a regionalização [...] é recomendada como uma alternativa para melhorar a eficiência administrativa e a prestação de serviços, por dois pontos de vista: político, devido ao aumento da participação e à autonomia local, e ao mesmo tempo, a redistribuição do poder e a redução das tensões locais em uma dada região; e financeira, por ser possível aumentar a eficiência em função dos custos. Tudo isto pode ser utilizado de forma aberta ou encoberta para descarregar a responsabilidade financeira dos governos centrais com carência de recursos para as esferas regionais ou locais. (SILVA e GOMES, 2015)

Conforme as regras pré-estabelecidas no ano de 2006 pelo PMI GOC (*Global Operations Center*), e o estatuto social do PMI São Paulo, foi estabelecido que o Capítulo São Paulo pudesse manter e fechar divisões regionais, conhecidas internamente como *branches*. Os *branches* têm a função de atuar como multiplicadores do conhecimento, alinhado às estratégias do Capítulo, a fim de abranger as divisões regionais, beneficiar os associados, conceder reconhecimento aos voluntários, promover encontros e treinamentos de alta qualidade, fomentar parcerias para agregar valor aos associados, trabalhando com as características especificas de cada local, facilitando as iniciativas do Capítulo (NASCIMENTO, 2015).

Os *branches* em potencial do Capítulo São Paulo são: Araçatuba, Araraquara, Baixada Santista, Campinas, Litoral Norte, Marília, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Sorocaba e Vale do Paraíba. Alguns ainda em processo de formalização.

DESENVOLVIMENTO

O PMI busca documentar e formalizar as boas práticas relacionadas ao gerenciamento de projeto, bem como a aplicação dos conhecimentos, habilidades e técnicas para a execução de projetos de forma efetiva e eficaz. Essas competências são reconhecidas e utilizadas por diversas organizações, permitindo que consigam melhores resultados, e assim, maior competitividade no mercado.

O PMBOK cita o seguinte sobre projeto:

> Projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo. A natureza temporária dos projetos indica que eles têm um início e um término definidos. O término é alcançado quando os objetivos do projeto são atingidos ou quando o projeto é encerrado porque os seus objetivos não serão ou não podem ser alcançados, ou quando a necessidade de o projeto deixar de existir. Um projeto também poderá ser encerrado se o cliente (cliente, patrocinador ou financiador) desejar encerrá-lo [...]. (PMBOK, 2013, p.3).

As boas práticas para gerenciamento de projetos são bastante amplas e se estendem

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

por uma infinidade de áreas e organizações. Podem ser empregadas para criar um novo produto, serviço ou resultado inédito, embora o resultado possa ser tangível ou intangível. O projeto pode envolver um único individuo ou muitas pessoas, uma organização ou múltiplas organizações, ou seja, depende do tamanho da atividade do projeto em questão. Um projeto pode ter como resultado: produto, serviço, capacidade ou melhoria em linhas de produção. (PMBOK, 2013).

De acordo com o PMBOK:

> Gerenciamento de projetos é a aplicação do conhecimento, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto para atender aos seus requisitos. O gerenciamento de projetos é realizado através da aplicação e integração apropriadas dos 47 processos de gerenciamento de projetos, logicamente agrupados em cinco grupos de processos. (PMBOK, 2013, p.5).

A composição de um projeto é agrupada da seguinte forma: Iniciação, Planejamento, Execução, Monitoramento/Controle e Encerramento.

Geralmente um projeto inclui: Identificação dos requisitos, diferentes necessidades, preocupações ou expectativas, execução de comunicações ativas, gerenciamento das partes interessadas e equilíbrio das restrições conflitantes. No entanto o projeto não se limita às essas especificações, cada projeto tem circunstância especificas que influenciam diretamente as restrições. (PMBOK, 2013, p.5).

Sabe-se que todo projeto, quando bem elaborado, traz consigo um planejamento, programação, controle de atividades, e uma série de elementos criados para gerenciar e garantir que este alcance seus objetivos. A pessoa que utiliza estas técnicas para alcançar o êxito e a conformidade do projeto é conhecida como gerente de projetos, ou GP.

Um GP deve assumir uma posição de liderança dentro da equipe, ganhando confiança e aceitação de seus membros, porém isso não indica que seu papel é somente dar ordens e esperar que todos as sigam corretamente. Como líder, o gerente de projetos precisa saber prontamente em qual fase o projeto se encontra, bem como manter todos os envolvidos engajados e motivados para que todos trabalhem em prol do entregável. Além do êxito de um projeto, o gerente também responde pelo seu fracasso e, para isso, coragem em enfrentar momentos de forma destemida é fundamental na personalidade de um GP.

Assim, temos como gerente de projetos o profissional responsável por fazer com que tudo aconteça dentro do esperado e planejado, mantendo todas as partes envolvidas e engajadas em prol do maior foco do projeto: Seu objetivo. (DEMERVAL, 2011).

Eventos também demandam planejamento. A ideia do que se fazer não é o bastante para garantir o sucesso de sua execução. Todo evento demanda uma estruturação, essa ideia será explanada nos próximos parágrafos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O conceito de evento dá-se por meio de três ideias principais: Tema central, missão e objetivos. Estas ideias são fundamentais na criação da identidade, na definição do que será feito, e de onde se espera chegar com a realização do mesmo.

A missão, além de expressar o propósito do evento, deve deixar claros os benefícios e contribuições que o mesmo trará ao mercado. Adicionalmente, é uma definição crucial que auxilia todos os envolvidos a operarem suas atividades de forma independente, mas em comum essência. Uma vez definida a missão, esta deve ser traduzida em objetivos os quais possibilitarão de fato com que os resultados aconteçam.

Os objetivos podem ser classificados como principal ou secundário. O objetivo principal visa esclarecer o propósito do evento, que pode ser o relacionamento, a divulgação de uma marca ou a execução de negócios e vendas. Mesclar mais de um destes propósitos pode levar à perda de foco e, consequentemente, diminuir a capacidade de envolvimento junto ao público alvo. Logo, apenas um destes deve ser priorizado. (GIACAGLIA, 2006).

Considerando os fatores levantados para o desenvolvimento de eventos, percebe-se a importância de definir a ideia central, assim como o público alvo. Todos os encontros serão abertos e sem fins lucrativos, pois o foco do projeto é a disseminação do conhecimento para fomentar os assuntos relacionados ao Gerenciamento de Projetos, promovendo o PMI na região de São José do Rio Preto.

Como em toda organização do PMI, os integrantes da equipe, inclusive o GP, serão voluntários e contribuirão igualmente na elaboração do projeto, ou seja, não terão nenhum vínculo empregatício. Todos se filiaram ao PMI, consequentemente juntando-se ao *branch* de São José do Rio Preto, dentro do Capítulo PMI São Paulo.

Para a apresentação das palestras, espera-se firmar acordo com palestrantes sem nenhum custo, ou seja, palestrantes voluntários.

A execução do trabalho voluntário pode não ter um valor financeiro caracterizado, mas muitas vezes possui um interesse pessoal ou corporativo. No Brasil temos muitos resultados positivos de trabalhos voluntários, como organizações de proteção aos animais. Grandes instituições como, por exemplo, o Instituto Airton Senna, Criança Esperança, Tele Ton, entre outros, se iniciaram com trabalhos sem remuneração e se tornam grandes. Hoje, sustentam-se de doações, de pessoas que se propõe a ajudar. (YASBEK, 2002).

Antes do primeiro *Happy Hour*, será necessário o estudo de outros encontros já elaborados por outros *branches* no Capítulo São Paulo. A partir desta análise, serão levantados os requisitos necessários para organização deste tipo de evento, como a criação de uma lista de contatos interessados em participar do *Happy Hour* e o levantamento dos assuntos relacionados ao PMI para apresentação nos eventos. Baseado no estudo de tais assuntos, também será necessário criar uma lista com

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

possíveis palestrantes para apresentações nos encontros e elaboração de materiais para divulgação do evento, seguindo os padrões determinados pelo PMI.

No primeiro momento, a equipe buscará listar todas as atividades necessárias e quais os itens que deverão ser alcançados para elaboração e continuidade do projeto. Determinado os papéis e criado o organograma, toda a equipe deverá concentrar seus esforços na criação de um cronograma que contemple no mínimo as definições das datas para realização de um *Happy Hour* por mês (no período de agosto de 2015 a setembro de 2016). Todo cronograma deverá ser compreendido e acordado por todos.

Também será necessário agendamento de reuniões para levantamento das lições aprendidas e dificuldades encontradas, com foco no melhoramento dos processos elaborados.

A respeito do tempo proposto para execução do projeto, uma periocidade deve estar em um devido plano de distribuição para as diversas divisões a serem executadas em estruturas de tempo corretas, permitindo aos envolvidos o tempo necessário para realização das tarefas, revisão e entrega. (CHAVES, 1992).

Uma ótima maneira de administrar o tempo é separar cada nível de gravidade e colocar à frente os pontos mais graves e maiores para serem desenvolvidos e assim em ordem decrescente até os menores, para que se durante o desenvolvimento ocorrer algo inesperado possa aproveitar o tempo inicial para resolução deixando o resto para as execuções consideradas menos graves. (CHAVES, 1992).

Para acompanhamento dos níveis de satisfação, deverão ser elaborados questionários para avaliar a aprovação dos participantes e palestrantes, bem como modelos para identificar se as expectativas foram alcanças a cada *Happy Hour*, validando a proposta inicial do projeto.

Vale salientar, que os acordos firmados com os estabelecimentos não garantem nenhum tipo de benefício material ou de valor consumível, os organizadores do evento não são responsáveis por qualquer valor referentes ao consumo de produtos ou serviços dentro nos eventos, ou seja, cada participante será responsável por aquilo que consumir.

CONCLUSÃO

A equipe terá o objetivo de elaborar e validar um formato para realização dos *Happy Hours*, assim como todo material necessário para controle, acompanhamento e divulgação dos encontros, possibilitando que outros voluntários interessados continuem facilmente, assim que o projeto for entregue ao patrocinador.

Também se espera que os encontros colaborem para a divulgação do PMI na região, fomentando os assuntos relacionados a projetos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

About US: PMI Project Management Institute. Disponível em <http://www.pmi.org/About-Us.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
Board of Directors: PMI Project Management Institute. Disponível em: <http://www.pmi.org/About- Us/Board-of-Directors.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
Capítulo Brasileiros do PMI - PMI Project Management Institute**.** Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/PMIChapters/BrasilianChapters.aspx>. Acesso em: 25 Maio 2015. CHAVES, Eduardo O. C. **Administração do Tempo**. Capacitação Empresarial, São Paulo: Economia. 1992.
DEMERVAL, Guilarducci Bruzzi. **Gerência de Projetos**. Ed. 2ª. Distrito Federal: SENAC 2011. GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos: Como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo: Thomson. Ed.: 1 ª Reimpressão. p.12 à 25. 2006.
Sobre o PMI: PMI Project Management Institute**.** Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
Membership Benefits: PMI Project Management Institute. Disponível em: <http://www.pmi.org/membership/membership-benefits-of-membership.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
NASCIMENTO, Sérgio Ricardo. **Divisões Regionais do PMI São Paulo,** PMI Capítulo São Paulo, Brasil. São Paulo, 24 Mar. 2015**.** Disponível em: <http://www.pmisp.org.br>**.** Acesso em: 25 Maio 2015.
O que é Gerenciamento de Projetos? PMI Project Management Institute. Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatIsProjectManagement.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
O que são os Padrões de Projeto: PMI Project Management Institute. Disponível em: <https://brasil.pmi.org/brazil/AboutUS/WhatIsProjectManagement.aspx>. Acesso em: 06 Jun. 2015. **PARAIBA, Manual de Gestão de Projetos**: TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO – 13ª REGIÃO. NÚCLEO DE PROJETOS – NPROJ. Versão I. NOVEMBRO 2011. Disponível em: <http://www.trt13.jus.br/age/projetos/MGP.TRT13%20-%20completo%20-%20versal%20final.pdf>. Acessado em: 05 Jun. 2015.
PRADO, Darci; ARCHIBALD, Russel. **Pesquisa sobre Maturidade em Gerenciamento de Projetos**. Maturity by Category Model (MPCM) – Maturidade Brasil 2005 – Relatório anual 205, v. 2. Mai. 2006. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **A Guide to the Project Management Body of Knowledge**. Pennylvania: Project Management Institute Inc. 2004.
Project Management Institute. **Um Guia Do Conhecimento Em Gerenciamento De Projetos**. (GUIA PMBOK®) — Editora: Project Management Institute. Quinta Edição. 2013.
SILVA, Edson C.; GOMES, Mara. H. A. Saúde e Sociedade: **Regionalização da saúde na região do Grande ABC**. São Paulo, v. 23, n. 4, out/dez. 2014. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902014000401383&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 06 Jun. 2015.
WILSON, J.M. **An Historical Perspective on Operations Management**. Production and Inventory Management Journal. Editora do Third Quarter, APICS. 1995.
YASBEK, Maria Carmelita. **Voluntariado e Profissionalidade na intervenção social.** Edição 1ª, São Paulo: MELHORAMENTOS, 2002.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

INFLUÊNCIA DO CINEMA E DA MODA

Felipe de Souza REIS; (Graduado em Comunicação Social UNORP); felipereis34@hotmail.com.

Resumo: Com o objetivo de mostrar o poder da influência e da imagem feminina aliada ao mundo da moda, este trabalho foi realizado a partir de pesquisas em livros e páginas da web relacionadas ou direcionadas ao segmento de moda e história cinematográfica. Grandes figurinistas e estrelas do cinema marcaram a história e passaram para diferentes gerações o real intuito do que é viver baseado em algo que é imposto para as grandes massas, de forma sútil, recreada na figura encarnada por diferentes mulheres.

Palavras-chave: Moda. Cinema. Influência

Abstract: In order to show the power of influence and the female image combined with the fashion world, this work was carried out from research in books and web pages related to or directed to the fashion segment and cinematic history. Great costume designers and movie stars have marked the history and began to different generations the real purpose of living is based on something that is imposed on the masses of subtle form, recreated in figure embodied by different women.

Keywords: Fashion. Film. Influence

INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado é parte da história do cinema e da moda. Um olhar sobre cada produto que a indústria criou nos últimos 70 anos. Este representado, na maioria das vezes por mulheres atraentes, milimetricamente projetadas em figurinos e imagens de grandes figurinistas onde o público não percebe a imagem lançada ou o objetivo traçado. De Ava Gardner a Marlene Dietrich, de Marilyn Monroe a Elizabeth Taylor. Mulheres que mudaram a história do cinema basicamente por seus figurinos e atitudes.

Será apresentado também um pouco dos figurinos que marcaram os anos da chamada "Era de Ouro" de Hollywood.

CINEMA E COMPORTAMENTO DE MODA: O INICIO

O dia 28 de dezembro de 1895 é marcante para a sétima arte. No salão Grand Café, em Paris, os irmãos Lumiére, apresentaram o que chamaram de cinematógrafo. O filme exibido L'Arrivée d'un Train à La Ciotat (Chegada de Um Comboio ou Chegada de Um Trem Na Estação) foi o início para uma indústria multibilionária, que passaria a influenciar também a moda.

Em 1929, a atriz sueca Greta Garbo, ao lado de Theda Bara, uma das musas do cinema mundial e que mais tarde seria o exemplo para artistas contemporâneos como Madonna, protagonizaria O Beijo, último filme mudo da história de Hollywood. Ainda neste ano inicia-se a maior premiação do cinema mundial e também o maior espelho para a moda das estrelas que naquele momento surgiam: o Oscar, prêmio concedido pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood.

Durante os anos 30, o cinema foi marcado pela influência de atrizes como Mae West

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

(famosa pelas conotações sexuais em filmes como "She Done Him Wrong", Judy Garland (O Mundo Mágico de Oz), Greta Garbo (Queen Cristina) e Marlene Dietrich (The Devil Is A Woman)). Neste mesmo período nascia no Brasil uma nova estrela, que no ano seguinte, dominaria o mundo e Hollywood. Carmen Miranda. Ela mostrou ao mundo "O Que é Que a Baiana Tem".

A partir dos anos 40, com a Segunda Guerra Mundial os Estados Unidos e a Inglaterra passaram a produzir filmes patriotas como "Casablanca", com Humprey Bogart.

Outro marco foi Cidadão Kane, de Orson Welles, que mudou o mundo cinematográfico no enquadramento e técnicas narrativas.

Ava Gardner se firmava como uma das maiores estrelas dessa década e perfeita representante da mulher ousada e modernas dos anos 40. "Ela nunca quis parecer uma garotinha e sim uma grande e bela mulher", diria em 2004 a atriz Sharon Stone.

Uma lenda aparecia nos anos 50 e perduraria até os dias de hoje: Marilyn Monroe (O Pecado Mora ao Lado, 1955). Loira favorita de Billy Wilder e grande símbolo sexual do cinema.

Na França surgia o movimento Nouvelle Vague no qual François Truffault foi o principal representante. No cinema francês despontava a mulher que seria lembrada para sempre por sua ousadia, sensualidade e beleza: Brigitte Bardot.

Nos anos 60 com a abertura de novos estúdios na Inglaterra (Peniwood Studios) e na Itália (Cinecittá), o cinema hollywoodiano entra em declínio, porém não perderia seu status. No mesmo período John Cassavetes inicia novos rumos nos EUA com as produções independentes. Destaque para o filme italiano "La Dolce Vita" (1960), de Frederico Fellini e a abertura da série 007 com o filme "Dr. No" (1962).

Audrey Hepburn, a eterna "Bonequinha De Luxo" (1961) junto ao figurinista e mais tarde estilista Givenchy formaria uma das mais bem sucedidas parceria do mundo cinematográfico no que diz respeito à vestimenta.

A MODA POR TRÁS DO CINEMA

Hollywood ditou a moda durante décadas em boa parte do mundo. E, com isso, ajudou a fortalecer a indústria do ramo. Suas glamorosas peças de vestuário tinham a assinatura de habilidosos profissionais e causavam um impacto surpreendente. Apesar dos próprios estilistas reforçarem a ideia de que nem todo modelo serviria para ser utilizado fora da tela, o mercado sucumbia ao figurino cinematográfico de forma desenfreada. Nos primeiros tempos, eles criavam sem pensar no prático ou no cotidiano real: a época era de extravagâncias. Só mais tarde descobriram que o figurino tinha parte importante na popularidade dos filmes e poderia ser comercializado.

Tudo começou no início da década de 1930, quando os estúdios contrataram e promoveram a habilidade de seus próprios estilistas, entre eles WALTER PLUNKETT, na RKO; ADRIAN, na M-G-M; TRAVIS BANTON e EDITH

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

HEAD, na Paramount; MILO ANDERSON e ORRY-KELLY, na Warner Brothers; e JEAN-LOUIS, na Columbia.

Além de criar figurinos que se adaptavam aos enredos e expressava a personalidade dos personagens, eles lançaram novas tendências e reforçaram a moda existente, usando geralmente materiais ostensivamente luxuosos (lantejoulas, peles, musselines etc.) e valorizando a anatomia das estrelas: decotes profundos ou cavados, transparências, plumas de avestruz ou de cisne, etc. Eram mestres na arte de camuflar imperfeições ou realçar atributos.

Responsável pelo charme extravagante e misterioso de Marlene Dietrich, TRAVIS BANTON surpreendeu a todos ao vesti-la, elegantemente, com conjunto de casaco – com ombros largos e ombreiras – e calça, num misto masculino-feminino, em um período de reinado absoluto dos vestidos. Para seu trabalho mais conhecido, o figurino de "E o Vento Levou… / Gone With the Wind" (1939), WALTER PLUNKETT viajou por um ano pelo sul dos Estados Unidos colhendo informações. EDITH HEAD, uma das mais famosas figurinistas da Meca do cinema, premiada com oito Oscars, inventou os famosos sarongues usados por Dorothy Lamour em "A Princesa da Selva / The Jungle Princess", de 1936. Ela também desenhou o vestido de noite tomara que caia trajado por Elisabeth Taylor em "Um Lugar ao Sol / A Place in the Sun", logo copiado em todo o mundo. Outro grande êxito foi o modelo de ADRIAN, de ombros fartos e cintura estreita, feito de organza e em cor branca, criado para Joan Crawford em "Redimida / Possessed" (1931), vendendo mais de 50 mil réplicas graças à loja Macy's. Desenhado por Jean Louis, o sensual longo de cetim cromado negro de Rita Hayworth em "Gilda / Idem" (1936) foi um hit, assim como o vestido branco decotado e simples de Marilyn Monroe em "O Pecado Mora ao Lado / The Seven Year Itch" (1955), de TRAVILLA.

Dois estilos de beleza feminina marcaram os anos 50: o visual recatado de Doris Day e as ingênuas chiques, encarnadas pelas sofisticadas Grace Kelly e Audrey Hepburn. A elegância de Grace Kelly, com suas saias amplas, cintura marcada, colar de pérolas e bolsa Hermés, enfeitiçou os aficionados da moda. Possivelmente o look mais famoso do cinema é o pretinho básico de HUBERT DE GIVENCHY Usado por Audrey em "Bonequinha de Luxo / Breakfast at Tiffany's" (1961). Ele impulsionou o glamour minimalista, sóbrio e sexy da atriz. Para ultrapassar as telas, esses figurinos reuniram uma série de elementos atemporais e, assim, tornaram-se parte da história do cinema.

DIVAS QUE MARCARAM

Durante dois anos (1922 -1924), Greta Gustafson estudou arte dramática na Academia Real de Teatro Dramático (*Kungliga Dramatiska Teatern*), quando foi descoberta pelo diretor finlandês Mauritz Stiller (1883 - 1928), que a partir de então passou a desempenhar a função de segundo pai para a jovem Greta. Apesar de todas as parcerias que ambos tencionavam fazer, Greta e Stiller só fez um único filme

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

juntos: *A Lenda de Gösta Berling* 1924.

Stiller levou Greta para filmar na Alemanha. Lá, ela chamou a atenção do expressionista alemão Georg Wilhelm Pabst (1865 -1967), que a convidou a participar do seu próximo filme, *A Rua das Lágrimas* 1925.

Louis B. Mayer (1885 - 1957), poderoso magnata do cinema que comandava a MGM na época, ficou encantado com o desempenho da jovem atriz sueca no filme *A Lenda de Gösta Berling*, e ofereceu a ela e ao seu mentor, Mauritz Stiller, um contrato para irem trabalhar em Hollywood.

A etimologia mais romântica sustenta que *garbo* era uma antiga palavra norueguesa que significa "ninfa do bosque" ou "fada da floresta", e que Stiller a escolheu para que significasse "um ser misterioso que surge à noite para dançar a luz da lua". Há de fato uma antiga palavra nórdica, *gardbo*, que significa "guardião da fazenda", mas *garbo* não significa nada em sueco. Tem significado nas línguas românticas, das quais Stiller e Garbo eram completamente ignorantes. Alguns alegam que Stiller conhecia o termo musical italiano *con garbo* ("com graça"), ou a definição similar em espanhol, "postura graciosa", frequentemente aplicada aos toureiros.

(E não se descarta a hipótese de Mimi Pollak (1903 - 1999), colega de Garbo dos tempos da Academia Real de Teatro Dramático), de que ela e Greta, não Stiller, inventaram "Garbo". De acordo com Pollak, a própria Greta sentiu que Gustafson era muito comprido e comum para um nome artístico. Consultou Mimi, que conhecia um escrivão do Ministério da Justiça, onde um dia examinaram milhares de nomes. Gostaram de "Gar" para começar e se agradaram do final "bo" de outro nome.

O fato é que mesmo que Garbo não tivesse escolhido o seu pseudônimo, pelo menos teria que aprová-lo. Seja qual for a gênese e a opinião do dono de "Garbo", Stiller tinha arrumado um nome para o seu novo achado, e agora ambos estavam prontos para conquistar a América.

Em 1925 Garbo e Stiller foram juntos para Hollywood contratados por Mayer, da MGM. De uma forma mais exagerada, a crença fanática de Stiller em Garbo era como a de Josef Von Sternberg em Marlene Dietrich: um instinto criativo que só poderia ser realizado através da capacidade do cinema de tornar uma mulher maleável, numa imagem que preenchesse as necessidades emocionais do diretor e da plateia.

Porém, a atriz não alcançou sucesso imediato nos Estados Unidos. Uma das maiores dificuldades da recém-chegada de dezenove anos foi a língua. Garbo apenas engatinhava em seu estudo do inglês, e seu forte sotaque sueco era motivo de piada entre os colegas. Durante as filmagens de *Os Proscritos* (1926), por exemplo, ela e o diretor Montam Bell (1891 - 1958) mal se comunicavam sem intérprete. Mas com o tempo essa questão foi sendo resolvida; o inglês de Garbo era um britânico modificado com elementos americanos, e muito do seu impacto deriva desse exotismo.

Outro motivo da demora da estreia de Garbo em Hollywood foi sua aparência:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ninguém queria saber de dar uma oportunidade para "uma gorduchinha sueca sem retoque", com uma sombra de queixo duplo, cabelos crespos e quase dentuça. Irving Thalberg (1899 - 1936) ordenou-lhe então uma dieta rígida para acabar com as gordurinhas de final de adolescência e mais tarde providenciou a correção do dente direito, que era claramente protuberante em relação ao esquerdo. Dois anos depois, em 1927, seus dentes estavam perfeitamente alinhados; ela se livrou do excesso de peso, escureceu em torno dos olhos (e possivelmente das narinas) para dar profundidade e alisou os cabelos, usando-os para trás, de forma a "levantar" seu rosto. Se for somente uma garota comum ao chegar, a perfeição de sua estrutura óssea tornou possível a beleza. A esses melhoramentos estéticos, seguiram-se os valiosos conselhos e o exemplo profissional de Lillian Gish (1893 - 1993), por quem Garbo sentia uma grande admiração.

A espera em Nova Iorque arrastou-se por um mês e deu nos nervos de todo mundo, principalmente de Stiller. Diz a lenda que a demora foi premeditada por Mayer, para "esfriar a cabeça de Stiller e mostrar quem era o patrão", até que algo inesperado aconteceu. Nesse meio tempo, Garbo conheceu o fotógrafo (1869 - 1942), e juntos eles fizeram uma memorável sessão fotográfica, publicada alguns meses depois, na Vanity Fair de novembro de 1925.

Garbo e Stiller estavam perigosamente próximos da desistência, mas Genthe insistiu para que ela mostrasse as fotos à MGM antes de decidir. Stiller aceitou e as enviou, por mensageiro, à MGM, onde despertaram grande interesse.

Quando o escritório central viu as provas, fornecidas por Genthe, da assombrosa sensualidade de Garbo, as coisas mudaram subitamente: a MGM mandou dinheiro e instruções para Stiller seguir imediatamente para o Oeste, concordando com o salário de quatrocentos dólares semanais para Garbo, desde que ela assinasse um novo contrato dizendo que tinha permissão da mãe para trabalhar.

De fato, essa foi a primeira de uma série jamais interrompida de vitórias de Garbo sobre o estúdio. As fotos de Genthe não deixavam dúvidas: até o departamento jurídico da MGM, mais inclinado a vetar o risco de prejuízo financeiro com dois estrangeiros, percebeu que aquela jovem atriz tinha futuro. Um salário inicial de quatrocentos dólares para uma atriz desconhecida era uma prova rara do quanto a MGM a queria. A jogada de Stiller finalmente rendeu frutos - para Garbo. Na feroz competição pelo estrelato que envolvia as atrizes da MGM, todas passaram por todas as etapas, com exceção de Garbo. Somente ela começou como estrela, como protagonista.

Quando *Os Proscritos* (1926), seu primeiro filme americano, estreou num pequeno cinema em Beverly Hills, ninguém reparou em Garbo e Stiller, que se sentaram discretamente no fundo da sala e sumiram tão logo terminou a projeção; não aparecendo na *première,* ela estabeleceu o próprio precedente. O que hipnotizou

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tanto o público, quanto os críticos e os executivos da MGM, foi o desempenho surpreendente da até então desacreditada atriz sueca. Assim sendo, o estúdio apostou alto no futuro de sua "sedutora": por declaração, e não por aclamação, e com o auxílio desavisado da imprensa, a MGM simplesmente proclamou Garbo uma grande estrela.

Estrela fulgurante do cinema mudo, através de filmes como *Terra de Todos* (1926), iniciado por Stiller e concluído por Fred Niblo (1874 - 1948), *A Carne e o Diabo* (1927), *Love* (1927) e *O Beijo* (1929), de Jacques Feyder (1885-1948), Garbo protagonizou quase duas décadas de apoteose artística e comercial. A maneira completamente diferente com que Garbo utilizava o corpo em suas interpretações foi o que cativou o público norte-americano. Garbo requeria muito menos legendas para expor suas emoções do que qualquer outro ator de cinema mudo, e se o resultado dos filmes não era o de uma obra de arte, ficava claro que ela estava criando uma mulher completamente nova através de sua expressão facial (a comunicação real entre Garbo e o público estava no rosto), suas mãos (a resposta emocional de Garbo começava pelas mãos, como Arnold Genthe já havia observado), seu andar ligeiramente curvado e sua sutileza.

Quando da sua primeira viagem à Suécia, três anos após sua vinda para Hollywood, Garbo já gozava de grande prestígio nos Estados Unidos. Tanto era assim que no dia de seu regresso a Nova Iorque, todo mundo que se recusou a conhecê-la em 1925 agora queria encontrá-la. Uma multidão se amontoou no porto para lhe proporcionar uma recepção calorosa tardia.

Outra prova de sua importância veio em 1932, com a renovação de seu contrato com a MGM, que lhe dava o direito de determinar praticamente toda a programação, aprovar o protagonista dentre quatro nomes de atores e dois de diretores propostos pelo estúdio. Apesar disso, ela raramente usou esse poder ao longo de sua carreira.

Um de seus maiores triunfos foi o filme *Grande Hotel* (1932), no qual ela fala a famosa frase que a marcou pelo resto de sua vida: *"I want to be alone"*. Considerado o primeiro filme *"all-star"* da história, juntar tantas estrelas num mesmo filme foi uma jogada ousada da MGM. Temia-se que o dinheiro gasto com os altos salários jamais pudesse ser recuperado nas bilheterias; o resultado, no entanto, foi sucesso extremo, culminando com o Oscar de Melhor Filme de 1932.

Apesar de algumas escolhas precipitadas de maus roteiros, ao longo do tempo Garbo foi colecionando boas críticas e indicações ao Oscar de Melhor Atriz com grandes sucessos como *A Dama das Camélias* (1936) e *Ninotchka* (1939), porém jamais conquistou a estatueta da Academia, a não ser um prêmio honorário que recebeu quando já tinha abandonado as telas.

Porém, no final dos anos 30, sua independência ameaçava o poder dos magnatas e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

surgiam os primeiros sinais agourentos, como uma notícia de jornal da época: "É voz corrente nos últimos dois anos que a MGM vai dispor de Greta Garbo, Joan Crawford e Norma Shearer, por serem caras demais". A notícia era prematura, mas na "guerra" de Garbo contra a MGM, a análise geral de Louise Brooks (1906 - 1985) sobre o campo de batalha continha uma verdade profunda: nas raras ocasiões em que chegaram a ter poder em Hollywood, mulheres como Garbo amedrontavam os homens em cargos de chefia. O poder era mais importante que o sexo e o dinheiro, embora o dinheiro estivesse sempre no coração do poder.

Abandonou repentinamente o cinema aos 36 anos, depois de filmar *Duas Vezes Meu* (1941), sob a direção de George Cukor (1899- 1983). Muitos críticos alegam que Garbo permitiu a Cukor destruí-la em *Duas Vezes Meu* com sua tentativa frustrada de mudar a fórmula da atriz. Além disso, ele estava mais ocupado com sua própria ascensão e filmou tudo às pressas, para logo em seguida poder se dedicar a *Idílio a Muque* (1942), filme igualmente desastroso com Norma Shearer (1902-1983), realizado seis meses depois de *Duas Vezes Meu*. Ambos foram fracassos de bilheteria e levaram suas estrelas a abandonarem suas carreiras. George Cukor defendeu-se, declarando que "as pessoas dizem gratuitamente que o fracasso de *Duas Vezes Meu* acabou com a carreira de Garbo. É uma simplificação grosseira… Com certeza a abalou, mas o que realmente aconteceu foi que ela desistiu; não quis continuar".

Com seu talento e aura de mistério, tornou-se uma das mulheres mais fascinantes do século passado, eleita pelo Instituto Americano de Cinema como a quinta maior lenda da história da sétima arte.

MARLENE DIETRICH: A DIVA DE CALÇAS

Nascida em Schoneberg, Alemanha, no dia 27 de dezembro de 1901 e falecida em 6 de maio de 1992, em Paris, Marie Magdelene Dietrich foi uma das maiores estrelas da história da Alemanha, considerada por muitos a maior. Cantora e atriz, ela rodou o mundo com turnês mundiais encantando o mundo com sua voz rouca e firme.

Após participar de alguns filmes mudos, ela estreia o primeiro longa falado: Der Blaue Engel (O Anjo Azul), no qual inicio uma parceria de sete filmes com o diretor Josef Von Sternberg. Foram estes: Marrocos (1930), O Expresso Shangai (1931), A Vênus Loira (1932), A Imperatriz Galante (1934), A Mulher Satânica (1935)
e Desonrada (1931).

Dietrich chegou a ser convidado por Adolph Hitler para estrelar filmes simpatizantes ao nazismo, mas recusou e foi para Hollywood onde nos Estados Unidos, se naturalizou americana. Na Segunda Guerra Mundial, Marlene descobriu um novo talento que seria explorado: o canto. Ela já havia cantado em filmes, mas nunca havia feitos apresentações ao vivo ou tinha gravado algo. Para acalmar e amenizar a dor dos soldados ela cantou para eles e a partir daí iniciava-se um novo capítulo na sua carreira, nesta época já consolidada.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Em 1951, iniciou uma série de shows musicais em Las Vegas explorando seu vocal e uma década depois protagonizou o polêmico O Julgamento Em Nuremberg, que mostrava e condenava os ataques dos líderes nazistas.

Dietrich está totalmente ligada à moda e a libertação da mulher, pois foi a primeira mulher a usar calças e mostrar seu lado forte. Nunca deixando de ser sensual e feminina, pois também usava muitas joias e peles. Durante o filme Marroco, em uma época em que as mulheres ainda usavam saias, ela aparece nas telas de cinema usando uma calça patalona fazendo alusão e demonstrando apoio a Coco Chanel, que na época estava lançando calças femininas inspiradas em calças de marinheiros.

AVA GARDNER: O MAIS BELO ANIMAL DO MUNDO

Considerada umas mulheres mais lindas que o mundo do cinema em todos os tempos, Ava Lavinia Gardner nasceu em 24 de Dezembro de 1922 e faleceu no dia 1 de janeiro de 1990 em Londres.

Seu cunhado, Larry, tinha um estúdio de fotografia em Nova Iorque. Quando um dia um funcionário da Metro Goldwyn Mayer passou pelo local e viu uma foto de Ava, aconselhou a encaminhar a então garota há um estúdio de Hollywood. Em 1941 após ser aprovada num teste ela assinou contrato com uma produtora pequena, de John Powers, ao qual recebia 50 dólares semanais.

Seu primeiro papel foi, ainda sem crédito, foi em 1941 no filme Fancy Answers. Ava ganharia o respeito da crítica e se tornaria a estrela número 1 de Hollywood com os filmes: A Condessa Descalça (Joseph L. Mankiewicz), Mogambo (John Ford) e Noite da Iguana (John Huston).

O cineasta Cecil B. De Mille e a atriz Sharon Stone definem Ava como a mulher mais bonita da história e o poeta Jean Cocteau a definia como ' o mais belo animal do mundo', pois quando entrava no estúdio seu olhar felino dominava a todos. A contribuição de Ava ao cinema e ao mundo da moda não está ligada somente á sua vestimenta e as suas atuações, mas sim sobre a mulher que criou a imagem da Deusa do Amor, dos anos 1940.

ELIZABETH TAYLOR: OS OLHOS COR DE VIOLETA

Elizabeth Rosemond Taylor, nascida em 27 de fevereiro de 1932, foi a última grande diva da era de ouro de Hollywood, falecendo em 23 de março de 2011.

Liz conquistou o estrelato ainda na infância, quando estrelou o filme Lassie, em 1943.

A partir dos anos 50 participou de filmes como E Assim Caminha a Humanidade, Cléopatra, Disque Butterfield 8 e Quem Tem Medo de Virginia Woolf. Tendo vencido dois Oscars (um com Disque Butterfield 8,1962 e outro com Virginia Woolf, 1967). Durante os anos 60 foi a atriz mais bem paga do cinema americano e a maior estrela da década.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foi famosa também por dois motivos: os inúmeros casamentos (oito ao todo) e por suas doenças. Durante as filmagens de Cleópatra Liz conheceu seu quinto marido Richard Burton, que dizem ter ficado fascinado com o olhar da atriz e logo se iniciou o escândalo durante o set por várias questões. Foi o início de uma cascata de atrasos e desperdícios.

Primeiro, a Fox teve de esperar Liz concluir outro filme. Depois, por causa dos Jogos Olímpicos de 1960, precisou desistir de rodar em Roma, sede das competições. A saída escolhida foi mudar a produção para o estúdio Pinewood, na Inglaterra. Naquela época, o diretor de Cleópatra ainda era Rouben Mamolian (o favorito da Fox, Alfred Hitchcock, rejeitou o convite). Mamolian seria demitido meses depois, deixando míseros dez minutos de cenas concluídas. Explica-se: em Londres, Liz dividiu seu tempo entre uma luxuosa suíte do Hotel Dorchester e o hospital – sofreu uma infecção viral, contraiu meningite e, em março último, quase morreu em função de uma pneumonia (uma traqueostomia de emergência a salvou). Um mês depois, contando com a compaixão da Academia por seu drama pessoal, levou o Oscar de melhor atriz por Disque Butterfield 8. Com o prestígio em alta, Liz avisou à Fox que gostaria de ver Cleópatra entregue ao amigo Mankiewicz. O novo diretor imediatamente tirou o projeto da Inglaterra (onde chove demais e não há, evidentemente, paisagens egípcias ou romanas), descartou os gigantescos cenários já construídos, jogaram fora os dez minutos rodados por Mamolian e rasgou o roteiro anterior.

Ainda assim a Fox acatou o pedido de Liz Taylor e continuou a investir no filme, este que na época era o mais caro da história tendo-se gastado 35 milhões de dólares até então, preferindo não engavetar o projeto por conta da prevenção da então super estrela norte americana.

Sua beleza era considerada o ideal, a perfeição por conta de seu rosto com pele rosada com traços suaves, sobrancelhas grossas e negras e o famoso par de olhos cor de violeta. Sempre emoldurada pelo glamour de grandes grifes como Gianfranco Ferré, ela era apaixonada por joias e diamantes, tendo um dos maiores acervos no mundo.

O cantor Michael Jackson, melhor amigo da atriz, dedicou a ela a canção Liberian Girl, de seu álbum Bad, em 1987.

MARILYN MONROE: A ETERNA LOIRA PLATINADA DO CINEMA

Norma Jeane Mortenson nasceu em 1 de junho de 1926 e faleceu em 5 de agosto de 1962. Começou trabalhando como modelo em 1945 quando o fotógrafo Davis Conover, a viu durante uma sessão de fotos onde iria fotografar mulheres que ajudavam no armamento da guerra.

Com um salário de 25 dólares por semana ela assinou seu primeiro contrato com a 20 Century Fox, em 26 de agosto de 1946. Pouco tempo depois, tingiu seu cabelo de loiro claríssimo e mudou seu nome artisticamente para "Marilyn Monroe", Monroe era o sobrenome da sua avó materna e Marilyn o nome mais chique da época. Apesar da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

escolha de seu nome, Monroe disse o seguinte:

"Nunca gostei do nome Marilyn. Frequentemente desejei que devesse ter permanecido com o nome Jean Monroe. Mas suponho que agora está tarde demais para mudar." (de sua biografia A Vida Secreta de Marilyn Monroe, de J Randy Tombarelli).

Durante seus primeiros meses na 20th Century Fox, Monroe não tinha papéis para falar em algum filme, mas, ao lado de outros atores novos contratados, teve aulas de dança e canto, entre outros. Ela apareceu como figurante em alguns filmes, mas não existe lista exata, alguns cinéfilos afirmam que ela aparece nas comédias musicais The Shocking Miss Pilgrim, You Were Meant for Me, e Western Green Grass of Wyoming, mas não são confirmados.

Ela interpretou Betty, em uma parte do filme Scudda Hoo! Scudda Hay! Vestida com um avental e descendo a escada de uma igreja, ela diz: "Oi, Rad" para o personagem principal, interpretado por June Haver, que responde: "Oi, Betty.". Esse foi o único diálogo de Monroe no filme.

Apesar de Marilyn ter começado a carreira em alguns pequenos filmes, a sua habilidade para a comédia, sua sensualidade e a sua presença em eventos a levaram a conquistar papéis em filmes de grande sucesso, tornando-a numa das mais populares estrelas de cinema da década de 1950. Apesar de sua beleza deslumbrante, suas curvas e lábios carnudos, Marilyn era mais do que um símbolo sexual da década de 50. Sua aparente vulnerabilidade e inocência, junto com sua inata sensualidade, a tornaram querida no mundo inteiro. Ao mesmo tempo em que era uma menina frágil e inocente, era uma mulher dominante e irresistivelmente sedutora, quer perduraria até os dias de hoje.

Em 1953 no filme Niagara, o diretor Darryl F. Zanuck deu a ela oportunidade de um primeiro papel notável. Ainda no mesmo ano ela protagonizaria ao lado de Jane Russel um dos maiores clássicos do cinema: Por Que Os Homens Preferem As Loiras, de Howard Haws. Filme no qual usa o longo vestido rosa, que anos mais tarde Madonna imitaria nos clipe Material Girl, em 1985. Monroe ganhou um de seus papéis em filmes mais notáveis em The Seven Year Itch. Em setembro de 1954, ela gravou uma cena em que sua saia era assoprada em Lexington Avenue na Rua 52, em Nova York.

No filme Something Got A Give, foi a primeira atriz a aparecer nua nas telas do cinema, o filme havia sido feito as pressas para entrar repor o fracasso que a o anterior Cleópatra, tinha deixado par ao estúdio 20 Century.

Marilyn era considerada pelos amigos uma mulher muito frágil e com medo de palco, como afirmou o escritor Truman Capote ao The New York Times, em 1956 e acima de tudo tornou se um mito, aliado ao seu talento cômico no estereótipo da “loira burra’’ em comédias leves que viraram clássicos”.

Com o este estereótipo, ela cantou para presidentes, visitou soldados e ainda serve

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de inspiração para várias gerações de Madonna a Britney Spears, de

Michelle Adams a Sharon Stone.

BRIGITTE BARDOT: UMA LOCOMOTIVA DA HISTÓRIA DAS MULHERES.

Ícone popular dos anos 50,60 e 70 Brigitte Anne Marie Bardot ou simplesmente BB foi eleita pela revista Time como um dos cem nomes mais influentes da história da moda.

Era uma das únicas atrizes não americanas a ter grande divulgação da mídia e mesmo sem grandes prêmios ela era respeitada pela critica e amada pelo público. Seu estilo ninfeta e ao mesmo tempo *femme fatale* hipnotizava os homens e era copiado pelas mulheres.

Desde pequena teve contato com arte, seu pai era um aristocrata francês Louis Bardot e com incentivo de sua mãe foi aceita no Conservatoire National Supérieur de Musique et de Danse de Paris (Conservatório Nacional Superior De Dança e Música De Paris).

Em 1950, com 15 anos, foi capa da revista Elle francesa, que lhe abriu portas ao cinema. Sua estréia no cinema foi aos 17 anos no filme Le Trou Normand (1952). No filme Manina, la fille Sans Voile, seu pai entrou na justiça, por conta das cenas de biquíni de BB, porém não obteve sucesso.

Em seu primeiro grande papel na nouvelle vague francesa, inspirada no neorrealismo italiano, ela protagonizaria um dos marcos do cinema francês E Deus Criou A Mulher, de seu então marido Roger Vadim. No filme Brigitte percorre as telas de cinema de biquíni, que se tornou uma de suas marcas e o longa estreou no mundo inteiro da noite para o dia. Em alguns países chegou a ser proibido, por conta da Liga da Decência Católica. Umas das cenas mais eróticas do cinema é a cena que ela dança descalça sobre a mesa neste filme.

Com a o enfraquecimento de Hollywood na década de 60 e a ascensão do cinema europeu, ela se tornou a grande estrela da década influenciando a moda e o comportamento das mulheres. Nesta época segundo o critico Rubens Ewald Filho, o nome Bardot, era mais importante para a balança comercial francesa que a exportação da indústria automobilística.

O cabelo loiro e volumoso, os olhos marcados e os dentes ligeiramente separados se tornaram sua marca registrada. Linda e naturalmente sexy, com sua calça capri, seu vestido florido, camiseta listrada ou até com sua jaqueta de couro.

Brigitte é um ícone por ter sido responsável por várias mudanças como o simples uso de um biquíni, que até então não tinha sido usado em filmes, nem por Marilyn Monroe.

No Brasil, no Rio, a Armação de Búzios ficou famosa por Brigitte ter se hospedado muitas vezes para atuar em filmes e em visitas. Uma estátua de bronze foi feita em sua

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

homenagem.

O escultor francês utilizou o busto de BB como modelo para o busto de Marianne, o emblema nacional francês.

Em 1977, antes de completar 40 anos encerrou sua carreira e se dedica ao ativismo em defesa dos animais até hoje.

AUDREY HEPBURN: A ETERNA BONEQUINHA DE LUXO

Audrey Kathleen Ruston ou para o mundo Audrey Hepburn (4 de maio de 1929 a 20 de janeiro de 1993) foi sem dúvida o maior ícone de estilo do cinema americano. Imortalizada nas telas em filmes como Bonequinha de Luxo, A Princesa e o Plebeu e Minha Bela Dama ela foi perfeita representante da mulher sofistica, elegante e com postura dos anos 60.

Foi a quinta artista, e a terceira mulher, a conseguir ganhar as quatro principais premiações do entretenimento norte-americano, o EGOT - acrônimo de Emmy, Grammy, Oscar e Tony.

Em 08 de fevereiro de 1960, ganhou uma estrela na Calçada da fama de Hollywood, em homenagem a sua dedicação e contribuição ao cinema mundial.

O estilista francês Hubert de Givenchy a vestiria por toda a vida. Mas não era só isso. Audrey emprestava a coreografia de seus movimentos às peças que vestia. O vestido preto, de Bonequinha de Luxo foi alçado ao posto de traje de primeira grandeza graças à atriz.

"Audrey tinha a rara qualidade de ter consciência de quanto sua vida era extraordinária. Isso lhe dava humildade, em vez de lhe subir à cabeça", escreveu Melissa Hellstern, autora de duas biografias dela. O comportamento gentil não foi alterado nem nas fases em que suas crises pessoais estavam expostas. Sofreu quatro abortos. As infidelidades do segundo marido, o psiquiatra italiano Andrea Dotti, estampavam as colunas de fofoca. Audrey passou por altos e baixos sem corromper o temperamento. "Essa integridade é a verdadeira base de sua elegância à prova do tempo e do vai e vem da moda", diz Valeska Nakad, da Faculdade Belas- Artes de São Paulo. No livro que o filho mais velho, Sean Ferrer, escreveu sobre Audrey, ele afirma: "As pessoas falam das roupas de mamãe, de seu porte. Sua elegância não vinha do que se podia ver. Vinha de sua alma". A opinião de Sean está longe de ser isenta. Mas não precisava ser. A força do símbolo de Audrey mostra que ele estava certo.

A VITRINE PARA A FOGUEIRA DAS VAIDADES

Iniciado em 16 de maio de 1927, o Oscar é uma premiação concedida pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood.

A primeira exibição pela televisão foi feita em 1953, mas foi em 1966 que a cerimônia

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

passaria a ser exibida mundialmente. Segundo a Enciclopédia do Novo Mundo, a importância, em termos de audiência, do Oscar é similar a eventos como Copa do Mundo e Jogos Olímpicos, pois cerca de 1 bilhão de pessoas assistem a apresentação.

Segundo Voltaire Schilling, desde o início o objetivo do Oscar era fazer menção a antiga soberania dos deuses gregos.

"A festa do Oscar, que a cada ano que passa mundializa-se vem justamente ocupar o espaço deixado pelos mitológicos encontros dos deuses no Olimpo, pelas bacanais romanas e as grandes folias das antigas cortes."

Em Hollywood, porém, se fazem presentes os deuses de hoje, as divindades da moderna sociedade de entretenimento, a nova nobreza da sociedade de massas: os artistas de cinema. São eles os novos deuses e deusas dignos da admiração ou do repúdio das massas. As atividades deles, amorosa ou não, são minuciosamente vasculhadas em centenas de revistas especializadas, os seus amores, seus gostos e seus gastos são constantemente expostos em longas reportagens, num interesse que não difere muito que os antigos revelavam por suas divindades. Uma leitura atenta da mitologia greco-romana mostra um mundo de aventuras, intrigas e dissipações que não parecem diferir muito daquela que hoje se associa à vida dos artistas.

Com isto o mundo fashion tomou grande proporção a cada edição do evento. Grandes estrelas desfilando grandes modelos, numa tentativa de recrear a

magia de uma corte.

Segundo a consultora de moda Constanza Pascolato o evento muitas vezes é confundido com um grande desfile de moda, tendo como protagonistas astros e estrelas.

Audrey Hepburn, Sharon Stone, Nicoke Kidman, Grace Kelly e Penelope Cruz são destacadas na revista Elle em uma lista que selecionou os 15 melhores figurinos da história.

Sharon Stone, atriz de Instinto Selvagem, surpreende o mundo em 1998 onde usou uma saia da estilista Vera Wang, com uma camisa branca e transformando a combinação numa glamorosa vestimenta de festa. Enquanto que durante os anos 1950 para Grace Kelly que, naquele momento, surpreendia o mundo com sua beleza e elegância a ousadia era optar por um vestido azul claro.

Vera Wang, John Galliano, Versace, Miu Miu, Gianfranco Ferré e Giorgio Armani são algumas das centenas de grifes que são exibidas pelas estrelas.

Conclusão

O trabalho acima apresentado foi feito a partir a partir de pesquisas em blogs de moda, cinema e livros. Como se pode notar nada é feito naturalmente, tudo se cria na indústria cinematográfica. A moda e a imagem são as principais aliadas na indústria que luta há quase 100 anos para conseguir manter o brilho de cada estrela. Afinal de contas quem se importa, hoje, se tudo não passa de produto criado para entreter?

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ainda assim é necessário que o público acredite que tudo o que está na tela pode ser real e dê andamento no "reino encantado" dos negócios.

Referências Bibliográficas

COUSINS, Mark. História do Cinema. Editora Martin Fontes. 2003,
LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo, Cia das Letras, 1989.
LURIE, Alison. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro, Rocco, 1997. Divas do Cinema, Bravo. Editora Abril. 2011.
http://modacine.blogspot.com.br/

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

LIDERANÇA E EMPREENDEDORISMO NAS PEQUENAS EMPRESAS

Adriana Cristina da Silva* (UEMG);Economista, Mestranda Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); adrianacriss@yahoo.com.br

Resumo

O artigo tem como objetivo, demonstrar a importância da liderança e do empreendedorismo nas pequenas empresas. Focaliza a necessidade da presença de um bom líder para incentivar, motivar e liderar seus colaboradores a terem um melhor desempenho na empresa e a importância da tomada de decisões de forma estratégica como um diferencial das demais empresas. O papel do líder, para ser bem desenvolvido, precisa da colaboração de seus liderados, fazendo com que estes o sigam sem sentirem–se pressionados. Importante salientar que a liderança nas pequenas empresas é imprescindível, pois a arte de liderar está sendo cada vez mais valorizada pelas organizações. Essa valorização torna o líder satisfeito e, assegura um trabalho bem realizado e consequentemente o melhor desempenho e organização para alcance dos seus objetivos. O empreendedor possui características essenciais para obter um negócio de sucesso. E por este motivo, que as empresas estão em busca desse profissional para que eles agarrem as oportunidades e as transformem em ideias inovadoras e concretizem em seu empreendimento, assegurando o sucesso. Este profissional tem a capacidade de desenvolver o negócio destas pequenas empresas juntando seu espírito empreendedor com a capacidade de alinhar seus liderados com adoção de estratégias inovadoras e com a aplicação do plano de negócio de forma que crie possibilidades a superar as expectativas do mercado. Assim a percepção de um empreendedor na empresa, ou seja, um inovador, com coragem e capacidade de criar para assumir os riscos e autoconfiança para atuar e ter sucesso no mercado atual para garantir a permanência e solidez diante da concorrência.

Palavras chaves: Liderança, líder, empreendedor, empreendedorismo.

Abstract

The article aims to demonstrate the importance of leadership and entrepreneurship in small businesses. It focuses on the need for the presence of a good leader to encourage, motivate and lead your employees and perform better in the company and the importance of making decisions strategically as a differentiator from other companies. The leader's role to be well developed, need the cooperation of their subordinates, which makes these the follow without feeling pressed. Important to note that the leadership in small companies is essential, because the art of leadership is being increasingly valued by organizations. This enhancement makes the satisfied leader and assures a job well done and consequently the best performance the organization to reach its goals. The entrepreneur has essential features for a successful business. So that companies are seeking these professionals so that they obtain the opportunities and transform in new ideas and materialize in your enterprise, ensuring success.

This professional has the ability to develop the business of these small companies joining its entrepreneurial spirit with the ability to align their team with the adoption of innovative strategies and the business plan of the application form which create opportunities to overcome the market expectations. Thus the expectation's perception in the company, is an innovative, with courage and ability to create and to take risks , confidence to act and succeed in today's market and ensure the permanence and solidity in the face of competition.

Key-words: Leadership, leader, entrepreneur, entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

Os processos de liderança nas organizações, diante da concorrência do mercado atual,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

tornam-se relevantes; afinal as empresas necessitam de profissionais que tenham a capacidade de liderança e de empreender para o sucesso de seus negócios.

A liderança tornou-se de extrema importância para as empresas nos dias atuais, portanto percebemos que a presença de um bom líder é fundamental para um bom desenvolvimento da organização.

Com isso, as organizações estão buscando cada vez mais melhorias e destaque no mercado, portanto, para isso é necessário que a empresa invista na preparação dos profissionais de liderança, para que estes possam estar preparados para encarar os desafios da concorrência que está cada vez mais acirrada.

Importante salientar que a liderança nas pequenas empresas é imprescindível, pois a arte de liderar está sendo cada vez mais valorizada pelas organizações. Essa valorização torna o líder satisfeito e é garantia de um trabalho bem realizado e consequentemente a organização terá um melhor desempenho em seus objetivos.

Portanto abordar a arte de empreender nas pequenas empresas, com grande avanço na globalização as empresas que estão lutando para se manter no mercado atual. A concorrência se torna cada vez mais acirrada entre as empresas e isso faz com que o empreendedor inove, crie e busque resultados positivos para seus negócios.

Com isso, o empreendedor se torna fundamental para as empresas, por possuir diferentes características que abrange todas as áreas, que são essenciais para que o sucesso da empresa seja alcançado, tais características empreendedoras trazem um diferencial muito grande para as empresas, para isso o empreendedor está sempre em busca do crescimento da empresa e consequentemente ele busca ser reconhecido.

As empresas estão percebendo cada vez mais a importância do líder e do empreendedor, pois estes fazem da empresa um diferencial e a transformam na melhor do ramo em que atuam.

Logo, analisar a falta de um bom líder e de um bom empreendedor nas pequenas empresas para identificar se podem afetar o desenvolvimento dos colaboradores nas organizações é relevante.

No mercado atual nota-se que a concorrência entre as empresas estão cada vez mais acirrada, é através desta concorrência que as empresas estão à procura de líderes e empreendedores que tenham conhecimento, habilidade e atitude para comandar um grande empreendimento e que tenham capacidade para encarar os problemas que as organizações enfrentam no dia-a-dia com inovação, ou seja, estejam preparados a superar as expectativas do mercado.

Objetiva-se mostrar ferramentas para auxiliar os líderes e empreendedores no funcionamento dos processos nas organizações. Demonstrar o desenvolvimento dos processos que um líder deve tomar em relação a seus liderados na organização, sem interferência na capacidade de seus colaboradores e os passos e decisões que um empreendedor deve tomar para alcançar um bom resultado em seu negócio. E

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

consequentemente ter um maior estaque entre as demais empresas.

O procedimento metodológico adotado no desenvolvimento deste trabalho ocorreu por meio de ampla revisão bibliográfica através de livros, artigos, conhecimentos disponibilizados na internet, visando uma analise positiva nos resultados obtidos pela pesquisa.

DESENVOLVIMENTO

1.1 Importância da liderança nas pequenas empresas

A liderança é a capacidade de influenciar subordinados a fazer aquilo que devem fazer, ou seja, é o poder de persuasão (convencimento) interpessoal, exercido em uma situação e com sentido de conseguir um ou mais objetivos específicos; portanto, ela é de fundamental importância para todos os tipos de organização humana, e principalmente para as empresas, ou seja, para conquistar uma liderança diferenciada é necessário que o líder gere a satisfação em seu grupo.

Enquanto aspecto comportamental da organização é na liderança que reside à capacidade de conduzir a solução de problemas, mantendo o caráter e a cultura na gestão, de modo que os empregados executem os objetivos e tarefas fixadas.

No entanto, a má liderança pode gerar conflito entre as pessoas do grupo e estes poderão não atingir o objetivo proposto ou necessário para a empresa.

Segundo Fiedler (1967, p.3).

> "a preocupação com a liderança é tão antiga quanto à história escrita. A República de Platão constitui um bom exemplo dessas preocupações iniciais ao falar da adequada educação e treinamento de líderes políticos. Onde existia aristocracia hereditária, cada homem é potencialmente um líder e a sociedade tem que conseguir ainda identificar e treinar adequadamente aquele homem que será capaz de conduzir suas instituições."

Atualmente, as empresas estão valorizando cada vez mais a liderança, tanto na vida pessoal, quanto na visa profissional, pois ser líder é muito mais que ser "chefe" ou "gerente".

Líder é todo aquele que tem a capacidade de estimular e conduzir pessoas a atingir determinado objetivo ou meta proposta, ou seja, o líder agindo assim (agente de estímulo) exerce o papel de influência sobre seus liderados. O líder é a pessoa a qual o grupo de indivíduos lhe atribui uma posição de responsabilidade para coordenar as tarefas relacionadas ao grupo, alcançando com isso os principais objetivos.

Para ser um bom líder acima de tudo, ele deve gostar do que faz, deve ter paixão pelo seu trabalho, transmitindo confiança e esperança aos seus liderados, pois não existe líder sem seguidores.

O líder deve mostrar e transmitir a seus liderados a honestidade, a coragem e possuir o carisma (qualidade especial de liderança derivada de individualidade excepcional na qual

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

atrai para junto ou perto de si, as pessoas ou grupo de pessoas), pois em qualquer ramo de atividade, o líder terá que tratar (lidar) com o fator humano, que acima de tudo necessita ser respeitado.

Para exercer melhor a liderança, o líder deve reconhecer suas limitações tanto físicas, quanto intelectuais, pois ele deve compartilhar a mesma com seus liderados, participar de todas as atividades, incentivando, capacitando e convencendo-os da importância de atingir os objetivos e as metas da organização.

A condução e o sucesso do trabalho, dos objetivos e metas organizacionais serão atingidos a partir de algumas qualidades de um bom líder ; as quais são:

- Integridade – é essencial para um líder, pois mostra seu caráter e faz com que as pessoas confiem nele;
- Entusiasmo – o líder transmite boas energias e confiança de um trabalho bem realizado ou a realizar;
- Segurança e auto estima – isso faz com que os seus liderados se sintam seguros e possuam sempre a vontade de expressar e dizer a verdade ao líder.

Havendo no líder essas qualidades e princípios descritos acima, faz com que seus colaboradores gostem de atuar juntamente com ele, portanto, sentem satisfação em participar de suas ideias e inovações.

O bom líder por sua vez, não tem subordinado, mas colaboradores (companheiros), nos quais fazem tudo com prazer e espírito cooperativo. Ele se faz e procura ser exemplo a ser seguido por seus colaboradores. É e procura ser constantemente ético, buscando acima de tudo, ser justo com seus colaboradores para que os mesmos andem no mesmo ritmo (passo) e caminho traçado (planejado) pela empresa, garantindo sempre a transparência nas ações e decisões a serem tomadas.

Devemos considerar que o líder e o chefe jamais se confundem, portanto, há muitas diferenças entre ambos, pois como afirma Heller (1999, p.66), o chefe influi nos atos das pessoas e às vezes através delas, também nas ideias; já o líder influi às vezes nos atos.

O líder tem o poder então de influenciar, modificar ou convencer (persuasão) as ações de seus colaboradores; já o chefe se constitui em sua atitude muitas vezes inflexível. Todo líder tem atitude progressiva, convicção de suas ideias e pensamentos, demonstrando simpatia em relação a seus colaboradores e se preocupa em conhecer profundamente a psicologia de cada pessoa do seu grupo.

Já o chefe procura através da imposição a realização do trabalho de seu grupo. Quanto ao líder nesse quesito (questão), se dispõe a realizar a missão (é o que dará sustentação e direção para as nossas ações, detalhando como atingir a visão), da empresa junto com seus liderados. As diferenças entre ambos (líder e chefe) são visíveis, pois o líder se entrega na realização e na melhoria (aperfeiçoamento) do seu grupo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ser líder é além de saber agir na hora certa, ter a capacidade de transformar os sonhos em realidade e incentivar para que as pessoas mudem por vontade própria, ou seja, o seu poder de persuasão (convencimento) em ação. Ter uma visão antecipada do futuro e a capacidade de inspirar e transformar os desejos em algo real.

A liderança é uma das características da gestão moderna que mais está sendo analisada (observada) pelas empresas, pois ela exerce uma grande influência sobre seus liderados e busca alcançar as metas, ter a visão e os valores que a empresa deseja atingir como objetivo principal.

Em nossos dias a liderança tornou-se algo essencial para a empresa e cada um de seus setores, pois ela colabora muito para uma gestão empreendedora.

É necessário que o gestor conheça seus liderados, para que ele saiba incentivá-los e conduzi-los a atingir as metas e objetivos propostos pela organização, portanto, isto faz parte do conceito que é o de liderar.

A liderança está voltada exclusivamente a sociedade, envolve um determinado setor da empresa onde exerce a influência sobre seus liderados, influência esta , que busca satisfazer a necessidade do grupo de pessoas, e com isso, gerar um resultado positivo para a empresa.

Segundo Bergamini (2009, p.103):

> "em primeiro lugar a liderança conserva o dominador com que está ligado a um fenômeno grupal, que envolve duas ou mais pessoas. Posteriormente trata claramente de um processo de influência exercido de forma intencional por parte do líder sobre seus seguidores".

O trabalho desenvolvido pelo grupo, deve ser realizado com sucesso, para isso, é necessário que o líder transpire confiança e trabalhe em conjunto com seus liderados, assim todos alcançarão seus objetivos.

Com o fenômeno da globalização (processo de diminuição de distâncias e quebra de barreiras comerciais entre nações) a partir de 1990 ao menos no Brasil, as empresas têm buscado cada vez mais pessoas capacitadas e que exerçam o poder de liderança.

Porém isso não significa que o líder deva assumir a responsabilidade exclusivamente (sozinho), isto é, poderão ocorrer momentos que será indispensável a sua presença, pois são nos momentos mais difíceis que a grupo e mostrará a direção a ser seguida.

Toda organização espera que o líder eficaz, seja hábil na resolução dos problemas da empresa, para isso, o líder deve contribuir na formação dos valores de seus liderados, pois é o líder que determina o bom relacionamento de seu grupo, e faz com que estes desenvolvam toda sua potencialidade na empresa.

O verdadeiro líder deve estar preparado para manter seu grupo atento aos fatos que ocorrem ao seu redor, assim o líder indicará a melhor direção a ser tomada pelo mesmo, procurando fazer com que a auto estima de seus liderados esteja e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

permaneça em alta, pois é isso, que eles esperam de seu líder.

De acordo com o grande gerencial desenvolvido por Robert Blake e Jane Mouton (2000), eles propuseram cinco estilos diferentes de lideres, identificando o comportamento, as tarefas e os estilos orientados para pessoas. O estilo considerado mais eficaz é o "9,9", pois este estilo aborda quase todas as situações da empresa, e consequentemente, resulta em um melhor desempenho para a empresa.

Em suma, as teorias comportamentais buscaram identificar os tipos de comportamento de maior impacto no aumento da eficácia do desempenho dos seus seguidores. Dentro dessa abordagem, passou-se a aceitar que, ao se conhecer o comportamento responsável pela liderança eficaz, as pessoas poderiam ser treinadas para se tornarem líderes efetivos.

Vejamos como estes estilos são conhecidos no quadro:

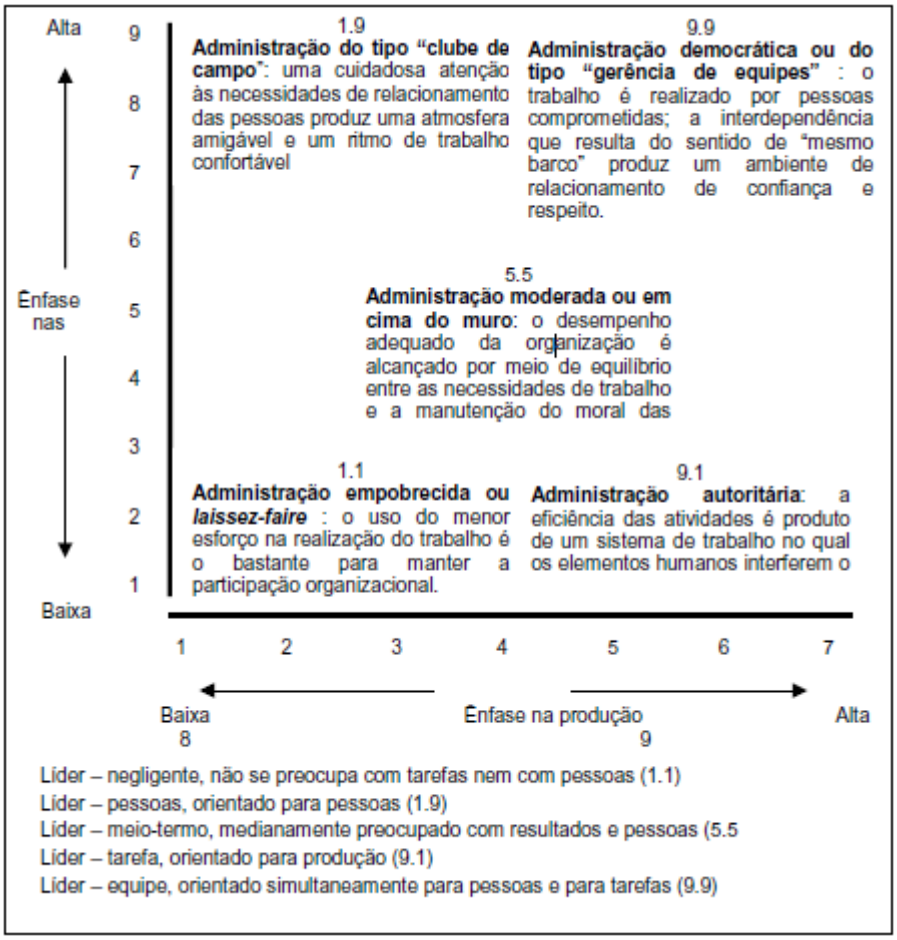


Figura: *Grid* gerencial de Blake e Mouton Fonte: Cavalcanti (2009, p. 44)

O líder eficaz deve estar acima de tudo, motivado para atender todas as expectativas da empresa e estimular seus seguidores para que estes tragam resultado positivo para a organização.

São perceptíveis que a motivação e a liderança são termos que estão intimamente ligados entre si e um complementa o outro, no entanto, o líder não motiva seus liderados, porém ele é a peça chave para não deixar seus liderados desmotivados.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Os lideres precisam andar juntos com seus liderados para garantir a realização de seus objetivos e estes terão relacionamento firme e duradouro. Conforme afirma Collins e Drucker (2000): "só se é um líder, se as pessoas seguirem sua liderança, tendo a liberdade de não o fazerem".

O verdadeiro líder é aquele que exerce sua ação sobre seus liderados, deixando que eles escolham segui-lo por vontade própria, sem que o líder faça alguma pressão sobre eles, tanto fora quanto dentro da empresa.

As organizações desejam que o líder em conjunto com o grupo, tenham o perfeito domínio de diferentes tarefas na empresa. O líder deve capacitar e incentivar o seu grupo, levando-os ou conduzindo-os ao amadurecimento.

O líder agindo assim, a tendência é de que os liderados depositando mais confiança nele deixarão seus próprios interesses para ajudar o grupo a atingir um melhor resultado na organização.

O valor do comportamento empreendedor nas pequenas empresas

O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômico do século XVIII e XIX. Esses pensadores defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência.

Segundo Swedberg (2000), dentro das ciências sociais, o empreendedor foi uma da ideias traçada pelo trabalho de Max Weber (1864 – 1920).

Em sua visão sobre empreendedorismo Max, destaca a análises feitas sobre o um tipo especializado de ser humano como empreendedor, quais atitudes que são tomadas pelo empreendedor.

Hoje em dia podemos perceber que o empreendedorismo está em destaque no mercado. E as empresas estão utilizando esta ferramenta para se diferenciar das demais organizações. Portanto, é através desta pesquisa que descobrimos o perfil e as diferentes características que os empreendedores utilizam para se destacar na empresa.

A concorrência exige das empresas colaboradores que sejam empreendedores, com alta capacidade competitiva, que busquem o equilíbrio e levem a empresa a ser bem sucedida diante do mercado.

Segundo Dornelas (2001 p.15-16):

> "o conceito de empreendedorismo se difundiu mais no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990, como consequência do aumento do desemprego originado pelas várias tentativas de estabilização econômica, das implantações e imposições vindas com a globalização. Os ex-funcionários de grandes empresas começaram novos negócios tradicionais ou virtuais, às vezes mesmo sem experiência no ramo, sendo que, alguns nem mesmo formalizaram suas empresas, atuando no setor da economia informal".

Pode–se afirmar, com o grande avanço da modernização no Brasil, que as empresas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

estão em busca de pessoas que tenham visão empreendedora para fazer a diferença nas organizações.

A empresa precisa criar um empreendimento competitivo, saudável, que estimule a capacidade de seus colaboradores, para que estes criem e inovem dentro da empresa, com isso, tornando-a um diferencial no mercado. O grande desafio enfrentado pelas empresas é manter-se de portas abertas, pois a concorrência e a falta de conhecimento são um dos fatores que as empresas enfrentam e isso faz com que os empresários desanimem e fechem as portas da mesma.

Nas organizações o empreendedor se diferencia dos demais indivíduos, pois, ele identifica as oportunidades de negócio e investimento com qualidade, transformando as vagas sugestões em ideias reais e concretas.

Portanto, o destaque do empreendedor se deve as suas características de personalidade as quais identificamos algumas: a persistência e não a teimosia, a autoconfiança e não o pensamento desanimador ou descrédito, a criatividade em contra partida da falta de ousadia e coragem, otimismo ao invés do constante pessimismo, a disposição para correr riscos em contra partida da situação estática, o senso de busca de oportunidades ao invés da situação imóvel ou parada no tempo.

Com isso, ele assume mais responsabilidades e capacidade para atingir os objetivos da empresa. Define-se o empreendedor como um indivíduo que procura oportunidades em organizações e seu ambiente, iniciando projetos de melhorias para realizar as mudanças, Robbins e Decenzo (2004, p.10).

No entanto de acordo com Longenecker ET. al. (1997, p.3-11), define o empreendedor como "uma pessoa que inicia e/ou opera seu próprio negócio", visando três recompensas básicas: lucro que compense seu investimento, liberdade para trabalhar com independência e busca de uma maneira prazerosa de viver.

Destacar que os empreendedores são pessoas com enormes capacidades de realização, dispostas a correr riscos calculados e com iniciativa. Não podemos esquecer que a experiência e a preparação são fundamentais para os empreendedores, e o melhor momento para se iniciar seu negócio seria entre o final dos 20 e o início dos 40 anos de idade, quando há um equilíbrio entre as experiências adquiridas e as obrigações familiares (Longenecker ET. al.1997, p.13).

No entanto isso não significa que o empreendedor deve ser experiente, porém deve ter todas as qualidades de um bom empreendedor. Assim ele poderá obter sucesso em seu negócio.

O empreendedor é capaz de transformar as situações ao seu redor, pois ele identifica as oportunidades do mercado e com habilidade financeira pode proporcionar um melhor investimento em seu negócio. Assim, percebemos que a realização de tarefas inovadoras é uma das características do espírito empreendedor.

A inovação é um dos instrumentos mais utilizados pelo empreendedor, pois eles

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

utilizam esta ferramenta para explorar as mudanças e criar um negócio diferente e colocá-lo em prática.

Aos empreendedores são atribuídas muitas responsabilidades econômicas, pois este tem maior facilidade de perceber as oportunidades e a sensibilidade na aplicação de recursos.

Um dos melhores recursos para se aplicar nas empresas é a liberação da criatividade e inovação por parte dos empreendedores, pois através de um incentivo, teremos uma melhor comercialização de bens, produtos e serviços, Deyen (1989).

Para ter um melhor desenvolvimento na empresa os empreendedores, precisam aproveitar no máximo as oportunidades que lhe aparecem, assim os empreendedores terão um melhor desenvolvimento nos processos que coordena na empresa.

De acordo com Dolabela (1999), o empreendedor cria e aloca valores para os indivíduos e para a sociedade, ou seja, fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.

Esta atuação do empreendedor com a sociedade e a economia é de extrema importância, pois através dessa interação, o empreendedor irá analisar quais são os melhores negócios a serem executados, investido e quanto está contribuindo para o desenvolvimento da economia, portanto, o espírito empreendedor, deve sempre buscar novos conhecimentos, criatividades e inovação, assim, eles terão um bom desempenho estratégico na empresa.

De acordo com Dornellas (2001) são características do espírito empreendedor:

- Ser visionário;
- Saber tomar decisões;
- Saber explorar as oportunidades;
- Ser determinante e dinâmico;
- Ser otimista e gostar do que faz;
- Ser líder e formador de equipes;
- Saber se relacionar e possuir conhecimento em sua área de atuação;
- Assumir riscos calculados e criar valores para a sociedade.

Podemos perceber a importância destas características para o empreendedor, pois assim, estes terão um melhor desenvolvimento em seu negócio e consequentemente ele será bem sucedido em sua empresa. Afirma-se que ao espírito empreendedor são atribuídas fortes necessidades de realização, de controle, autoridade e de assumir novos riscos para ter sua independência no intuito de concretizar seus objetivos.

Segundo Maclelland (1961), o empreendedor que quer ser bem - sucedido, deve

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

possuir as seguintes características:

- Iniciativa e busca de oportunidades;
- Perseverança.
- Comprometimento.
- Busca de qualidade e eficiência;
- Coragem para sumir riscos, mas calculados;
- Fixação de metas e objetivos;
- Busca de informação.
- Planejamento e monitoração sistemáticos, isto é, detalhamento do plano de controles;
- Capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contatos pessoais;
- Independência, autonomia e autocontrole.

Para obter sucesso o empreendedor deve aplicar essas características com bom senso, de maneira equilibrada e dividi-la entre seus colaboradores e parceiros do empreendimento para que assim ele possa construir um bom ambiente de trabalho.

Assim com essas características seu negócio será bem sucedido, se você juntar a característica do espírito empreendedor e as oportunidades que o negócio lhe oferecer.

Nos últimos anos a palavra estratégia vem sendo muito utilizada nas organizações e principalmente na administração. No entanto, a estratégia ainda é pouco conhecida pelos administradores.

A estratégia do negocio é um meio de alcança os objetivos, ou seja, transformá-lo em realidade. Algumas ferramentas servem de apoio como a matriz SWOT – FOFA, é uma característica que fornece uma analise simples e valiosa. Ela tem como objetivo detecta os pontos fortes e fracos da empresa, e visa uma empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim, suas deficiências.

O empreendedor eficiente faz uma análise dos objetivos do negócio e quais passos ele deverá dar para que esse objetivo seja alcançado, e assim amenizar os riscos e incertezas que poderão ocorrer em seu negócio. Portanto, um plano de negocio permite ao empreendedor identificar e corrigir os erros no papel antes de cometê-los no mercado.

O planejamento é fundamental para o empreendedor, pois, através dele o empreendedor poderá organizar a empresa e dirigi - lá ao objetivo que deseja alcançar atualmente ou no futuro. Pois, ele deve estar devidamente preparado para enfrentar os desafios do futuro.

O plano de negócio ajuda o empreendedor a enfrentar os problemas e tomar uma melhor direção sobre os possíveis erros que poderão ocorrer na empresa.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Portanto, um bom plano de negócio é uma ferramenta importante que ajuda o empreendedor a atrair novos investimentos e novas parcerias, e consequentemente alcançará um resultado positivo.

O resultado de um planejamento do plano de negócios é imediato, pois os propósitos de cada plano é se programar, ter a previsão e coordenar os objetivos que a empresa pretende atingir, contribuindo para o sucesso do empreendedor.

CONCLUSÃO

A liderança nos últimos anos com toda certeza é de suma importância para as empresas. Nota-se que a concorrência do mercado exige novas mudanças na empresa, sendo preciso que eles estejam sempre inovando para ser diferente de seus concorrentes.

Para ter uma boa liderança as empresas, precisam investir maciçamente na preparação e capacitação de seus liderados, pois, o líder necessita de forças de vontade para que ele busque melhorias em suas atuações e reforçando o comprometimento com seus liderados. Assim uma equipe bem preparada fará toda a diferença na empresa.

O líder precisa estar atento às novas mudanças para dar um maior suporte a seus liderados, ele precisa ter uma boa interação com seus liderados, para que estes possam criar um clima favorável, obtendo assim, um retorno positivo e garantindo a satisfação e motivação de seus colaboradores.

Atualmente o empreendedorismo esta sendo muito analisado pelas empresas e pelos administradores. Portanto nota-se a importância do empreendedor para as pequenas empresas.

O espírito empreendedor é uma das armas mais importante para as pequenas empresas, pois efetua os processos com garra e determinação e faz as coisas com paixão e emoção. Além disso, ele é desbravador e idealiza novos horizontes a ser tomado pela empresa.

O empreendedorismo não se trata apenas da criação ou transformação de um novo empreendimento, produtos ou serviços, porém, trata-se de constantes inovações em todos os aspectos do negócio. Portanto, o empreendedor é uma grande variedade de conteúdos inovadores, que estão longe de serem esquecidos pelas empresas, pois deve ser visto como a mola propulsora para um empreendimento com sucesso e com um bom resultado, para assim alcançar todos seus objetivos e destacar de seus concorrentes, sendo um líder eficaz.

Vamos deixar bem claro que os líderes empreendedores não são pessoas do outro mundo, são deste mundo mesmo. Podem nascer com espírito empreendedor e também podem ser formados, são reconhecidos pela sua capacidade, ousadia, pelo seu sucesso e pelo seu insucesso. São ativas. Existem em quantidades ilimitada e enormemente

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

diversificada ao longo do tempo e influenciados em parte pela genética, em parte pela formação familiar, pelas experiências profissionais e também pelo ambiente competitivo.

REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Liderança**: administração do sentido. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009. BLAKE, Robert Rogers; MOUTON, Jane. **O *Grid* Gerencial III**: a chave para a liderança eficaz. Tradução Luiza Elza Massena. São Paulo: Pioneira, 1989.
COLLINS, Jim**. Empresas Feitas Para Vencer**. Ed. Campus. Rio de Janeiro, 2000.
Drucker, P. **Fator humano e desempenho**. São Paulo: Pioneira 2000.
Dornelas, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. Rio de Janeiro: Campos 2001.
FIEDLER, Fred E. ***A theory of leadership effectiveness***. New York: McGraw – Hill Book Company, 1967.
Heller, R. **Como delegar responsabilidades**. São Paulo; Civilização,1999.
Longeneeker Justin G; Moore, Carlos; Petty J. William: Administração de pequenas emprresas/ tradução Maria Lúcia G. L. Rosa e Sidney Stancatti- São Paulo: Makron Books, 1997. McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Van Nostrand: Princeton, 1961.
Robbins. S.P e Decenzo, D.A. **Fundamentos de administração: conceitos essenciais e aplicações.** 4. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
SWEDBERG, R. The social science view of entrepreneurship: introduction and practical applications. In: **Entrepreneurship: a social science view.** New York: Oxford, 2000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MARKETING, IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE DEPARTAMENTO

Nelson Flávio da Silva Domingues; nelson.fsdo@gmail.com

Resumo: Novos empresários nascem a todo o momento no país, todos buscam o sucesso e o crescimento de seus respectivos negócios com foco em melhor qualidade de vida, maior poder aquisitivo ou defesa de ideais. Nem sempre o simples fato de ser novo, ter um breve conhecimento sobre o produto/serviço oferecido, estar em uma localização adequada, ter o melhor produto/serviço ou ser o único da região, significa a permanência e lucratividade desejada. Como então lidar com clientes e concorrência em um mercado onde o crescimento médio semestral é de trezentas mil novas empresas que atuam, na maior parte, na comercialização de produtos e prestação de serviços? Muitos são os elementos necessários para que a empresa consiga estabilizar-se no mercado com diferenciais competitivos e ao mesmo tempo lucrativos para a empresa. Outro desafio é entender a necessidade de seu público e transformá-la em produtos ou serviços, levando estas informações de volta aos consumidores. Assim, um dos elementos que pode ajudar efetivamente nestas questões é o marketing, que tem como alguns de seus focos de trabalho: entendimento do mercado de atuação, identificação de público-alvo, conhecimento de concorrência, desenvolvimento de estratégias comerciais e a participação na análise de todos os dados possíveis para facilitar e viabilizar toda a necessidade de consumo em produtos e serviços oferecidos pela empresa. Afinal, não são apenas as trezentas mil novas empresas semestrais que estão concorrendo com o seu negócio, mas também todo o mercado consolidado e experiente das empresas criadas e firmadas desde o início do capitalismo mundial.
Palavras-chave: Marketing. Empresa. Público-alvo. Mercado. Lucratividade.

Abstract: New business executive are born all the time in the country, all of them search for success and growth for their business with focus on better quality of life, greater purchasing power or defense ideals. Not always, the simple fact of being new; having a brief knowledge about the product / service offered; being in a convenient location; having the best product / service or be the only one in the region, means permanence and desired profitability. How to deal with customers and competition in a market where the semi-annual average growth is three hundred thousand new companies operating, on the most part, the marketing of products and services? Many are the elements necessary for the company to be able to stabilize the market with competitive advantages and at the same time profitable for the company. Another challenge is to understand their audience and turn it into products or services, taking this information back to consumers. So one of the elements that can effectively help in these matters is the marketing which has some focuses: understanding the market segment, audience identification, knowledge of competition, developing business strategies and participation in the analysis of all possible data to facilitate and enable all need to use in products and services offered by the company. After all, it`s not only the three hundred thousand new companies that are competing with our business, but also the entire consolidated and experienced market companies created and signed since the beginning of world capitalism.
Keywords: Marketing. Companies. Audience. Marketplace. Profitability.

INTRODUÇÃO

Novas empresas são criadas a todo o momento e precisam ganhar destaque perante o mercado, tanto com concorrência quanto para os clientes. Deste modo, para que uma empresa tenha vantagem competitiva entre as demais é preciso trabalhar de maneira inteligente e saber como comunicar seus diferenciais aos consumidores. Para isto é proposto um departamento especializado com inteligência de mercado para que os esforços comerciais e mercadológicos sejam direcionados de maneira correta. O

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

marketing na concepção de Philip Kotler (2010, p.15) em *Marketing para o século XXI*, relata que "as empresas nem sempre sabem que o seus mercados estão sempre mudando" e assim faz-se ainda mais necessário o desenvolvimento deste departamento para acompanhar as tendências.

O marketing atua dentro de uma empresa para que possa auxiliar a mesma em seu desenvolvimento e expansão de varias formas distintas, mas para um empresário que inicia sua jornada com este novo mecanismo de trabalho e não possui conhecimento sobre suas funções, pode se confundir nas formas que o departamento trabalha e em sua atuação dentro da empresa. Este departamento apresenta-se sempre de forma viva, pois o mercado está sempre em constate mudança, sem suas análises precisas e com o máximo de informações possível, pode ocasionar em uma catástrofe para a empresa, assim como complementa Kotler (2010, p.15) "a estratégia vitoriosa do ano anterior pode ser hoje o caminho mais certo para o fracasso".

Esta pesquisa se caracteriza por ser um estudo teórico metodológico de caráter descritivo explicativo. Logo, neste trabalho conclui-se que a implantação de um departamento de marketing de maneira correta em uma empresa proporcionará vantagem competitiva entre seus concorrentes e até mesmo o avanço em seu setor de atuação, oferecendo soluções para os problemas que a empresa apresenta. Tais soluções visam à lucratividade para que a empresa sempre possa alcançar seus objetivos.

Iniciaremos este apresentando o atual cenário nacional de crescimento de novas empresas e posteriormente é iniciada a apresentação do departamento de marketing, suas importâncias, forma de trabalho e atuação dentro da instituição finalizando este estudo com o perfil dos profissionais que atuam nesta área e então os primeiros passos dentro da empresa para que possam implantar os planos de atuação de marketing.

O MERCADODO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DE NOVAS EMPRESAS

Com análise dos últimos cinco primeiros semestres dos anos de 2010 a 2014, pode-se afirmar que existe uma queda de 24,18% no desenvolvimento de novas empresas no país. Os especialistas do Empresômetro, um serviço do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), em sua publicação (AMARAL et al., 2014) afirma que uma a cada quatro empresas que deveriam ser criadas em 2014 foi "abandonada" sem um motivo explicito comparado ao ano de 2010. Estes dados foram colhidos por meio de relatórios disponibilizados pelos órgãos federais: Receita Federal do Brasil (RFB); Secretarias Estaduais de Fazenda (SEFAZ); Secretarias Municipais de Finanças; Agências Reguladoras; Cartórios de Registro de Títulos e Documentos; Ministério do Desenvolvimento; Indústria e Comércio Exterior (MDIC); Ministério do Trabalho e Emprego (MTE); Caixa Econômica Federal (CEF); Juntas Comerciais; Portais de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Transparência e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

FIGURA 01: Comparativo dos primeiros semestres dos últimos cinco anos (exceto MEI)

ESTADO	2014	2013	2012	2011	2010
SÃO PAULO	76.099	80.968	90.358	101.628	95.752
MINAS GERAIS	21.737	25.479	27.946	29.938	28.989
PARANÁ	18.228	23.120	23.050	25.138	24.665
RIO GRANDE DO SUL	17.443	20.600	22.549	23.385	23.291
RIO DE JANEIRO	15.836	18.634	20.039	24.613	23.141
BAHIA	11.406	13.982	14.994	17.533	15.909
SANTA CATARINA	10.759	11.958	13.378	14.257	14.549
GOIÁS	10.111	11.473	11.766	12.333	11.977
PERNAMBUCO	7.614	8.347	10.195	10.807	9.895
CEARÁ	6.618	8.079	9.246	9.958	9.721
MATO GROSSO	5.129	5.688	5.997	6.844	6.237
PARÁ	4.871	6.028	5.989	6.715	6.128
DISTRITO FEDERAL	4.626	5.483	6.625	6.631	6.119
MARANHÃO	4.378	5.535	5.330	5.473	5.362
ESPÍRITO SANTO	4.080	4.838	5.346	5.937	6.161
MATO GROSSO DO SUL	3.313	3.982	4.095	4.325	4.120
AMAZONAS	2.492	3.555	3.672	3.619	3.470
RIO GRANDE DO NORTE	2.380	3.356	3.461	3.811	4.081
PARAÍBA	2.372	2.815	3.086	3.443	3.257
PIAUÍ	2.180	2.680	2.672	2.770	2.781
ALAGOAS	2.178	2.038	2.137	2.631	2.685
TOCANTINS	1.740	2.033	2.095	2.278	2.182
SERGIPE	1.585	1.946	2.003	2.004	1.866
RONDÔNIA	1.564	1.959	2.203	2.574	2.224
AMAPÁ	669	780	843	1.072	1.112
ACRE	547	626	696	905	835
RORAIMA	327	393	471	471	390
Total Geral	**240.282**	**276.375**	**300.242**	**331.093**	**316.899**

FONTE: Empresômetro,2014, p.2.

Baseado na figura 01 pode-se verificar ano a ano o número de novas empresas criadas no primeiro semestre de cada ano e concluir que os estados que mais favorecem o crescimento do mercado e da concorrência são, em ordem decrescente: São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro. Estes representam em média, mais de 60% do desenvolvimento de novas empresas no país no primeiro semestre dos últimos cinco anos. O Estado de São Paulo, o mais cotado para a criação de novas empresas, representa em média mais de 30% deste crescimento, ou seja, metade do percentual de desenvolvimento das principais capitais está referenciada ao estado de São Paulo.

Contudo, no mercado nem sempre a abertura é o fator decisivo para a sonhada permanência e aceitação dos consumidores. A taxa de sobrevivência das empresas vem sendo analisada por especialistas há algum tempo e esta acaba sendo um fator que começa a ganhar destaque na década XX. Publicações relacionadas ao assunto como "97% das empresas encerram suas atividades nos primeiros cinco anos" (Revista Veja 31/03/1999) e "58% das empresas fecham as portas prematuramente" (Folha do CRC/PR – junho/2013) demonstram a preocupação com o desenvolvimento das empresas, porém o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), apresenta através de sua publicação em julho de 2013 que este índice já estava muito melhor do que o apresentado anteriormente,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

mas que ainda a taxa de mortalidade das empresas nos dois primeiros anos de vida era de 24,4%. O Presidente do Sebrae Barretto, apude, GEOR, afirma que este resultado só fora possível devido a três fatores: legislação favorável, aumento da escolaridade dos empreendedores e mercado fortalecido, principalmente devido ao aumento de renda da população brasileira.

1.2 Análise de mercado no segundo semestre de 2015

Apesar do fortalecimento do mercado mencionado por Barreto em 2013, atualmente o pais se encontra em um regime econômico diferente, o aumento da renda brasileira, que possibilita um melhor poder de compra, hoje se transforma em mais um fator que atrapalha o desenvolvimento de empresas que não estão preparadas intelectualmente para compreender este novo período e o comportamento do consumidor, que mesmo com a crise econômica, não deixa de consumir, porém consomem de maneira mais consciente. Desta forma, esta população necessita ser direcionada ao consumo e a informação assim facilitando o processo de penetração no mercado.

A empresa que consegue direcionar seus esforços comerciais de maneira assertiva permite vantagens em relação aos demais sem o mesmo preparo, afinal a concorrência não é apenas com os novos empreendedores e sim com todo o mercado já existente e que não necessariamente tem mais vantagens caso não entendam o que os seus consumidores realmente precisam. A maior parte das empresas buscam a venda de produtos ou a prestação de serviços como atividade de negócio, contudo isto apenas permite o crescimento de mais oportunidades e talvez, mais concorrentes diretos para uma empresa.

FIGURA 02: Empresas nascidas no primeiro semestre de 2014 do estado de São Paulo por setor

UF/SETOR	AGRONEGÓCIO	COMÉRCIO	FINANCEIRO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS	GERAL
SÃO PAULO	699	**23.967**	2.048	**2.800**	46.585	76.099

FONTE: Empresômetro, 2014, p.6.

Com o crescimento de tais segmentos faz-se necessidade de melhor posicionamento das empresas, vê-se a necessidade do crescimento intelectual destas para que elas não sejam tragadas pela falência. O posicionamento adequado da marca; a criação de estratégias comerciais para a captação de novos clientes; a propagação dos diferencias da empresa e o estudo de mercado e concorrência, pode ser resolvido através de um departamento vivo e mutável, o Marketing.

O MARKETING

O departamento de marketing vem para suprir estas necessidades mercadologias onde outros profissionais não apresentam a mesma maestria para lidar com certas situações e gerenciamento de crises de um ambiente interno e externo. O marketing torne-se um departamento chave para o crescimento e desenvolvimento de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

uma empresa, preparando-a para situações relacionadas ao macro e micro ambiente de forma com que possíveis problemas não atrapalhem ou minimamente suavizem seus efeitos para a organização podendo evitar desde uma simples queda no faturamento ou até mesmo a falência.

Para que a instalação de um departamento de marketing seja bem efetuada e tenha uma abertura corporativa para trabalhar, faz-se necessário a compreensão do mesmo, ter conhecimento de o que é o marketing, como ele funciona, suas aplicações e perfil dos profissionais, dados que auxiliam na compreensão deste núcleo de inteligência mercadológica que será instaurado na empresa. Por ser um departamento vivo e com constantes alterações no dia-a-dia em uma empresa, faz- se necessário uma serie de estudos sobre o tema e suas formas de atuação, não apenas para o empreendedor, mas também para os profissionais que executarão tal função.

O que é marketing e suas finalidades

Philip Kotler (2010, p. 4), um profundo conhecedor do marketing e de suas ferramentas e estratégias, resume a função do marketing de maneira simples como o departamento que "supre problemas de maneira lucrativa".

> Eis uma definição social que atende aos nossos objetivos: *marketing é um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e deseja por meio da criação, da oferta e da livre troca de produtos e serviços de valor com outros.* Como definição gerencial, o marketing muitas vezes é descrito como "a arte de vender produtos". De fato, as pessoas se surpreendem quando ouvem que a parte mais importante do marketing não é vender! Vendas são a ponta do *iceberg* do marketing. (KOTLER, 2010, p.4)

Marcos Cobra traz em sua obra, Administração de Marketing, a definição que a *American Marketing Association*[37] (AMA) tem adotado para descrever o que é o marketing.

> Marketing é o processo de planejamento e execução desde a concepção, apreçamento, promoção e distribuição de ideias, mercadorias e serviços para criar troca que satisfaçam os objetivos individuais e organizacionais. (COBRA, 2010 p. 34)

Assim como Kotler e Cobra apresentam em suas obras, o marketing tem como uma de suas premissas intender a necessidade do consumidor e transformar esta em algum produto ou serviço oferecido pela empresa além de acompanhar e direcionar todo o processo que envolve o desenvolvimento, apresentação, a forma com que o cliente quer consumir, como ele gostaria de saber sobre este produto e o consumo em si. Estes processos são baseados em análise dos dados e de compreensão do mercado atual e

[37] A *American Marketing Association* (AMA) foi fundado em 1937 por visionários em marketing e academia. Hoje, a AMA tem crescido a ser uma das maiores associações de marketing do mundo, com mais de 30.000 membros que trabalham, ensinam e estudam na área de marketing em todo o mundo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

suas novas formas de realizar aquilo que já é feito pela empresa e pela concorrência.

O foco está no processo de troca estabelecida – vendas – e desta forma o grande trabalho do marketing está em como facilitar a venda e não vender. Venda em si é um fator muito mais simplório se analisado separadamente, os passos necessários e todo o desenvolvimento intelectual e organizacional relacionamento para que as vendas possam ser facilitadas é o trabalho do marketing.

Para que ocorra o processo de troca, existem cinco condições essenciais que analisadas de maneira mais simples e com o foco em Kotler (2010, p.04 a 06) e Cobra (2010, p.35 e 36), são estas: 1) necessita-se de uma empresa e de um consumidor interessado em produtos/serviços; 2) a empresa ter o produto/serviço que seja interessante para o consumidor; 3) uma deve ter o conhecimento da outra e necessita de um local para que sejam realizadas essas trocas, como por exemplo, uma loja, *e-commerce* ou ponto comercial; 4) tanto a empresa quanto o cliente tem que estar livre para definir qual a melhor forma de comprar; 5) o consumidor e a empresa devem estar de acordo com forma de pagamento, parcelamentos, valor e condições de entrega.

A que se aplica o marketing

Os profissionais de marketing, vislumbrados por Kotler (2010, pág. 6 e 7), possuem a capacidade de atender uma empresa com os seguintes segmentos de atuação, para que aconteça o processo de troca. Vez um em cada empresa, vez vários em uma mesma empresa.

MARKETING DE BENS E SERVIÇOS: Voltado para parte de bens tangíveis ou produtos, este é um dos esforços de marketing mais utilizados na maior parte dos países, assim como pudemos ver na figura 02 o segundo maior segmento investido. Podemos verificar que conforme o crescimento da economia de um país evolui, as atividades econômicas voltam-se para este seguimento.

MARKETING DE EVENTOS: Em certos períodos do ano, empresas necessitam e utilizam eventos para promoção de datas comemorativas ou lançamento de coleções e novas lojas. Utilizado também para a área de esportes, como Copa do Mundo e Olimpíadas, como também para espaços culturais entre outros.

MARKETING DE EXPERIÊNCIAS: Este é voltado para o mercado que oferece aos seus clientes experiências, um exemplo de empresa que trabalha com o marketing de experiências é a Walt Disney Word, pois em suas visitas ao parque, eles vivenciam situações (experiências) incríveis.

MARKETING DE PESSOAS: Para atores, cantores e pessoas politicamente expostas, este tipo de aplicação do marketing é primordial para o posicionamento de sua pessoa (marca) perante a sociedade e os meios de comunicação.

MARKETING DE LUGARES: Este setor trabalha com ruas, bairros, praças, cidades, estados, países e continentes, tem como foco a "venda" do local para o turismo ou

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

até mesmo investimentos de grandes empresas no local.

MARKETING DE PROPRIEDADES: Direitos intangíveis de posse, com foco no desenvolvimento do comércio de imóveis e também finanças na parte de ações e títulos.

MARKETING DE ORGANIZAÇÕES: Marketing voltado para atendimento de uma organização/empresa. Este é muito comum para a criação de uma imagem ou identidade visual aos clientes de uma empresa, como por exemplo, acontece um trabalho de assessoria de marketing. Este modelo também é conhecido como Marketing Institucional.

MARKETING DE INFORMAÇÕES: Neste trabalha-se a comercialização de conhecimento. Comum em escolas e universidades, desenvolvimento de revistas e enciclopédias e materiais relacionados.

MARKETING DE IDEIAS: Trabalha com a venda de produtos não palpáveis com base intelectual e inovadora. Atua-se na essência do próprio departamento de marketing, em empresas como agencias de publicidade e propaganda e assessorias que vendem ideias e ideais.

Os profissionais de Marketing

Kotler (2010, p. 8) apresenta o profissional de marketing e apresenta como um de seus objetivos, buscar e estimular a demanda de um produto ou serviço fornecido pela empresa e o gerenciamento desta demanda, analisando todas "as oportunidades e a composição da demanda para atender aos objetivos da organização.".

> Um profissional de marketing é alguém que busca uma resposta (atenção, compra, voto, doação) de outra parte, denominada cliente potencial (*prospect).* Se duas partes estão buscando vender algo uma parte a outra, ambas são denominadas profissionais de marketing. (KOTLER, 2010, p. 8)

Este profissional denominado como marketólogo e pode ser explicado com mais detalhes também pelo diretor da empresa, Sucesso Consultoria em Marketing, Cláudio Silveira, apud, Blogmkt:

> O papel do Marketing é através de pesquisas, investigações e estudo do comportamento do consumidor e do mercado, buscar identificar os desejos e necessidades dos clientes para enfim satisfazê-los, ou seja, o Profissional de Marketing ou Marketólogo fabrica sonhos para serem realizados pelos consumidores, utilizando todas as ferramentas eticamente possíveis tais como Publicidade, Propaganda, Mala-Direta, Relações Públicas, etc. (blogmkt.wordpress.com)

O líder do marketing pode ser descrito por Marcos Cobra com maestria da seguinte maneira:

> Como um verdadeiro maestro, lembra Zaltman, o gerente de marketing deve orquestrar as forças do meio ambiente, como ação da economia, concorrência, política, governo, tecnologia entre outras e, acrescentaríamos, utilizar adequadamente as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> forças internas da empresa, como recursos tecnológicos, capacidade econômica e financeira, recursos produtivos, recursos humanos, adequando e servindo através da fora do marketing. (COBRA, 2010, p. 36)

Um profissional de marketing é treinado para vislumbrar o mercado de atuação e concorrência para que traga até a empresa soluções criativas e lucrativas para os problemas de uma instituição. Além de um grande adaptador, o gestor de marketing deve ser inovador, para auxiliar a empresa a alçar grandes vôos, analisando novas tendências de produtos e necessidades do consumidor, tudo com uma ótima estratégia de marketing para que possa ocorrer de maneira positiva todo o ciclo de vida do produto e sempre tornando o mesmo lucrativo para a organização.

A IMPLANTAÇÃO

Assim como lembrado por Roberto Duailibi (2009, p. 58) as empresas necessitam assegurar sua sobrevivência no meio capitalista e expandir, para isso a necessidade do departamento de marketing, maximizando os lucros. Atualmente este departamento deve ter uma visão mais holística[38] do seu trabalho, o mercado é vivo e necessita de pessoas que possam ser flexíveis e adaptáveis ao mercado e às novas tendências de consumo. Além disso, desenvolver novos formatos de comunicação eficazes entre os interessados (empresa e consumidor), de maneira com que se torne líder entre os concorrentes.

Segundo Márcia Valéria Paixão[39]3 (2014, p. 50 a 55), é necessário, antes de iniciar uma estratégia/plano de marketing em uma empresa, conhece-la melhor, para que possa assim verificar quais as melhores formas de se instalar um plano de marketing:

> Uma análise (diagnóstico) da atual situação da organização deve ser realizada a fim de propiciar uma visão daquilo que ela é e em que situação se encontra. Quando uma pessoa vai ao médico, este lhe faz dezenas de perguntas, solicita-lhe exames fim de oferecer o diagnóstico dos sintomas. Depois disso, receita-lhe remédios. No Marketing acontece de maneira semelhante. A análise ambiental consiste em descobrir quem é a empresa e o que ela tem, qual a sua doença e depois remediá-la por meio de estratégias mercadológicas. (PAIXÃO, 2014, p. 51)

---

[38] Marketing Holístico: é uma expressão utilizada por Philip Kotler e Kevin L. Keller em seu livro (Administração e Marketing editado pela Pretice Hall, 2006) para indicar uma abordagem que reconhece e tenta harmonizar o escopo e as complexidades das atividades do marketing

[1 39] Márcia Valéria Paixão: Consultora em Planejamento Estratégico de Marketing para micro e pequenas empresas em 2002, especialista na área e mestre e Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), também em 2002 com a linha de pesquisa Estratégias Operacionais de Marketing.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A análise ambiental apresentada acima vem para direcionar os esforços do marketing de maneira assertiva. Neste processo visamos à influência mercadológica da instituição no ambiente externo (economia, política, cultura, tecnologia) e interna (produtos, mão de obra, tecnologia). Esta verificação é conhecida também como análise FOFA[40] ou *SWOT*[41].

Assim após o resultado dos "exames" finais, o departamento de marketing já pode definir as métricas, cronogramas, estratégias e planejamento de marketing para que se dê início às ações para o desenvolvimento da empresa e seus produtos e serviços. Esta aplicação não tem restrição para formatos de empresas nem área de atuação, o departamento de marketing é possível e aplicável para o desenvolvimento de todos os setores econômicos, tanto para fins lucrativos como para fins filantrópicos..

DESENVOLVIMENTO DO MARKETING

Em um mercado onde empresas possuem concorrentes primários e secundários disputando a atenção e a intenção de compra dos mesmos clientes faz- se cada vez mais necessário o desenvolvimento de estratégias intelectuais para que empresas possam ganhar foco em seu segmento e assim obter uma maior fatia de mercado mantendo-se abertas e fortalecidas. Empresas grandes com mercado consolidado, e empresa de pequeno e médio porte que são criadas no Brasil a todo o momento, precisam de uma estrutura qualificada para que gere resultados agradáveis e lucrativos, passem pelos índices negativos de mortalidade de empresas e tenham um bom reconhecimento do consumidor com relação à instituição e seus produtos e serviços.

O desenvolvimento do departamento de marketing auxilia no desenvolvimento e crescimento saudável de uma empresa e assim propõem melhorias na instituição para que esta possa explorar novos horizontes com tranquilidade e planejamentos. A base do diagnóstico pode ser gerada através da análise *SWOT*, assim como exemplificado por Valéria Paixão, contudo existem inúmeras formas de se analisar produtos, serviços e a instituição e nesta parte um marketólogo pode analisar qual será a melhor maneira de realizar tal pesquisa. É importante ressaltar que este profissional flexível e pensante, antes de realizar seus projetos, necessita de uma base de dados confiável e realista, as informações que irão auxiliar o bom trabalho deste departamento deve ser baseado no consumidor em si, o que ele pensa sobre a empresas e seus produtos, o que ele espera sobre esta instituição e o que ele está necessitando que possa gerar uma nova fonte de renda para a empresa. A visão de uma equipe interna da empresa ajuda no reconhecimento de possíveis problemas na instituição, mas o que está realmente impactando o consumidor, apenas ele poderá indicar.

[40] FOFA: F – forças, O – oportunidades, F – fraquezas e A – ameaças, onde FO – são análises do ambiente externos (que não são controlado pela empresa) e FA - são análises do ambiente interno (que são controlado pela empresa)
[41] SWOT = Sigla americana que originou o FOFA

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Existem muitas formas de se trabalhar com uma marca, e muitas formas de atuar em um departamento de marketing, não existe a maneira certa e a errada de se fazer algo, todo o desenvolvimento de uma estratégia de marketing deve ser analisado cautelosamente pelo marketólogo e o mesmo, com sua vivencia e estudo, verificará qual a melhor maneira para que a estratégia possa ser posta em pratica dentro do valor de investimento disponibilizado pela empresa e suas necessidades.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Gioberto Luiz. etal. **Empresômetro Perfil Empresarial Brasileiro**. São Paulo; IBPT. 2014. BLOGMKT. Disponível em: http://blogmkt.wordpress.com/2009/04/19/marketologo-ou-marketeiro/. Acesso em: 27/09/2015 às 15h14.
COBRA, Marcos. **Administração de Marketing**. São Paulo; Altas, 2010. DUAILIBI, Roberto. etal. **Criatividade e Marketing.** São Paulo; M.Books. 2009.
KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paul; Futura. 2001.
KOTLER, Philip. **Administração de Marketing – A bíblia do Marketing.** São Paulo; Prentice Hall Brasil. 2010.
PAIXÃO, Márcia Valéria. **Pesquisa e Planejamento de Marketing e Propaganda**. Curitiba: Ibpex. 2014.
PORTAL DO FOMENTO. Disponível em: http://www.portaldofomento.com.br/portaldofactoring/noticia. php?id=2400 Acesso em: 27/09/2015 às 15h16.
SEBRAE. **Gestão Estratégica Orientada para Resultados - SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS**
NO BRASIL. Brasília; SABRAE. 2013.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

METODOLOGIA DA PROBLEMATIZAÇÃO COM O ARCO DE MAGUEREZ E A TEORIA DA CONSTRUÇÃOAO DE CONHECIMENTOS DE NONAKA E TAKEUSHI: UM ROTEIRO DE UTILIZAÇÃO

Celso Geraldo Tucci (Senac); celso.gtucci@sp.senac.br

Resumo: O presente artigo apresenta a junção de duas metodologias para a construção de um modelo que pretende orientar professores do ensino profissionalizante a desenvolverem os componentes curriculares dos cursos em que atuam e construírem, juntamente com seus alunos, por meio de projetos, conhecimentos técnicos, socialmente transformadores, com a utilização da Metodologia da Problematização, com o Arco de Maguerez e a Metodologia de Construção de Conhecimentos de Nonaka e Takeushi. Para tanto, apresenta um roteiro prático para utilização em sala de aula.

Palavras-chave: Arco de Maguerez, Metodologia da Problematização, Nonaka e Takeushi, Construção de Conhecimentos.

Abstract: This article presents the joining of two methodologies for the construction of a model that is intended to guide the vocational school teachers develop curriculum components of courses in which they operate and build through projects, with their students, technical knowledges, social transformers, with the use of Curriculum-Methodology with the Arc of Maguerez and Construction Methodology of Knowledge of Nonaka and Takeushi. It presents a practical guide for use in the classroom

Keywords: Arc Maguerez, Methodology of Problematization, Nonaka and Takeushi, Construction Methodology of Knowledge.

INTRODUÇÃO

O presente artigo trata de uma proposta de junção de duas metodologias para auxiliar professores de ensino profissionalizante a construírem projetos que, além de desenvolverem as competências técnicas necessárias à aquisição das profissões técnicas, permitam também algum nível de intervenção na realidade. Tem como objetivo criar um roteiro de utilização das Metodologias da Problematização com o Arco de Maguerez, proposto por Charles Maguerez e a Metodologia da Criação de Conhecimentos, proposta pelos professores Nonaka e Takeushi.

UM CENÁRIO

O Brasil, mesmo com 98% das crianças entre 6 e 12 anos matriculadas nas séries iniciais, apresenta ainda 731 mil crianças fora da escola (IBGE). Além disso, o analfabetismo funcional de pessoas entre 15 e 64 anos foi registrado em 28%, no ano de 2009 (IBOPE); 34% dos alunos que chegam ao 5º ano de escolarização ainda não conseguem ler (Todos pela Educação); 20% dos jovens que concluem o ensino fundamental, e que moram nas grandes cidades, não dominam o uso da leitura e da escrita (Todos pela Educação); e, finalmente, os professores recebem menos que o piso salarial (et. al., na mídia).

Os dados obtidos diretamente do site da OCDE indicam que o Brasil, segundo o Relatório Pisa, encontra-se em uma situação precária quando o assunto é performance em leitura, matemática e ciência; neste quesito, só conseguimos superar a Indonésia (OCDE 1).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Quando a pesquisa investiga, ainda tendo como base os relatórios da OCDE (OCDE 2), o número de alunos por computador na escola, a situação não é menos inquietante, conforme pode ser visto no quadro a seguir:

País	Número de computador por aluno na escola
Argentina	14,1
Brasil	22,1
Chile	4,7
Colombia	3,7
Perú	7,9
Uruguay	8,7

Tabela elaborada pelo autor

Somente superamos a Tunísia, que conta com 53,1 e a Turquia, com 44,9 alunos por computador na escola.

O INÍCIO DA EXPERIÊNCIA

A realidade educacional em que estava mergulhada a instituição de ensino profissionalizante era a descrita acima e, tristemente, não muito diferente da encontrada por Charles Maguerez em seus esforços para formar os trabalhadores que a Europa das décadas de 1950 e 1960 necessitava. Os alunos dos anos 2000 tinham dificuldades semelhantes, quais sejam:

> a ausência de precisão na noção de tempo e a não noção de rendimento; a falta de rigor na noção de medida; a dispersão de conhecimento em cálculos elementares; as diferenças de comportamento psicossociais de grupos étnicos; entre outros, que acabam por determinar o tipo de raciocínio que tais adultos são capazes de fazer. (BERBEL, 2012, p.31)

Obviamente, para fazer justiça, reconhecemos que os jovens da atualidade estão mergulhados em um mundo de grande difusão de informação, o que os diferencia dos trabalhadores dos anos 1960, mas os aspectos da sua formação geral ainda bastante são falhos.

Outro aspecto a ser considerado é o da formação dos professores do ensino profissionalizante, que, em sua maioria, senão na sua totalidade, são oriundos do mercado de trabalho, melhor dizendo, profissionais de mercado, que em algum momento de sua trajetória profissional se deparam com a oportunidade de atuar como monitores/professores.

É de conhecimento geral que os bacharelados não dão atenção à formação para o ensino, focando apenas em aspectos da formação técnica que direciona para o trabalho. Os professores desta instituição, como consequência de sua formação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

acadêmica, não estão aptos para o exercício da docência, executando-a de modo intuitivo e, ao longo do tempo, recebendo formação da própria instituição.

A partir da hipótese de que seria possível melhorar a situação com novas formas de realizar a prática educacional, de modo a aprimorar o ensino e auxiliar o professor no seu exercício de docência, formulam-se planos para estimular diálogos educacionais que levem a refletir como desenvolver as competências necessárias para que os alunos ingressem com sucesso no mercado de trabalho. Estas novas proposições estruturam-se na forma de projetos, de modo que surge um novo desafio para estes profissionais, alçados à condição de professores: ensinar a fazer e realizar projetos.

A partir de 2012, iniciam-se experiências no Senac de São José do Rio Preto, uma instituição de ensino profissionalizante, cuja proposta era a de levar seus alunos a construírem projetos reais baseados em diagnósticos socioeconômicos que promovessem desenvolvimento em sua cidade.

O primeiro passo foi a constituição de um grupo de profissionais, denominado Grupo Polo de Informação, que teria como função promover diálogos, disseminar experiências, sistematizar as práticas necessárias à estruturação e efetivação dos projetos.

Este movimento fazia parte do trabalho de conclusão da formação em Team Mastery de um dos membros da organização, que estivera na Finlândia, estudando a metodologia denominada Team Academy. O eixo do método Team Academy (ou Tiimiakatemia, em finlandês) é **aprender fazendo** em **equipes** e aplicando a **teoria na prática**. Vivenciando os princípios de autonomia, experimentação e comunidade (PARTANEN, 2012).

Lançado o desafio do aprender fazendo em equipes, o Grupo Polo de Informação, agora constituído como uma equipe dá início à busca de alternativas para realizar a tarefa, quando em um dado momento depara-se com a Metodologia da Problematização e o Arco de Maguerez.

O ARCO DE MAGUEREZ – UM POUCO DE HISTÓRIA

Charles Maguerez, o idealizador do Arco, estudou no Instituto Nacional de Estudos do Trabalho e da Orientação Profissional, na cidade de Paris, França. Toda a sua atuação profissional foi na formação de trabalhadores das possessões francesas na África (BERBEL, 2012).

Em 1966, Maguerez apresenta um esquema que sugere a forma de um arco, modelo a que chamou de "Esquema de progressão pedagógica", figura abaixo. Neste esquema, seu idealizador sugere que a "progressão da aprendizagem se dá pela sucessão de arcos" (BERBEL, 2012, p.35), composto por cinco fases: observação da realidade (OR), observação de uma maquete (OM), discussão sobre esquemas (DS),

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

execução da maquete (EM), que "podem ser desenvolvidas em sala de aula, como instrução propriamente dita" (BERBEL, 2012, p.35). A quinta fase deve ser uma aplicação prática, executada em laboratório, ou no próprio local do trabalho.

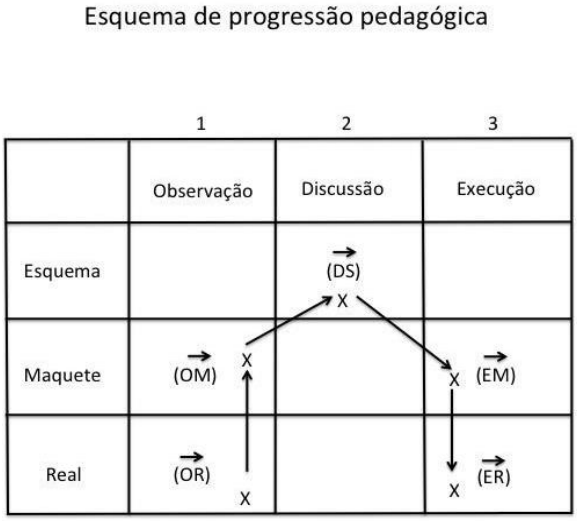


Figura 1 - Charles Maguerez (Berbel, 2012)

Outras explicações do Arco de Maguerez foram depois feitas por Bordenave e Pereira, em 1982, e por Neusi Berbel, a partir de seus estudos sobre o Arco, em 1992. Estas explicações não serão tratadas neste trabalho.

UM DIDÁTICA PARA O USO DO ARCO DE MAGUEREZ

Pensando em tornar mais didática a proposta do Arco de Maguerez, enfatizando a ordem a seguir nos trabalhos e os enfoques pertinentes a cada fase, acrescentamos a numeração, para destacar a sequência das etapas e as cores, para salientar as ações próprias de cada uma delas:

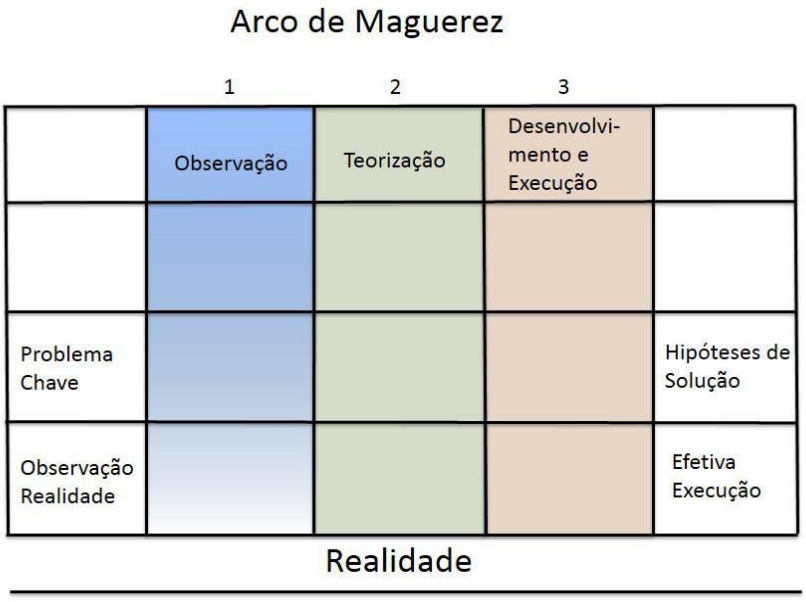


Figura 2 - Quadro elaborado pelo autor

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O Arco de Maguerez pode ser entendido como um movimento em três fases explicadas abaixo:

1 – Fase composta pela "observação da realidade" e a construção do "problema chave";

2 – Fase da "Teorização", em que se buscam os conhecimentos teóricos a respeito do problema formulado na fase inicial;

3 – Esta fase é composta pelas "hipóteses de solução" e a "efetiva execução", momento de elaboração e escolha da hipótese possível de ser realizada nessa etapa e a realização da intervenção na realidade, voltando assim ao início das pesquisas.

O modelo que introduzimos no Arco de Maguerez, com a finalidade de trazer um roteiro didático para a aplicação da metodologia, foi sugerido pela Teoria da Janela de Criação de Conhecimentos, dos professores Hirotaka Takeuchi e Ikujiro Nonaka, ambos docentes da Universidade de Hitotsubashi, Tókio. Baseia-se na distinção entre os conhecimentos tácitos e explícitos. (Nonaka e Takeushi, 2001).

MODELO DE NONAKA E TAKEUSHI

Figura 3 - Quadro elaborado pelo autor

Também no intuito de tornar mais clara a proposta dos autores, acrescentamos ao quadro proposto as explicações de cada etapa.

É um processo que se dá nas dimensões ontológica e epistemológica. Na dimensão ontológica percebe-se a criação do conhecimento na interação entre os indivíduos, resultado de uma rede de conhecimentos tanto individuais quanto organizacionais. Na dimensão epistemológica é feita a reflexão e a sistematização do

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conhecimento implicitamente percebido. (Nonaka e Takeushi, 1997).

Operacionalmente, os quatro quadrantes do modelo proposto por Nonaka e Takeushi, quadro acima, é um ciclo em espiral, a partir do quadrante superior esquerdo, caminhando para o quadrante superior direito, quadrante inferior direito e quadrante inferior esquerdo; parte-se dos conhecimentos implícitos trazidos por um grupo de alunos que, a partir de processos dialógicos, apontam para um determinado aspecto, o que indica já estarem na fase em que o conhecimento se torna explícito. Neste ponto o grupo de alunos estabelece um plano para o aprendizado e colocam-no em prática e, após um lapso de tempo, indicam que novos conhecimentos foram produzidos e que o ciclo pode reiniciar.

O ARCO DE MAGUEREZ, SUAS ETAPAS E CONEXÕES COM NONAKA E TAKEUCHI

O quadro abaixo representa o Arco de Maguerez, no qual fizemos adaptações a partir das experiências vividas na citada instituição de ensino técnico, com a introdução da estratégia de Nonaka e Takeushi.

Arco de Maguerez
Com proposta de Tucci C.G.

	Observação		Teorização		Desenvolvi-Mento e Execução		
			troca	define			
			age	plano			
Problema Chave	troca	define			troca	define	Hipóteses de Solução
	age	plano			age	plano	
Observação Realidade	troca	define			troca	define	Efetiva Execução
	age	plano			age	plano	

Realidade

Figura 4 - Quadro elaborado pelo autor

A primeira etapa do Arco de Maguerez é a OBSERVAÇÃO DA REALIDADE, que inicialmente deve levar à identificação de um recorte de realidade a ser observado, a partir do qual todo o processo de construção de um aprendizado baseado em realidade será desencadeado, por meio das cinco etapas do Arco.

Levar o aluno a visitar a realidade, na maioria das vezes a realidade por ele vivida e nem sempre percebida, faz com que descubram já possuírem muitos saberes que "englobam conhecimentos, crenças, competências, habilidades, que são incorporados e adquiridos de fontes diversas (história de vida, na escola, experiência do trabalho etc.), tendo construído assim um saber existencial" (COLOMBO e BERBEL, 2007).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O grupo de alunos envolvido por esses saberes elege um recorte dessa realidade, e decide qual a forma de observação (técnicas e/ou instrumentos) vai utilizar.

Nesta etapa já estão presentes os pressupostos para o aprendizado, ou seja,

> o sujeito percebe que depende de um conhecimento mais especializado (saber científico), que perpassa seus conhecimentos prévios, além das suas expectativas, seu entusiasmo e então, define os formatos possíveis para a realização dessa observação. (COLOMBO e BERBEL, 2007)

Para a realização desta etapa algumas ações são necessárias e as que listamos abaixo são apenas sugestões possíveis, muitas outras podem surgir dependendo de cada caso e do recorte de realidade escolhido.

AÇÕES PARA REALIZAR A OBSERVAÇÃO DA REALIDADE:

☐Identificar o recorte de realidade a ser observado;

☐Eleger a forma de observação;

☐Fazer o plano da observação;

☐Realizar a observação;

☐Registrar as observações;

☐Analisar o registrado, em seu conteúdo, problematizando-o;

☐Eleger o foco do estudo a partir de um critério;

☐Redigir o problema;

☐Justificar a escolha do problema.

Na figura abaixo, as ações, acima sugeridas, são distribuídas no modelo de Nonaka e Takeushi, indicando uma sequência lógica da realização da etapa.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

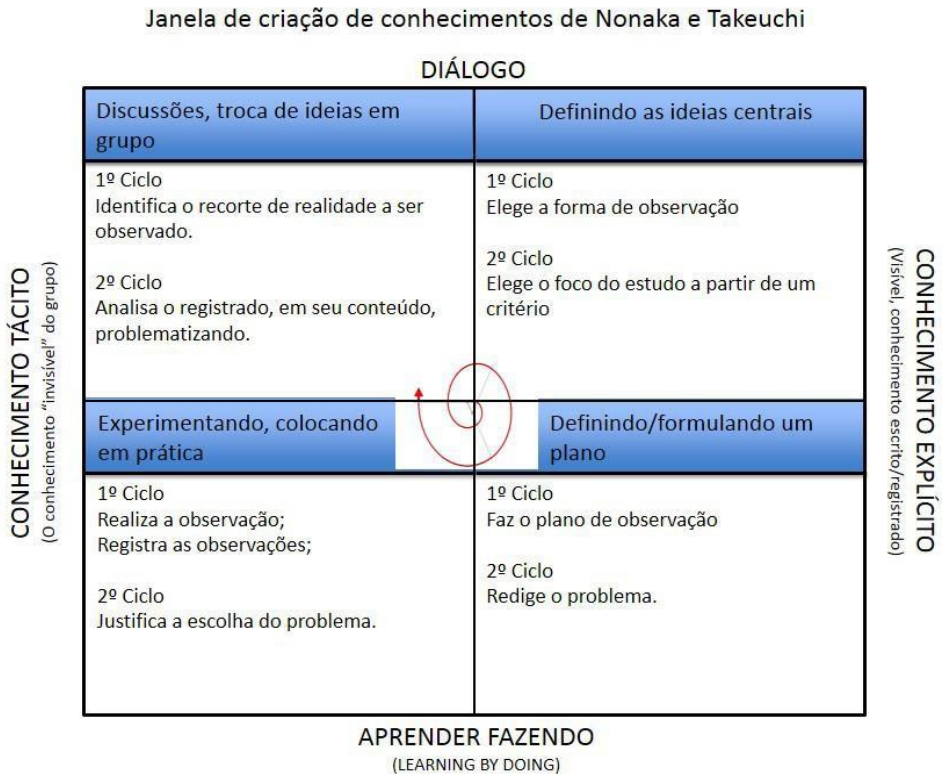


Figura 5 - Quadro elaborado pelo autor

Nesta etapa foram necessários dois ciclos para a sua conclusão. A passagem para a etapa seguinte se dá após a "justificativa da escolha do problema".

PONTOS CHAVE

Nesta fase faz-se a "identificação de alguns possíveis fatores associados ao problema, como o que estaria ocasionando a existência do problema, de forma mais direta, naquele recorte de realidade" (COLOMBO e BERBEL, 2007). É o momento de "olhar" para todo o material coletado na etapa de OBSERVAÇÃO DA REALIDADE e "perguntar" o que este material "estaria nos contando".

Este "contar" revela os possíveis determinantes maiores do problema. Faz o participante refletir sobre determinados aspectos da vida em sociedade que, de modo indireto, podem influenciar o problema. É possível identificar que o recorte da realidade sofre influências da vida social, política, econômica,

> O participante, ao realizar essa etapa, descreve de forma clara toda a reflexão, com as várias possíveis explicações do problema, percebendo que, em geral, é complexo e multideterminado. (COLOMBO e BERBEL, 2007)

Para a realização desta etapa algumas ações são necessárias como as que listamos abaixo; certamente muitas outras surgirão, dependendo do caso selecionado.

AÇÕES RELATIVAS AOS PONTOS CHAVE

☐Refletir a respeito do problema

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

☐Identificar possíveis **fatores** associados ao problema

☐Identificar possíveis **determinantes** maiores do problema

☐Redigir toda essa reflexão, extraindo o seu sentido para o estudo, pelas possíveis explicações da existência do problema

☐Analisar a reflexão, captando **os vários aspectos envolvidos** no problema

☐Eleger, com critérios, aqueles aspectos que serão estudados na etapa seguinte

☐Redigir os pontos-chave

☐Descrever de forma clara toda a reflexão, com as várias possíveis explicações do problema, percebendo que, em geral, é complexo e multideterminado.

Estas ações ficam assim distribuídas no modelo de Nonaka e Takeushi, aqui proposto:

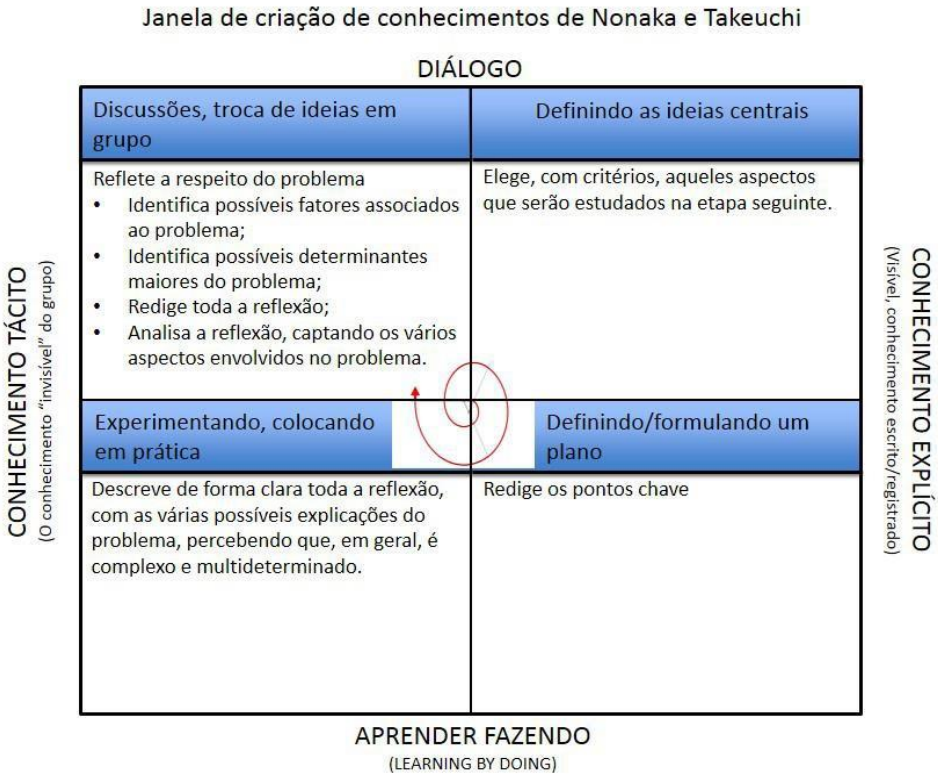


Figura 6 - Quadro elaborado pelo autor

TEORIZAÇÃO

A aplicação da metodologia da problematização com o Arco de Maguerez é de maneira intrínseca motivadora para a realização de pesquisas teóricas em qualquer nível de educação onde for aplicada. As etapas anteriores já despertam no participante o desejo de entender porque a realidade se apresenta desta ou daquela maneira, quais fatores são determinantes para que os fatos observados ocorram, etc. Na etapa de teorização, o participante irá construir suas respostas baseado na literatura disponível sobre os temas escolhidos. Com a orientação de um tutor irá planejar seus estudos,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

as etapas que deverá superar para ampliar sua compreensão sobre o tema escolhido, elaborará instrumentos para coleta de novas informações e outras atividades correlatas à pesquisa que estará desenvolvendo.

Após a coleta de todas as informações necessárias, os participantes irão fazer a confrontação dos conhecimentos adquiridos nos estudos realizados com as hipóteses elaboradas nas etapas iniciais do Arco, ou seja, "verificam se há relações entre as diferentes informações, para chegar à conclusão das mesmas, em função do problema." (COLOMBO e BERBEL, 2007)

Neste ponto, chegam a conclusões que lhes permitirão elaborar as etapas seguintes do Arco.

Para a realização desta etapa sugerimos algumas ações pertinentes, às quais várias outras provavelmente podem ser acrescentadas, considerando-se o caso enfocado.

AÇÕES RELATIVAS À TEORIZAÇÃO

☐Eleger a forma de estudar cada ponto-chave;

☐Preparar os instrumentos de coleta de informação;

☐Testar os instrumentos;

☐Organizar as condições para a aplicação dos instrumentos;

☐Coletar as informações;

☐Tratar as informações;

☐Analisar e discutir as informações

☐Estabelecer relações entre as diferentes informações;

Ao concluir essa etapa, o grupo deve sempre verificar se o problema está sendo esclarecido, analisando se as hipóteses explicativas iniciais foram confirmadas ou não. Neste ponto, algum aspecto não observado pode surgir e ser estudado nesta etapa, ou, ainda, pode haver outros aspectos não considerados na Teorização. Importante é produzir registros que descrevam todos os passos desta etapa.

Estas ações ficariam assim distribuídas no modelo de Nonaka e Takeushi:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

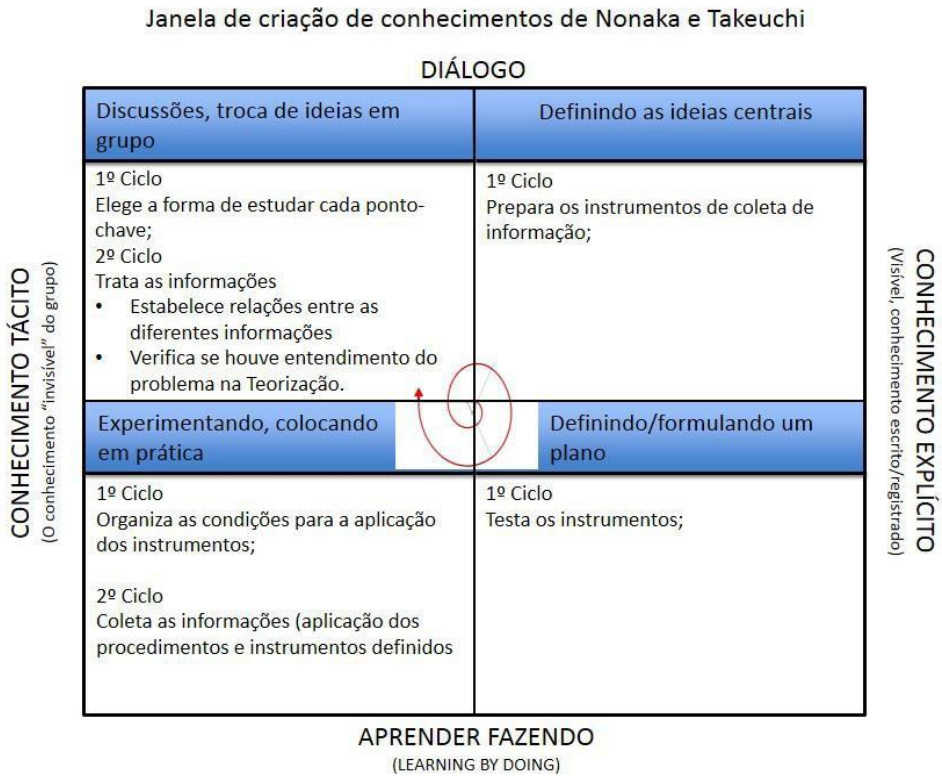


Figura 7 - Quadro elaborado pelo autor

HIPÓTESES DE SOLUÇÃO

É nesta etapa que toda a criatividade do participante pode ser mobilizada. Durante todo o processo, a maioria dos alunos fica criando hipóteses para a solução dos problemas encontrados na observação da realidade e o tutor do processo precisa ficar atento, pois somente agora, depois das reflexões realizadas nas etapas anteriores, é que se pode dizer que estão prontos para propor hipóteses para a resolução de problemas observados.

Esta "capacidade" foi construída durante a fase de teorização, com a aquisição de novos conceitos teóricos que permitiram "estabelecer relações entre as diferentes informações teorizadas e com base nas reflexões realizadas nas etapas anteriores" (COLOMBO e BERBEL, 2007); agora se elaboram as hipóteses de solução para o problema, tendo em vista o recorte da realidade observada.

Para a realização desta etapa algumas ações são necessárias e listamos abaixo algumas sugestões possíveis; entretanto, várias outras podem ser pensadas, dependendo de cada caso.

AÇÕES RELATIVAS ÀS HIPÓTESES DE SOLUÇÃO

☐Elaborar as hipóteses de solução para o problema, com base na Teorização e etapas anteriores;

☐Abranger diferentes instâncias ou níveis de ação visando à transformação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

daquela parcela de realidade estudada;

☐Usar a criatividade para encontrar ações novas;

☐Explicar/argumentar as hipóteses elaboradas;

☐Registrar toda a elaboração;

Estas ações ficam assim distribuídas no modelo de Nonaka e Takeushi:

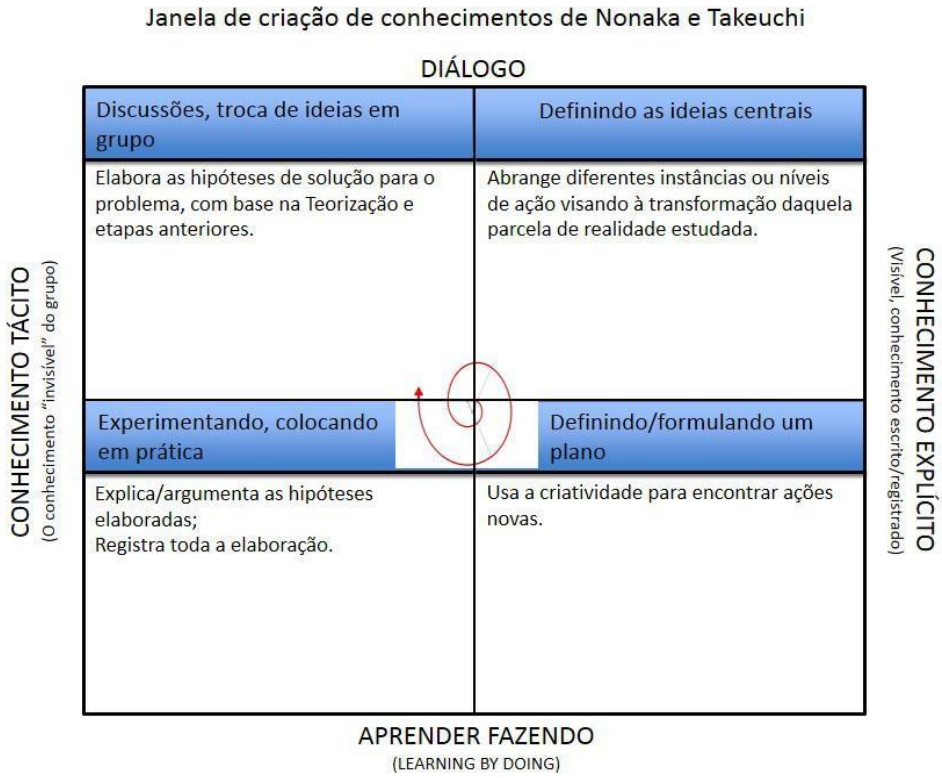


Figura 8 - Quadro elaborado pelo autor

EFETIVA EXECUÇÃO

Todo o processo tem seu ápice nesta etapa, pois é neste momento que todo o esforço criará materialidade na forma de uma intervenção no recorte de realidade inicialmente escolhido e observado. Entendemos que neste ponto novos conhecimentos, como a elaboração de projetos com suas mais variadas técnicas de construção, poderão ser desenvolvidos.

A execução de uma ou mais hipóteses de solução deve passar por um processo de construção de um projeto. Este deve atender aos critérios de qualquer técnica de elaboração de projeto. Neste ponto o participante do processo irá descobrir como as teorias se conectam com a prática.

Para a realização desta etapa sugerimos algumas ações necessárias, listadas abaixo, enfatizando que muitas outras são possíveis, dependendo do caso específico.

AÇÕES RELATIVAS À EFETIVA EXECUÇÃO

☐Analisar a aplicabilidade das hipóteses;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

☐Eleger, com critérios (exequibilidade, urgência, prioridade etc.), as que julgar poder colocar em prática;

☐Planejar a execução das ações pelas quais se compromete;

☐Colocá-las em prática;

☐Registrar todo o processo, analisando os resultados, quando possível.

Estas ações ficariam assim distribuídas no modelo de Nonaka e Takeushi, assim esquematizado:

Figura 9 - Quadro elaborado pelo autor

CONCLUSÕES

A proposta de juntar duas metodologias em um único instrumento surgiu da observação que fizemos durante as discussões com monitores de educação profissional, oriundos do mercado de trabalho, e que encontram na educação profissional uma oportunidade de compartilhar seus conhecimentos e experiências, sem possuir, no entanto, formação profissional pedagógica. Consequentemente, agem de maneira intuitiva, muitas vezes baseados em lembranças dos professores que participaram da sua formação. As instituições de ensino profissionalizante suprem esta deficiência pedagógica com cursos internos de formação dos seus docentes.

A metodologia da problematização com o Arco de Maguerez é um passo importante para estes profissionais avançarem em suas práticas pedagógicas, pois sugere um modelo esquemático, que se concretiza e se estrutura em forma de projetos, para indicar um percurso adequado, nítido e eficiente, que servirá de guia

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

seguro para uma atividade que, anteriormente, era exercida de forma intuitiva, garantindo deste modo uma elaboração consciente e racional do conhecimento.

O instrumento ainda não foi aplicado em sua totalidade, pois está em fase inicial da elaboração; todavia, seus componentes estão sendo utilizados, separadamente, por diversos cursos técnicos e brevemente será realizada uma turma piloto com o uso da estratégia sugerida neste artigo.

Referências

BERBEL, N.A.N. **A metodologia da problematização com o Arco de Maguerez**: uma reflexão epistemological. Londrina: EDUEL, 2012. 204p.

BRUINI, Eliane Da Costa. "**Educação no Brasil**"; *Brasil Escola*. Disponível em <http://www.brasilescola.com/educacao/educacao-no-brasil.htm>. Acesso em 22 de setembro de 2015.

COLOMBO, Andréa Aparecida; BERBEL Neusi Aparecida Navas, **A Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez e sua relação com os saberes de professores**; Semina: Ciências Sociais e Humanas. Londrina, v. 28, n. 2, p. 121-146, jul./dez. 2007

NONAKA, I e TAKEUSHI, H. Criação do Conhecimento Organizacional. Disponível em http://ulbratech.com.br/gci/wp-content/uploads/2011/07/Criação-do-Conhecimento-Organizacional.pdf. Acesso em 25 de setembro de 2015.

NONAKA, Ikujiro e TAKEUCHI, Hirotaka. Criação do Conhecimento na Empresa: como as empresas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus,1997.

OCDE (1) (2015), Science performance (PISA) (indicator). doi: 10.1787/91952204-en (Accessed on 22 September 2015)

OCDE (2) (2015), Students, Computers and Learning: making the connection. Doi: 10.1787/9789264239555-en (Accessed on 22 September 2015)

PARTANEN, J. The Team Coach's Best Tools. Jyväskylä, Finland, PARTUS, 2012. 128p.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

NOS TORNAMOS AQUILO QUE O PASSADO IMAGINOU? ELUCUBRAÇÕES TEÓRICAS EVIDENCIADAS PELOS CONCEITOS DE MODA

Stephanie Cavalcante Martins (SENAC São José do Rio Preto); stecavalcante@live.com*
Gustavo Dória Rio (SENAC São José do Rio Preto); gustavorio920@gmail.com Dalva Ferrari (Docente SENAC São José do Rio Preto); dalva.aferrari@sp.senac.br
Felipe C. Pacca (Docente SENAC São José do Rio Preto); felipe.cpacca@sp.senac.br

Resumo: O artigo foi elaborado a partir do estudo sobre a relação do ser humano com seu futuro e como ele está ligado à indumentária, através de referências artísticas como filmes, peças de mobília e coleções de estilistas. O póstero se tornou uma questão presente no imaginário do homem desde 1909 com o início do "Movimento Futurista", mas tomou proporções enormes, a partir de 1945, na "Era Espacial". Nessa época, tudo tinha motivo tecnológico. Desde coleções de roupas de vanguarda até peças da casa, carros e brinquedos para crianças. A partir de então, várias linhas de pensamento sobre o futuro surgiram, como o SteamPunk e o CyberPunk, que pensam em tudo que estaria presente em um futuro paralelo que pode vir a acontecer: de modo de vida, alimentação, moradia e transporte, até estética de roupas, armas e sistema de hierarquia na sociedade. Foi concluído que não nos tornamos o futuro que o passado imaginou, mas que podemos nos tornar caso ocorram mudanças históricas de proporções mundiais.
Palavras-chave: Moda, Futurismo, Cyberpunk, Steampunk.

Abstract: The article was drawn from the study on the relationship between human beings and their future and how it is linked to the clothing, through artistic references as films, pieces of furniture and collections of designers. The posterolateral became an issue in man's imagination since 1909 with the start of "Futurist Movement" but took enormous proportions since 1945, the "Space Age." At that time, everything had technological reason. Since collections of avant-garde clothing to parts of the house, cars and toys for children. Since then, several lines of thought on the future emerged as the steampunk and CyberPunk who think at all that would be present in a parallel future that might happen: way of life, food, housing and transport, to aesthetics of clothing, weapons and hierarchy system in society. It was concluded that we do not become the future than the past imagined, but what we can become if they occur historical changes of global proportions.
Keywords: Fashion, Futurism, Cyberpunk, Steampunk.

INTRODUÇÃO

O desconhecido é fantástico. Nos fornece possibilidades infinitas para imaginar e criar qualquer universo, identidade ou história. Talvez por esse motivo, o futuro tenha sido inspiração para diversas obras de ficção nos últimos 100 anos.

O futuro ocupa espaço em qualquer mente, seja mais contida e individual, seja contemplando todo o planeta, se não, o universo. Qualquer indivíduo pondera sobre como será seu futuro, a economia, o estilo de vida, as tecnologias e oportunidades, outros, criam seu próprio universo com todas as referências possíveis, senso estético, formato de cidades, modo de alimentação alternativo, entre outros.

Alguns movimentos 'futuristas' como o Futurismo, de Filippo Marinetti e o Retrofuturismo, de Lloyd Dunn surgiram ao longo do século, alguns com mais seguidores, outros menos populares, porém, ambos idealizando e idolatrando o tempo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que estaria por vir. Os movimentos influenciaram na poesia, as artes, o cinema, as vestes e até mesmo o estilo de vida.

Com a publicação de "O manifesto Futurista", de Filippo Marinetti, o futurismo teve início em 1909, porém, o movimento não teve muitos seguidores, devido a seus ideais fascistas e radicais, que visavam à destruição de museus, tudo que cultuava o passado e ataques bélicos a cidades ancestrais.

A partir da eclosão da Primeira Guerra mundial, em 1914, o período entre guerras, e até o final da Segunda Guerra mundial, o vislumbre do futuro havia sido deixado de lado, talvez porque sua perspectiva fosse demasiadamente dolorosa, destrutiva e incerta.

De acordo com o livro "o design do século", de Kenneth Grange (2ª edição – 3ª impressão, 2004), o mundo voltou a fantasiar com o póstero por volta de 1950, empolgado com a corrida tecnológica e a conquista do espaço pela União Soviética e Estados Unidos durante a Guerra Fria, com lançamento de diversos satélites, foguetes e a chegada do homem à Lua. Foi o início da "Era Espacial" e o futuro nunca havia sido tão próximo. Tudo se voltou ao espaço e ao que estaria por vir. A possibilidade de novas descobertas, a expansão dos limites territoriais e o sonho se tornar realidade, fez com que muitas pessoas se apaixonassem pela ideia de um futuro tecnológico. O senso estético mudou, os materiais mudaram e os sonhos perderam os limites, a troca de milênio ganhou forma (páginas 20 a 23).

A modernidade se tornou uma obsessão, o motivo espacial se tornou uma referência e uma necessidade no Design, segundo Grange. Desde a "Videosfera", uma televisão com formato de capacete de astronauta (página 59), batedeiras elétricas, como a Mixmaster da Sunbeam (página 78), carros, com modelos que abriam suas portas para cima, como o Mercedes 300SL (página 183) ou com formato de foguete, como o Cadillac Eldorado (página 184), até brinquedos como o Space Hopper (página 115).

Videosfera, 1970, JVC

Fonte: http://www.antiqueradio.org/art/JVCVideoSpheresThree.jpg

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Mixmaster, 1955, Sunbeam

Fonte: https://s-media-cache ak0.pinimg.com/736x/c2/ad/50/c2ad50727bfd9d458817e17c2e5c1a54.jpg

Mercedes Benz 300SL, 1954

Fonte: http://www.automaistv.com.br/uploads/useruploads/files/image-of-mercedes-benz- 300sl- gullwing-coupe-1954.jpg

Cadillac Eldorado, 1959.

Fonte: http://img7.autonavigator.ru/carsfoto/1600/12158/176581/Cadillac_Eldorado_Coupe_1959.jpg

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Space Hopper, 1950.

Fonte: Livro "O design do Século", Kenneth Grange

Ainda para o público infantil, até desenhos tiveram o futuro e a tecnologia como tema central. "Os Jetsons", lançado em 1962, retratavam uma família que vivia a um século de diferença, 2062, com sua governanta robótica, cidades flutuantes e carros voadores, fazendo com que as crianças pensassem, mais do que nunca, como seria sua vida adulta, afinal, na infância, o homem já iria pisar na lua.

Os Jetsons

Fonte: http://i2.wp.com/cabanadoleitor.com.br/wp-content/uploads/2015/01/The-Jetsons- e1422204228518.jpeg?resize=360%2C240

No cinema, a ficção científica se tornou uma febre, e o filme "2001: Uma Odisséia no espaço" (1968) é bem comentado por especialistas até os dias de hoje. Nele começou a teoria da revolta de robôs e programas com inteligência artificial contra seus criadores, e que num futuro distante, a humanidade seria extinta, restando apenas lataria prateada. Uma tanto assustador, mas representa o pensamento de um grupo de pessoas da época.

Finalmente, a fixação pelo Futuro chegou à moda. Segundo Lilian Pacce, dois principais estilistas fizeram parte da indumentária na época da Era Espacial, foram eles André

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Courréges e Pierre Cardin. Ambos lançaram coleções específicas nessa época, com inspiração no tema tecnológico e futurista. Courréges lançou a coleção "Space Age" e Pierre lançou "Cosmos", esteticamente parecidas. Os dois são conhecidos até hoje por seu "império futurista" e idealismo inovador no mundo da moda, onde nada sobre o tema havia sido abordado dessa forma até então. As vestes de astronautas viraram inspiração, assim como as referências robóticas. As estampas geométricas, o shape largo e roupas de PVC (vinil) prateadas, transparentes e coloridas entraram nos armários, assim como modelos assexuados.

A partir daí, o futuro nunca foi esquecido, e vários filmes, livros, entre outras formas de arte e cultura foram produzidos abordando o Póstero. Cada vez mais tecnológicas, essas obras nos carregam para um mundo que parece irreal e incapaz de acontecer, mas também inevitável. Todas aquelas suposições sobre a mudança do século, a tentativa de imitar como nos pareceríamos esteticamente, a forma automatizada de trabalho, as tecnologias do dia-a-dia parecem estranhas de certa forma, porém, elas quase acertaram. Não fosse a moda, a humanidade estaria próxima a ser a ficção científica dos anos 60.

O objetivo deste artigo é questionar, a partir de referências artísticas, a relação temporal entre passado e futuro na perspectiva da estética ligada à moda. Para desenvolver o tema, apresentaremos filmes, fotografias e objetos baseados no movimento futurista e feitos entre os anos de 1950 e 1999, apontando características sobre a visão de futuro. A partir desta apresentação, imagens contemporâneas serão apresentadas para contrapor a realidade imaginada na época com a realidade vivenciada atualmente.

DESENVOLVIMENTO

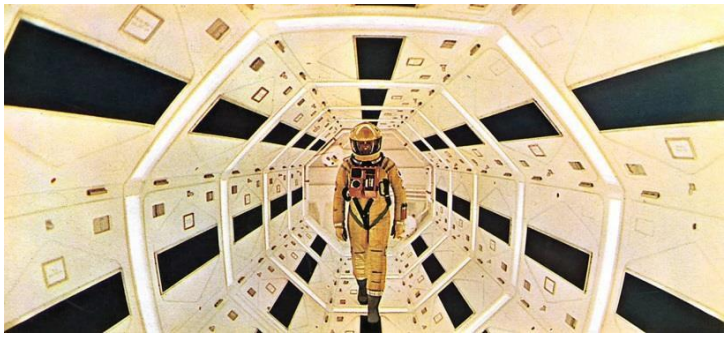
Entre 1909 e 2000, tivemos três principais fases e subdivisões do Futurismo. A primeira, em 1909, intitulada "Movimento Futurista", sem referências estéticas na moda, apenas na poesia e nas artes plásticas. Em seguida, após a Segunda guerra mundial, a partir de 1950, ocorreu "A Era Espacial". Finalmente, em 1980, o "Retrofuturismo" surgiu e segue até os dias de hoje.

Durante as décadas de 50 e 60, considerada "A Era Espacial", todos queriam suas casas e sua vida com o visual mais futurístico possível, todos os itens deveriam se parecer com capacetes de astronautas e foguetes, abandonando qualquer resquício da guerra para trás. O futurismo era um vislumbre das novas tecnologias que haviam surgido na época com a possibilidade de estar em tempos de paz. Desde itens necessários da casa, até artigos para presentes, tudo era desenhado com o tema tecnológico e espacial. No livro "O design do Século", de Kenneth Grange, podemos ter a dimensão da obsessão pelo futuro, com carros, brinquedos, vasos sanitários, até mesmo prataria nos moldes tecnológicos e espaciais.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Além das casas, as pessoas pretendiam imitar como seria nosso futuro, com referências estéticas em tudo, inclusive nas roupas. Qualquer peça da indumentária que se referia ao futuro era geométrica, com formas largas, sem sexo definido, como robôs e em sua maioria, prateadas, transparentes ou coloridas, com acessórios na cabeça como se fossem capacetes. Para os idealizadores do futuro, na época, viagens espaciais estariam presentes em nosso dia-a-dia e nós não seríamos tão diferentes uns dos outros, nenhuma personalidade se destacaria, e a massa seria homogênea, como vários robôs juntos. No filme "2001: uma odisseia no espaço", as roupas eram quase vestes de astronautas. Macacões e botas, sempre com chapéus-capacetes.

2001: Uma odisseia no espaço



Fonte:https://catracalivre.com.br/wp-content/uploads/2015/05/2001_uma_odisseia_no_espaco.jpg

Em 1964, duas coleções de grandes marcas de alta costura foram lançadas para celebrar e ilustrar suas ideias de futuro. Foram elas "Cosmos" de Pierre Cardin, e "Space Age" de Andre Courréges.

Courréges era um jovem inovador, aficionado pelo futuro. Para ele, os anos 2000 seriam um futuro onde mulheres e homens pouco se distinguiriam. De acordo com Courréges, "Hoje, a mulher é igual ao homem, trabalha, tem mil afazeres. Por isso, é preciso facilitar sua vida e lançar mão de todo avanço tecnológico que traz essa facilidade.". Segundo ele, as mulheres da época não adequavam suas roupas ao tempo tecnológico em que estavam vivendo, era preciso modificar, modernizar. Ele criou roupas com formatos redondos e retangulares e baseou sua coleção em branco e prata, com toques coloridos, feitas principalmente de vinil e plástico. A androgenia era um ponto forte em suas peças, o corpo da mulher não era marcado, a não ser pela minisaia. Os acessórios chamavam muita atenção, chapéus com formato de cabeça, quase capacetes, grandes óculos com pequenas fendas para a visão e muitas vezes, luvas. Nos pés, botas de PVC no meio da panturrilha, com poucos detalhes, sempre em branco ou prateado.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Coleção "Space Age" de Andre Courréges

Fonte:https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQgW1ZNDuZLflUXV20nu7DJpDxCPU_jQumjsxJH9HBY9PHt QvsE9A

Botas da Coleção "Space Age"

Fonte:https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcS0FeWNjHfs9lVU49LHpdDc4svj1Ku_y7-gl0tVx54emkLTiUvw

Como toda novidade, nem todos receberam bem a coleção de Andre Courréges, porém, segundo ele, não se tratava das roupas. "É ridículo focar no formato. Usar minhas roupas é uma questão de espírito.". Já entre conhecedores de moda, suas roupas foram consideradas quase arquitetonicamente construídas, segundo Gary Alston, com formatos diferenciados, inovadores e com a execução perfeita.

A coleção "Cosmos" de Pierre Cardin também não ficou isenta de críticas. "Sua contribuição para a vida moderna pode ser prática, mas é sim um choque" de acordo com o jornal Inglês "The Observer".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ao contrário de Courréges, Pierre usou como base em sua coleção, lã e cores predominando quase na peça toda, com detalhes em preto. A shape de Pierre seguia nos mesmos modelos de Courréges, retangular e redonda, porém, com nervuras e recortes para compor a roupa. Os acessórios eram viseiras de plástico e maxi-chapéus de diversos modelos. Os calçados permaneciam em PVC, porém na cor preta.

Coleção "Cosmos" de Pierre Cardin

Fonte:https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcR5LaV43vfQIgaYkCxWgYhejDF1ynmWX0JI2YzQuIC4Xp4B PDkEpg

O ideal da era espacial é que tudo seria mais tecnológico, carros voadores, cidades flutuantes, viagens no tempo, tele transporte, e com isso, a qualidade de vida aumentaria. Não seria necessário trabalhar por necessidade, mas sim por opção. Pela automação, cada um possuiria seu robô substituto para a mão de obra.

Com o passar dos anos, a ideia de futuro foi mudando e passamos da "Era Espcaial" para o "Retrofuturismo", a fantasia de futuro acabou se tornando um futuro – universo paralelo, onde ora o planeta seria devastado e viveríamos num mundo pós apocalíptico, onde viveríamos num deserto, com escassez de água e alimentos, o que provocaria novas guerras, com a tecnologia, ajudando para a sobrevivência e busca do poder, ora num planeta extremamente tecnológico, com baixa qualidade de vida, com graves problemas sociais.

A temática Retrofuturista resume-se ao futuro do passado, mas que pode voltar a acontecer no nosso próprio futuro. Segundo o professor de Filosofia Elie During, estudioso de Tempo e Espaço, "O retrofuturismo não se contenta em descrever um presente que poderia ter sido o nosso se nossa história tivesse tomado um outro rumo; ele nos fala, na verdade, do futuro que essa história alternativa teria projetado. Ao fazê-lo, projeta sobre o nosso próprio presente uma estranha luz, como se esse presente que acreditamos ser nosso fosse o futuro sonhado por um outro passado."

No Retrofuturismo, existem alguns estilos diferentes estética e filosoficamente. Entre eles, os mais importantes são o SteamPunk e o CyberPunk. Ambos têm seguidores

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que se vestem de acordo com a estética do estilo até hoje. O Cyberpunk se passa em um mundo onde a barreira real e virtual ficam confusas, com gênios marginalizados lutando contra grandes corporações que tomaram o poder de governar o mundo. Um exemplo cinematográfico do Cyberpunk é o filme Matrix, onde Neo descobre que "há algo errado com o mundo" e se rebela contra a Matriz.

O "mundo" no futuro CyberPunk

Fonte:https://encrypted-tbn2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSDcpt8h2ZZfjaP7OALoO40HVUCQUUgcA-o-9rK39Eg2FtwxOG8PrOCepM

A indumentária do Cyberpunk é geralmente preta, com poucas cores em neon. Os tecidos são lãs, couro, moletom, com pontas, irregulares e desestruturadas. Na literatura cyberpunk, era comum que as pessoas tivessem partes do corpo substituídos por peças robóticas, então também é comum que partes do corpo dos adeptos do estilo sejam maquiadas de prata e sejam usadas lentes coloridas nos olhos.

Indumentária Cyberpunk

Fonte: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/ea/ca/06/eaca06f89cb3e06fc7af1b69fffcee54.jpg
http://41.media.tumblr.com/e1c93956bacb967d7f4f15591fc6e62b/tumblr_mw51dg05XT1shl7uz o5_50 0.jpg

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O Steampunk, pelo contrário, se passa em um mundo paralelo no futuro semelhante á Era Vitoriana, onde máquinas a carvão e vapor são utilizadas. Justamente pelo uso de Steam(vapor), as tecnologias são completamente diferentes, não é utilizado celular e computador, mas máquinas gigantes, mudando o estilo de vida. Para eles, haveriam escavadeiras capazes de chegar e a nos levar ao centro da terra. Assim como a Era Vitoriana, a indumentária era toda trabalhada em camadas e com muitos detalhes. Corpetes de couro, calças listradas, camisas, gravatas, casacos longos, babados e botas, principalmente. A diferença é que no Steampunk as vestes são mais ousadas, mulheres mostram mais o corpo e as vestes masculinas são mais esportivas.

O "mundo" SteamPunk

Fonte: http://cdn26.us2.fansshare.com/photo/octopus/steampunk-octopus-wallpaper- steampunk- wallpaper-456662373.jpg

Indumentária SteamPunk

Fonte:http://www.rocco.com.br/wp-content/uploads/2015/02/steampunk_sketches_a_by_david_nakayama-d4hq89q_editada.png

CONCLUSÃO

Apesar de todas as divergências entre movimentos e estilos, era unânime que um novo milênio traria grandes mudanças, e todas elas muito esperadas. Sem dúvida, nossa tecnologia atual está beirando o imaginado, porém, nossos carros não voam,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

mas estacionam sozinhos, as cidades não flutuam, mas é possível construir ilhas onde havia apenas água, não viajamos no tempo e nem para a lua, mas conseguimos provocar a sensação de gravidade zero.

Provavelmente, o que mais decepcionou os imaginadores foi a moda. Nada aconteceu de diferente, e a mais nova tendência é trazer de volta as raízes, voltar para o passado. Das coleções da "Era Espacial", a única referência que acertou em cheio foi o Unissex. Calças jeans e camisetas se tornaram o básico, e ninguém é totalmente diferente um do outro. Não somos seres individuais e cheios de personalidade, porém, não nos tornamos robôs e massificamos completamente nossa indumentária.

Atualmente, permanecemos imaginando se o futuro imaginado pelo passado ainda acontecerá, com as tecnologias que ainda não alcançamos presentes em nossas vidas, questionando se seremos congelados antes da morte e descongelados para a vida eterna, se teremos a possibilidade de usar o teletransporte, carros voadores e se viajaremos ao centro da terra.

Assim como temos registros históricos, grandes avanços tecnológicos e na medicina só aconteceram durante as duas guerras mundiais, portanto, para alcançar o futuro imaginado será necessário passar por uma terceira guerra mundial? Será preciso sobreviver ao apocalipse?

Além dessas questões, nos resta imaginar nosso próprio póstero, o que deve acontecer de fato no nosso futuro na linha cronológica presente. Como seremos esteticamente? Nossos materiais serão escassos e precisaremos viver de reformas nas roupas que já costumamos usar ou continuaremos para sempre como nos vestimos agora? Em caso de um apocalipse, precisaremos nos camuflar com a terra ou com o prata do nosso lixo metálico e teremos que adotar roupas monocromáticas? Estão marcadas viagens interplanetárias para o início da colonização em Marte, teremos que usar vestes de astronautas? Conseguiremos prever mudanças que acontecerão ou teremos a eternidade para imaginar um futuro que nunca acontecerá?

REFERÊNCIAS

Alston, Gary. Andre Courreges: the couture's space captain. Documento on-line. Disponível em:<http://houseofretro.com/index.php/2013/04/17/andre-courreges-the- coutures-space- captain/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

During, Elie. Biography. Documento on-line. Disponível em: <http://www.egs.edu/faculty/elie-during/biography/>. Acesso em: 30 jul. 2015.

Garcia, Claudia. O visionário da moda dos 60. Documento on-line. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/courreges.htm>. Acesso em: 30 jul. 2015.

Graham, Mhairi. Space age style by Andre Courreges. Documento on-line. Disponível em: <http://www.anothermag.com/art-photography/4069/space-age-style- by-andre-courreges>. Acesso em: 30 jul. 2015.

Grange, Kenneth. O design do século. São Paulo: Ática, 2004.

Kal-El. Retrofuturismo: o futuro visto pelos artistas do passado. Documento on-line. Disponível em: <http://nerdforever.blogspot.com.br/2013/08/retrofuturismo-o-futuro-visto-com-os.html>. Acesso em: 30 jul. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O PAPEL DO COACHING NA MUDANÇA DE CARREIRA E REALOCAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

ROCHA, Mariana; mariana.rocha@etec.sp.gov.br*

RESUMO

A realocação no mercado de trabalho mostra-se como uma tarefa complexa para profissionais que buscam novas oportunidades. Esse profissional deve estar atento a inúmeros fatores decorrentes das mudanças e às adaptações necessárias em decorrência delas. O *coaching* de carreira tem papel fundamental na readaptação desse funcionário, dentro ou fora da empresa de origem, portanto, é interessante conhecer e analisar os benefícios que essa assessoria pode trazer nos dias atuais. Suas áreas de atuação vão englobar a mudança de carreira, promoção, realocação na própria empresa e até mesmo uma demissão. Esse artigo tem como objetivo verificar a origem e histórico do *coaching*, como ele é aplicado, e fazer uma exposição sintetizada das teorias a respeito do *coaching* de carreira e como ele pode ser útil na realocação no mercado de trabalho, visando oferecer uma melhoria na qualidade de vida pessoa e profissional do funcionário. O objetivo geral tem foco no estudo dessa ferramenta da área de gestão de pessoas e visa responder qual a função do *coaching* de carreira em uma mudança de área e como ele pode ajudar na inserção em um novo mercado de trabalho. Os objetivos específicos visam conceituar o *coaching*, analisar suas aplicações e entender como tal processo pode ajudar na conquista de uma nova oportunidade de trabalho. A metodologia deste trabalho foi a pesquisa bibliográfica sobre os temas *coaching* e novas oportunidades no cenário atual. Espera-se que esse trabalho possa contribuir com novas visões e ideias a respeito do tema, oferecendo diferentes abordagens para futuros estudos sobre a aplicação do *coaching*.
Palavras-chave: Gestão de Pessoas. *Coaching*. *Coaching* de carreira. Mercado de trabalho.

ABSTRACT

The relocation in the labor market proves to be a complex task for professionals seeking new opportunities. These professionals should be aware of several factors resulting from the changes and adjustments required as a result of them. Career coaching plays a key role in the rehabilitation of that professional, on or off the source company, so it is interesting to know and analyze the benefits that this can bring advice today. Their areas of activity will include career change, promotion, relocation within the company and even a dismissal. This article aims to check the origin and historical, how it is applied and to make a synthesized exposition of theories of career coaching and how it can be useful in relocation in the labor market, looking for offer an improvement in the quality of personal and professional life. The overall objective of it is focused on the study of this tool used in people management area and which seeks to address the career coaching function in change of area and how it can help in a new insertion in the labor market. The specific objectives aim to conceptualize the coaching, analyze your applications and understand how this process can help in winning a new job opportunity. The methodology of this study was the literature on coaching issues and new opportunities in the current scenario. It is hoped that this work can contribute new views and ideas on the subject, offering different approaches to future studies on the application of coaching.
Keywords: People management. Coaching. Career coaching. Labor market.

INTRODUÇÃO

A palavra carreira significa estrada ou caminho. No âmbito profissional, designa os passos percorridos pelo indivíduo durante sua vida ativa no trabalho. Atualmente, esses passos podem não estar ordenados em linha reta, isto é, a carreira profissional é passível de mudança a todo e qualquer momento. Estabilidade e

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

progressão contínua são características cada vez mais abandonadas pelas empresas e pelos próprios funcionários, que deixaram de delegar a responsabilidade da formação de suas carreiras a uma empresa específica, na qual passavam décadas trabalhando.

A mudança contínua no ambiente de trabalho exige comportamentos específicos dos profissionais de todos os níveis organizacionais, exigindo capacitação educacional, além da inovação, resiliência e criatividade. Há também casos em que a disposição para a mudança parte dos próprios indivíduos e os funcionários buscam novas colocações em áreas diferentes, ou mesmo se tornam donos dos próprios negócios em segmentos totalmente distintos daqueles em que trabalharam a vida toda.

> Ao considerar a carreira tanto do ponto de vista da empresa quanto do indivíduo, convém lembrar que todas essas demandas – aprendizagem contínua e desafios incessantes – não podem passar ao largo de uma tomada de consciência dos talentos, habilidades, motivos e necessidades individuais (VELOSO E TREVISAN, 2005, p. 173).

Uma das formas mais utilizadas atualmente para colaborar na busca de uma nova oportunidade no mercado de trabalho é o chamado *coaching* de carreira, que consiste em sessões de aconselhamento para ajudar o profissional já alocado a encontrar uma nova posição na sua área de preferência.

O *coaching* de carreira buscará auxiliar na mudança de área e ajudar na inserção em um novo mercado de trabalho.

1 DESENVOLVIMENTO

1.1 O COACHING

O coaching surgiu há 2.500 anos, com o filósofo Sócrates (470 aC – 399 aC). Ele costumava reunir seus discípulos em um antigo mercado de Atenas chamado Ágora. Seus ensinamentos foram compilados e registrados por Platão (429 aC – 347 aC).

> O método socrático consistia em propor temas, instigar ideias com perguntas, ouvir o que os discípulos tinham a dizer, ensinar e, principalmente, aprender. Seu objetivo básico era desenvolver as pessoas que o rodeavam. Abrir suas mentes e buscar o aprendizado dentro de si mesmas (CHIAVENATO, 2002, p. 64).

O Instituto Brasileiro de *Coaching* o define como um conjunto de recursos extraídos de áreas como administração, gestão de pessoas, psicologia, neurociência, recursos humanos e planejamento estratégico que atuam no processo de desenvolvimento dos âmbitos pessoal, profissional, social, familiar, espiritual ou financeiro.

O *coaching* pode ser confundido com treinamento, *mentoring*, gestão de carreira ou liderança. Entretanto, é um recurso bem mais complexo e amplo que inclui descobrir

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e desenvolver competências e habilidades, orientar, incentivar e motivar.

Segundo Chiavenato (2002), "o *coaching* é um tipo de relacionamento no qual o *coach* se compromete a apoiar e ajudar o aprendiz para que este possa atingir determinado resultado ou seguir determinado caminho".

Tal ferramenta pode ser utilizada em diversos aspectos, tanto profissionais quanto pessoais. O *coach* auxilia o *coachee* a definir objetivos e traçar metas para alcançar os resultados desejados.

As orientações são dadas em encontros chamados de sessões, que podem ser semanais, quinzenais ou mensais, em grupo ou individual. Nas sessões são definidas tarefas que devem ser cumpridas pelo *coachee* até o próximo encontro, quando serão traçadas novas metas.

1.2 O COACHING DE CARREIRA

O *coaching* de carreira é um tipo de *coaching* que visa a formulação e ascensão profissional de acordo com os objetivos do indivíduo.

Muitas vezes o profissional não se sente mais satisfeito com sua posição no mercado e essa insatisfação pode ter origem em sua própria ocupação, que não corresponde mais aos objetivos pessoais, ou em suas necessidades que evoluíram e o cargo ocupado não mais atende a essas necessidades.

De acordo com Daniele (2014) "o processo de *coaching* consiste em explorar as competências do profissional para que ele alcance um determinado resultado e desenvolva suas capacidades para resolver problemas".

Trata-se de uma investigação detalhada do perfil do *coachee*, promovendo o autodesenvolvimento do profissional e proporcionando as condições necessárias para validar seus objetivos e metas e identificar os fatores que o estão impedindo de alcançá-los.

Essa investigação proporciona aos participantes a identificação de limitações e percepção de resistências, incentivando mudanças para que as metas definidas possam ser claras e objetivas. Durante os encontros, é feito o planejamento da carreira, priorizando o equilíbrio entre vida pessoal e profissional, aumento da autoestima, autoconfiança e motivação.

Geralmente, alguns momentos específicos da vida profissional necessitam de orientação especializada para que possam ser transpostos da melhor forma.

Mudança de Carreira

É possível que haja um período em que o profissional perceba que não se identifica mais com a área de atividade exercida até o momento. Nesse caso, é preciso "descobrir interesses, aptidões e habilidades e combiná-los com a demanda do mercado, encontrando a atividade ideal para o perfil profissional" (PATI, 2012).

Essa fase requer desenvolvimento de competências comportamentais, alinhadas ao

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

autoconhecimento, para que a transição ocorra da melhor forma possível. Outro ponto importante que requer especial atenção na mudança de carreira é a realocação no mercado de trabalho, especialmente por buscar uma posição em uma área em que o profissional não possui experiência. "O *coach* será responsável por ajudar o indivíduo a construir novos significados para a vida e a encontrar possibilidades de mercado vinculadas aos seus valores e competências" (MATTA, 2015).

Promoção

Cargos de liderança requerem habilidades específicas como uma boa comunicação, foco em resultados e bom trabalho em equipe.

> É muito comum que as promoções no ambiente de trabalho aconteçam sem aviso prévio. Dessa maneira, mesmo tendo as competências necessárias, muitos profissionais se sentem inseguros frente a um novo desafio. Nessa ocasião, contar com o profissional *coach* será de grande valor para que o colaborador consiga ampliar seu potencial e apresente um bom trabalho (MATTA, 2015).

Mudanças repentinas requerem disposição para aprender novas funções, autoconfiança e superação de dificuldades.

Realocação na própria empresa

Um novo projeto, ou mesmo o fato de as equipes estarem cada vez mais enxutas, pode fazer com que um profissional seja transferido de setor, ou encarregado de um projeto que anteriormente não seria de sua alçada. Para isso, são necessárias competências específicas que podem ser desenvolvidas nos programas de *coaching* de carreira.

O programa chamado de "*on the job training*" ou "*job rotation*", que consiste na rotatividade de um mesmo funcionário em várias áreas diferentes da empresa, oferece vasta experiência e também é uma oportunidade para que o profissional conheça e se interesse por uma área diferente do segmento de sua atuação.

Esses momentos pontuais também podem requerer a ajuda especializada de um *coach*.

Demissão

O cenário atual da economia brasileira proporciona alta instabilidade empregatícia, levando muitas empresas a reduzirem o quadro de funcionários. Esse é um momento crítico para o funcionário que foi desligado, e o *coaching* de carreira pode ajudar nessa ocasião emergencial.

> O mercado de trabalho, como todos os demais mercados da economia mundial, vai ficando mais e mais competitivo. E é nesse contexto que cumprem um papel relevante as consultorias de *outplacement* (realocação profissional). Elas estão aprimorando e aperfeiçoando suas metodologias para fornecer a seus clientes o melhor *know-how* possível na conquista de vagas (CASE, 1997, p. 129).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O desemprego, além de afetar o profissional economicamente e criar um hiato indesejado em seu histórico, pode ocasionar situações negativas psicologicamente, e o papel do *coach* é auxiliar na busca do novo emprego, bem como manter a autoestima do *coachee*.

> Para o executivo demitido/desempregado, encontrar um novo emprego é parte vital de sua carreira e de sua vida pessoal. Ele precisa urgentemente de uma nova oportunidade para evitar a sangria das suadas economias. Necessita de um novo emprego para recuperar sua autoestima – encontrá-lo pode ser o renascimento para um executivo desempregado. Por meio de uma colocação melhor que a anterior, sua carreira decola numa direção positiva e ele volta a sentir-se bem consigo mesmo. (CASE, 1997, p. 129)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Qualquer tipo de mudança pode se tornar um evento traumático na vida de um indivíduo. A mudança profissional afeta várias áreas, como a financeira, a social e a psicológica, mitigando as economias do funcionário, prejudicando seus contatos sociais e diminuindo sua autoestima.

Por outro lado, o momento em que ocorre uma mudança na carreira pode oferecer autodesenvolvimento e abrir outras oportunidades dentro da própria empresa ou até mesmo fora dela. Esse período pode ser um ponto de partida para que o profissional possa "ampliar a capacidade individual e para fazer escolhas profissionais compatíveis com as aspirações, os valores e talentos individuais." (VELOSO E TREVISAN, 2005, p. 185).

Dessa forma, o *coaching* de carreira auxilia na realocação profissional, aproveitando o momento de mudança para transformar a carreira do indivíduo de forma positiva, trazendo melhorias tanto qualitativas quanto quantitativas.

O preparo profissional é muito importante nessa etapa, pois ele deve desenvolver e aprimorar suas competências técnicas e também comportamentais.

> Uma carreira bem sucedida pode ter forte correlação não só com sólida formação escolar, mas sobretudo com a habilidade de lidar com o inesperado, a versatilidade diante de desafios e a flexibilidade para transformar situações nem sempre positivas em oportunidades de desenvolvimento (VELOSO E TREVISAN, 2005, p. 184, 185).

Em suma, o foco principal do *coaching* de carreira é capacitar o funcionário e prepará-lo da melhor forma para sua reinserção no mercado de trabalho, na área que melhor aproveitará as aptidões naturais do indivíduo, trazendo mais motivação e satisfação tanto profissional quanto pessoal.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REFERÊNCIAS

CASE, T. A. **Como conquistar um ótimo emprego** e dar um salto importante em sua carreira profissional. 2 ed. São Paulo, Makron Books, 1997.

CHIAVENATO, I. **Construção de Talentos:** *Coaching & Mentoring*. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DANIELE, A. **Quando e por que recorrer ao *coaching*?.** 2014. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/quando-e-por-que-recorrer-ao-coaching>. Acesso em: 02 set 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE *COACHING*. **O que é *Coaching*?**. Disponível em: <http://www.ibccoaching.com.br/tudo-sobre-coaching/coaching/o-que-e-coaching/>. Acesso em: 02 set 2015.

MATTA, V. **Como trabalha o *coach* de carreira.** Disponível em:<http://www.sbcoaching.com.br/blog/tudo-sobre-coaching/como-trabalha-coach-carreira/>. Acesso em: 03 set 2015.

PATI, C. **3 motivos que levam profissionais às sessões de *coaching.*** 2012. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/3-motivos-que-levam-profissionais-as-sessoes-de- coaching>. Acesso em: 02 set 2015.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE *COACHING*. ***Coaching* de carreira – como desenvolver estratégias.** 2015. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/coaching/coaching-carreira-como- desenvolver-estrategias>. Acesso em: 03 set 2015.

UOL ECONOMIA. **Empregos e Carreias. Saiba o que é *coaching* e o que ele pode fazer por sua carreira.** São Paulo, 2013. Disponível em: <http://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2013/12/17/saiba-o-que-e-coaching-e-o-que-ele-pode-fazer-por-sua- carreira.htm> Acesso em: 02 set 2015.

VELOSO, E.; TREVISAN, L. **Produtividade e ambiente de trabalho:** Gestão de pessoas e carreiras. São Paulo: Senac, 2005.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O PAPEL DO ESCRITÓRIO DE PROJETOS NA CONSOLIDAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Julio Cesar Momente (Senac São José do Rio Preto); juliocesar.momente@gmail.com
Cristiano David Fontes (Senac São José do Rio Preto); cridavid@hotmail.com
Antonio Carlos Salamanca Filho (Senac São José do Rio Preto); antonio.csfilho@sp.senac.br
Raquel Borges (Senac São José do Rio Preto); rakelborges@hotmail.com
Daivison Junio de Sobral Silva (Senac São José do Rio Preto); ditosobral@outlook.com
Newton Silva (Senac São José do Rio Preto); adm_clinica@hotmail.com Mário César Simão Junior (Senac São José do Rio Preto); mario.cjunior@sp.senac.br

RESUMO

O escritório de projetos pode desempenhar diversas funções dentro de uma organização, sendo o principal responsável pela padronização e acompanhamento dos projetos. O presente trabalho estuda o escritório de projetos implantado um uma turma de pós-graduação em gerenciamento de projetos e o papel deste escritório na aplicação e consolidação das boas práticas de gerenciamento de projetos.

***Palavras-chave**: Gerenciamento de projeto, Escritório de projetos, boas práticas.*

Abstract

The project management office may act in several ways, being in charge of the standardization and tracking the current projects in an organization. This work studies the project management office deployed on a class of a specialization course in project management. It also studies the role of this project management office in the use and in the consolidation of the best project management practices.
Keywords: Project management, Project management office, best practices.

INTRODUÇÃO

"Gerenciamento de projetos é a aplicação do conhecimento, habilidades e técnicas às atividades do projeto para atender aos seus requisitos" (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014). O guia PMBOK (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014) define como projeto o esforço de tempo finito dedicado a gerar um produto, serviço ou resultado único.

Projetos são a força motriz do progresso e da inovação, pois somente por meio de projetos que produtos e serviços podem ser criados ou aperfeiçoados. Desta maneira, gerenciar projetos é uma habilidade cada vez mais necessária, seja no âmbito corporativo ou pessoal.

De acordo com pesquisa realizada pelo PMSurvey.org (Relatório geral Brasil, 2013)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

54% das empresas brasileiras oferecem pouca ou nenhuma resistência à aplicação de práticas de gerenciamento de projetos e 52% das empresas incentiva as práticas de gerenciamento de projetos. Esses dados refletem a importância do gerenciamento de projetos nas empresas. Contudo, na maior parte das organizações, ainda segundo a pesquisa, o gerenciamento de projetos é feito de maneira informal ou desenvolvida apenas em algumas áreas específicas das empresas. Isso demonstra um grande potencial de crescimento da área de gerenciamento de projetos.

As empresas normalmente buscam, com a execução de projetos, atingir objetivos estratégicos, visando o crescimento da empresa e a consolidação da mesma no mercado, seja ele local, nacional ou global. (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014)

Para se atingir os objetivos estratégicos da empresa por meio da execução de projetos é necessário que haja padronização dos processos de gerenciamento de projetos e uma liderança em projetos dentro do ambiente empresarial. Um escritório de gerenciamento de projetos, dentre outras funções, é responsável pela padronização dos processos de gerenciamento de projetos e lidera o desenvolvimento de projetos na organização (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014).

Para Ricardo Vargas (2010) o escritório de projetos é responsável por organizar, planejar, conduzir e controlas as atividades de projeto. É responsável pela excelência e referência na condução dos projetos. Segunda a pesquisa do pulso da profissão (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014), 77% das empresas de alto desempenho entendem o valor do gerenciamento de projetos e 74% possuem um PMO (*Project Management Office* - Escritório de gerenciamento de projetos).

A utilização de um escritório de gerenciamento de projetos na organização pode gerar alguns ganhos, como a padronização das operações, o envolvimento de toda a organização no processo de decisão, a alocação mais eficaz de recursos, a informação disponibilizada de forma mais rápida e com qualidade, a redução do tempo de reuniões com a alta administração e a melhor priorização do trabalho (KERZNER, 2006 *apud* REGO e SILVA, 2011)

Apesar da importância e valor de um escritório de gerenciamento de projetos dentro de uma organização a maior parte, 56% das empresas brasileiras não possuem um escritório de gerenciamento de projetos e em 36% das empresas o valor do escritório de projetos não é claramente percebido dentro da organização (PMSURVEY.ORG, 2013).

Outro ponto importante diz respeito à maturidade de gerenciamento de projetos, em 58% das empresas brasileiras os processos de gerenciamento de projetos estão no máximo estruturados, porém ainda não são tidos como padrão organizacional.

Dada a situação exposta, este trabalho tem por objetivo demonstrar o papel do

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

escritório de gerenciamento de projetos na consolidação das boas práticas de gerenciamento de projetos. O estudo foi realizado com base no estudo de caso do escritório de gerenciamento de projetos da turma 2014 do curso de pós-graduação em gerenciamento de projetos do SENAC São José do Rio Preto, estado de São Paulo, Brasil.

DESENVOLVIMENTO

O guia PMBOK (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014) define um PMO (*Project Management Office* - Escritório de Gerenciamento de Projetos) como: *"Um escritório de gerenciamento de projetos é uma estrutura organizacional que padroniza os processos de governança relacionados com o projeto, e facilita o compartilhamento de recursos, metodologias, ferramentas e técnicas"*. Ainda de acordo com o PMBOK, o PMO pode assumir diferentes responsabilidades, dependendo da forma como é implantado na organização. Um PMO pode simplesmente fornecer um guia de documentação padronizada, *templates*, e, até mesmo, efetuar diretamente a gestão dos projetos.

As principais funções de um escritório de projeto, segundo o listado pelo Relatório do Pulso da Profissão do PMI: Estruturas do PMO (2013, p. 7), são:

- A definição da metodologia, das métricas e o desenvolvimento e aprimoramento dos processos;
- Definição dos objetivos do negócio, incluindo o gerenciamento de todas as áreas previstas no Guia PMBOK;
- Gerenciamento de recursos e análise de oportunidades e investimentos para o alinhamento estratégico ao nível do portfólio;
- Elaboração de planos de carreira e o gerenciamento de carreiras para uma efetiva gestão de talentos;
- Análise de desempenho e tarefas de governança do escritório;
- Gerenciar a resistência e a satisfação das partes interessadas nas mudanças organizacionais;
- Suporte;
- Gerenciar a propriedade intelectual, mantendo o conhecimento organizado;
- Análise de oportunidades para efetivar o planejamento estratégico da organização.

O escritório de gerenciamento de projeto do estudo de caso definido anteriormente tem por atribuições fornecer *templates* e instruções de trabalho para padronizar a documentação dos projetos da turma; acompanhar a execução dos projetos, fornecendo suporte e referências para o preenchimento dos documentos; monitorar indicadores de valor agregado para manter a coordenação do curso de pós-graduação informada do desempenho dos grupos; e atuar como facilitador na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

comunicação entre os alunos, professores e coordenação do curso.

As atribuições do escritório de projetos do estudo de caso foram definidas com base no levantamento de requisitos do serviço a ser entregue pelo PMO. Os requisitos foram levantados com pessoas chave, que são a coordenação do curso de pós-graduação e os gerentes de cada projeto da turma.

Definidas as atribuições do escritório de projetos, o trabalho foi dividido em etapas para facilitar a operação do escritório de projetos. Adotou-se o modelo de planejamento em ondas sucessivas, o qual consiste em planejar pequenas etapas do projeto para manter uma boa precisão das previsões (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014). O trabalho do projeto foi dividido pelas disciplinas do curso de pós-graduação, uma vez que essas compreendiam diferentes áreas de conhecimento listadas pelo guia PMBOK (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014).

A divisão de trabalho utilizada permitiu ao escritório de gerenciamento de projetos utilizar do conhecimento e experiência dos docentes de cada disciplina do curso de pós-graduação para validar as *templates* e instruções de trabalho, bem como para manter uma sequência lógica de execução dos projetos da turma. Além disso, os docentes das disciplinas atuaram como consultores em gerenciamento de projetos para os grupos e para o próprio escritório de projetos aprimorando a execução do trabalho.

Outro fator de grande importância da operação do escritório de gerenciamento de projetos foi a forma de acompanhamento dos projetos da turma. O escritório que era composto por seis integrantes se dividiu para prestar atendimento individualizado a cada projeto com o intuito de manter um relacionamento próximo com os gerentes e de poder analisar de maneira mais precisa a execução de cada projeto.

Por fim, o escritório de projetos acabou desempenhando uma função que não havia sido prevista, que foi a de distribuição de documentos e modelos de projetos. Os docentes das disciplinas se utilizaram da estrutura do PMO para distribuir conteúdos das disciplinas e documentos úteis e pertinentes ao gerenciamento de projetos.

Com isso nota-se, claramente, que o escritório de projetos se propunha a desempenhar funções importantes na consolidação das boas práticas elencadas no guia PMBOK (PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, 2014), padronizando e acompanhando os projetos e dando suporte quando necessário. Mais ainda, o PMO ainda colaborou fortemente na divulgação de conteúdo pertinente ao gerenciamento de projetos e que pudessem contribuir com a aplicação das boas práticas no exercício cotidiano da profissão de gerente de projetos.

Como resultado do trabalho desenvolvido, notou-se uma evolução dos alunos da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

turma de pós-graduação do presente estudo de caso na aplicação das boas práticas. Isso foi percebido por meio do desenvolvimento de trabalhos práticos ao longo do curso nos quais, com o auxilio do PMO, os alunos desempenhavam o papel de gerentes de projetos melhorando progressivamente ao longo do curso.

Como forma de analisar os resultados quantitativamente, realizou-se uma pesquisa de opinião com todos os alunos para avaliar a percepção de cada um sobre a atuação do escritório de projetos.

Como pode ser visto no gráfico da figura 1, a seguir a pesquisa de opinião foi aplicada utilizando questionário impresso nos quais os alunos não precisavam se identificar. Os resultados obtidos das respostas dos alunos foram transcritos para o gráfico da figura 2.

Pesquisa de opinião – Atuação do PMO

De uma nota entre 1 e 5 para as perguntas abaixo.

1 - nota mínima, nada importante, muito ruim
5 – nota máxima, extremamente importante, excelente.

ID	Pergunta	Nota
1	Quanto as templates e instruções de trabalho fornecidas pelo PMO atenderam as suas expectativas?	
2	Quanto as templates e instruções de trabalho fornecidas pelo PMO auxiliaram o andamento do seu projeto?	
3	Como a atuação do PMO colaborou na evolução do seu conhecimento em gerenciamento de projetos?	
4	Como o PMO colaborou para o andamento do seu projeto?	
5	Quanto o atendimento individualizado do PMO aos grupos colaborou para a evolução do seu projeto?	
6	Classifique como foi a comunicação do PMO com você e com a equipe do seu projeto.	
7	Classifique o quão eficiente foi a divulgação dos templates e documentos fornecidos pelo PMO.	
8	Como você avalia o uso das tecnologias empregadas pelo PMO para comunicação com seu grupo (Whatsapp, Blackboard, email e portal)?	
9	Na sua percepção, quanto o PMO colaborou na resolução dos conflitos da turma ou internos do seu grupo?	
10	Na sua percepção o quão importante é a atuação do PMO na sala de aula da turma como um todo (Integração, resolução de conflitos e disponibilização de materiais)?	
11	Como você classifica a atuação do PMO com os prazos para entregas de templates?	
12	Classifique como foi a sua atuação na entrega pontual dos documentos ao PMO.	

Figura 1 - Questionário de avaliação do desempenho do escritório de projetos da turma 2014 do curso de pós- graduação em gerenciamento de projetos do SENAC São José do Rio Preto/SP - Fonte: DANJR PMO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

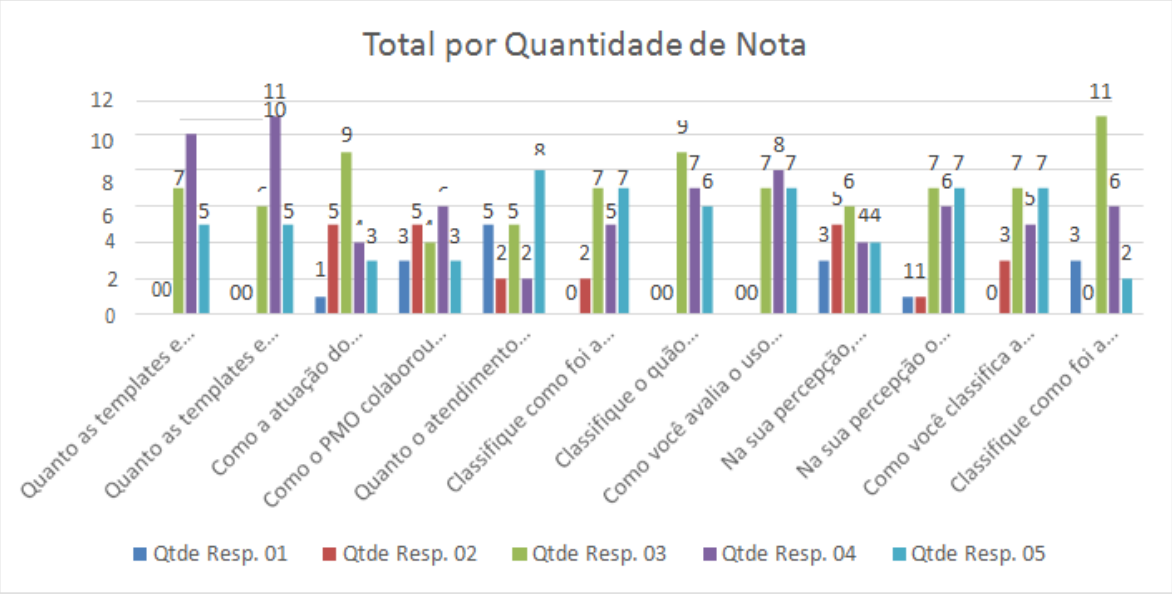


Figura 2 - Resultado da pesquisa de opinião com os alunos da turma 2014 do curso de pós-graduação em gerenciamento de projetos do SENAC São José do Rio Preto/SP - Fonte DANJR PMO

Como pode ser visto na análise da pesquisa de opinião mostrada na figura 2, os itens julgados como mais importantes da atuação do escritório de projetos foram a padronização dos documentos com o uso das *templates* e instruções de trabalho; o atendimento individualizado dos projetos por parte do escritório de projetos, fornecendo suporte e esclarecendo dúvidas sobre a utilização dos artefatos de gerenciamento de projetos. Outro ponto de destaque foi a comunicação do PMO com os gerentes de projetos no que diz respeito à divulgação de *templates*, documentos fornecidos pelos docentes das disciplinas e demais conteúdos disponibilizados pelo escritório de projetos.

Um item que foi avaliado como necessitando ser aprimorado na operação do escritório de projetos, foi a resolução de conflitos, tanto internamente nas equipes de projetos como a resolução de conflitos internos na turma. Este poderia ser mais um ponto de reforço da importância do escritório de projetos na consolidação das boas práticas de gerenciamento de projetos e que precisa ser melhorado, pois na percepção dos alunos, o PMO teve pouca ou nenhuma importância na resolução dos conflitos anteriormente citados.

Cabe ainda ressaltar que de um modo geral, o trabalho do escritório de projetos foi positivo, com a média das avaliações tendendo para o bom/ótimo. Isso reforça a importância do escritório de projetos e valida as ações tomadas e a metodologia de suporte a execução dos projetos adotada.

CONCLUSÃO

Neste trabalho fez-se um estudo da importância do escritório de projetos na consolidação das boas práticas de gerenciamento de projetos utilizando como estudo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de caso a turma 2014 do curso de pós-graduação em gerenciamento de projetos do SENAC São José do Rio Preto/SP.

Foi possível verificar que o escritório de projetos desempenha um importante papel de padronização de facilitador das comunicações. Também foi possível notar por observação a evolução individual dos alunos na elaboração dos documentos gerenciais dos respectivos trabalhos de cada um dos alunos.

O estudo permitiu identificar que a atuação do PMO do estudo de caso teve uma boa avaliação, em geral, sendo necessário aprimorar a atuação na resolução de conflitos internos das equipes dos projetos e internos à turma de alunos.

Finalmente, elenca-se como trabalhos futuros a serem desenvolvidos o estudo do papel do escritório de projetos na aprendizagem das boas práticas de gerenciamento de projetos e o estudo da importância do PMO na resolução de conflitos internos da organização.

BIBLIOGRAFIA

KERZNER, H. **Gestão de Projetos:** As Melhores Práticas. Porto Alegre: Bookman, 2006.

PMSURVEY.ORG. **Relatório geral Brasil**. Project Management Institute. Rio de Janeiro, p. 98. 2013.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Pulso da Profissão do PMI: Estruturas de PMO**. Palo Alto. 2013.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Pulso da Profissão do PMI: O Alto Custo do Baixo Desempenho**. Palo Alto. 2014.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (guia PMBOK®)**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. 616 p.

REGO, M. L.; SILVA, T. R. D. Desafios na implantação do Escritório de Gerenciamento de Projetos em um Governo Estadual. **Revista Economia e Gestão**, p. 151-180, 2011.

VARGAS, R. V. O que é um escritório de projeto? **Ricardo Vargas**, 2010. Disponivel em: <http://www.ricardo-vargas.com/pt/podcasts/pmopart1/>. Acesso em: 14 set. 2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O RISCO DE FAZER PROJETOS EM EMPRESAS FAMILIARES

Rose Perpétuo do Nascimento; rose.jbechara@hotmail.com*

RESUMO: O artigo apresentado faz uma breve análise das empresas familiares existente no Brasil. As empresas familiares possuem métodos centralizadores de poder, uma cultura hierárquica e sistema de governança que prepara seus sucessores, essa linha de gestão implica no desenvolvimento da empresa, na aplicação de planos, ações e estratégias que não são implantadas devido à forma de administrar. Os projetos desenvolvidos por empresas familiares não são bem sucedidos, a forma que caracteriza a gestão das empresas levam os projetos a passarem por problemas e dificuldades que acarretam no fracasso do projeto. O conteúdo apresenta que a gestão por meio de gerenciamento de projetos fornece as empresas uma estrutura de conhecimento e informações, proporciona o desenvolvimento e crescimento do seu negócio, garantindo retorno de investimento e lucro. No contexto, observa-se que pode ser implantado o gerenciamento de projetos em qualquer estrutura de empresa e as áreas que abrangem esta metodologia. O gerenciamento de projetos é um diferencial de gestão, e cabe às empresas familiares reverem seus métodos e sistema administrativo para adotar esta prática.

PALAVRAS CHAVES: Empresa Familiar; Projetos; Risco de Projeto.

ABSTRACT: The article presented makes a brief analysis of the existing family-owned companies in Brazil. Family companies have centralized methods of power, a hierarchical culture and governance system which prepares his successors, this line of management implies the development of the company, the implementation of plans, actions and strategies that are not deployed due to the form of administer. The projects developed by family businesses are not successful, the form that characterized the management of the companies take the projects to go through problems and difficulties that result in the failure of the project. The content management features through project management provides businesses a structure of knowledge and information, provides the development and growth of your business, ensuring return on investment and profit. In the context presented as can be deployed project management in any company structure and the areas that it covers this methodology. Project management is a unique feature of the family enterprises management reviews its methods and administrative system and adopts this practice.
KEY WORDS: Family Business; Projects; Project risk.

INTRODUÇÃO

Antes dos anos 50 (cinquenta), o Brasil era regido somente pela agricultura, até a chegada da industrialização e o começo da urbanização. As pessoas começaram a deixar o campo e mudaram para as cidades à procura de emprego nas indústrias, em busca de uma renda assalariada.

Mesmo com os salários baixos que as indústrias ofereciam, a oferta de mão de obra era abundante, fato este que despertou interesse em outros países, e muitas indústrias vieram instalar-se no Brasil, e também a mudança de muitos estrangeiros.

O Brasil, a partir de então, iniciou um processo de desenvolvimento da infraestrutura, foram criadas usinas hidrelétricas, meios de transporte, portos e rodovias, e muitas cidades começaram seu processo de crescimento e desenvolvimento, principalmente as

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cidades do Estado de São Paulo.

Com o passar dos anos, outras empresas foram surgindo, a maior parte destas foram fundadas por famílias que estavam à procura de tirar seu próprio sustento. Muitas destas empresas que começaram com um pequeno negócio, hoje são grandes empresas que estão atuantes no mercado, atravessando as mudanças da economia e mercado, as crises políticas, econômicas e sociais.

As empresas familiares, no Brasil, representam atualmente 90% (noventa por cento) das empresas, sendo elas de produtos e/ou serviços, pequenas, médias e/ou de grande porte, e chegam a oferecer em torno de 60% (sessenta por cento) dos empregos formais, elas também representam a maior rentabilidade econômica que movimenta o país, servem como delineamento e alicerce político.

No início da industrialização, o modelo usado para administrar baseava-se no Fordismo, um sistema produtivo que considerava a capacidade de produção em massa e em série. Ao longo dos anos com as mudanças do mercado, surgimento da globalização as empresas foram obrigadas a adaptarem-se as mudanças, muitas delas não conseguiram e não sobreviveram no mercado.

As empresas que sobreviveram à globalização voltaram-se para a capacitação e profissionalização. Mesmo que sejam empresas familiares, estas estão inseridas no mercado, onde existe competitividade, e são obrigadas a possuírem uma gestão de qualidade.

Apesar de atualmente as empresas familiares para manterem-se competitivas estas possuem funcionários que não são descartáveis, são qualificados e polivalentes, as empresas possuem em sua gestão os cargos de confiança e gerenciais ocupados por membros da família.

A caracterização de uma empresa como sendo ela familiar se dá quando além de possuir membros em diversos cargos, principalmente em cargos de confiança, que possuem laços de sangue, também quando existe a sucessão de um membro da família para outro, e no mínimo duas gerações trabalhando para o mesmo propósito.

As sucessões entre os membros da família nas empresas são práticas comuns que a maioria delas utiliza para manter o poder sobre a empresa. Muitas até usam como mecanismo a governança corporativa para facilitar a gestão de sucessão. A governança corporativa oferece aos *stakeholders* a transparência, equidade, prestação de contas e a responsabilidade corporativa, além de oferecer os direitos de todos os acionistas, princípios, propósitos, papéis, regras e todo o regime que rege a empresa.

Pesquisas apontam que o maior índice de mortalidade das empresas no Brasil, são empresas familiares, simplesmente pelo fato de centralizarem o poder, fazer a má administração da sucessão de herdeiros e não acompanhar as tendências e mudanças do mercado.

Segundo opinião especializada de um diretor de empresa familiar, identificada neste

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

artigo como Empresa XYZ, que atualmente é administrado pela segunda geração, ele diz que: "A empresa familiar tem preocupação em ser competitiva sim, garantir a lucratividade, porém o interesse maior entre todos os sócios e membros da família é perpetuar a empresa, e preparar o caminho para o comando da próxima geração. Ainda diz que, a empresa envolve toda a família, e os laços afetivos sempre prevalecem em qualquer decisão, os sentimentos se misturam com a razão. Para não ocorrer impacto negativos, nem conflitos o importante é sempre o respeito, de um membro com o outro, sempre tudo tem que ser bem esclarecido e transparente".

Mesmo que sejam empresas familiares estas precisam estar preparadas para manter-se no mercado, garantir o lucro e desenvolver o crescimento, superar as dificuldades econômicas, possuir diferenciais de mercado principalmente frente à concorrência acirrada. É necessário possuir uma gestão de planejamento adequado, uma gestão que possui visão estratégica.

Segundo Costa (2007), "a visão estratégica que se pretende criar consiste em desenvolver a capacidade de olhar, criticamente, o presente a partir do futuro, e não o futuro com os olhos do presente (!). Esse é o grande desafio de vencer de uma empresa". Pode-se observar que empresas familiares pouco usam e/ou não usam em sua gestão a implantação de projetos como formato de gerenciamento. E na tentativa de adotar essa ferramenta como prática muitas cometem erros que prejudicam o sucesso e desenvolvimento da empresa.

PORQUE IMPLANTAR PROJETOS NAS EMPRESAS

O formato de gestão através de gerenciamento de projetos oferece para a empresa uma plataforma conceitual, operacional e administrativa para a condução de suas atividades.

As atividades podem ser tratadas como projeto, independentemente de seu tamanho, complexidade, custo ou tempo para a execução. O importante é que a gestão de projetos tem a capacidade de integrar todas as atividades, cruzando toda a empresa. Assim oferecendo lacunas de capacitação e estruturação para a implantação de estratégias.

"Dessa forma, um projeto pode ser conceituado como um conjunto complexo de tarefas ou atividades, concatenadas e interdependentes, que é único, tem um ciclo de vida bem definido e um propósito previamente estabelecido". (Project Management Institute, 1996)..

Todo o projeto inicia-se com o reconhecimento de uma necessidade organizacional, dificuldade e/ou problema da empresa, demanda de mercado, solicitação de um cliente, requisito legal (o Governo institui uma obrigatoriedade), avanço tecnológico, criação de um novo produto, requisito social e etc., que pode ser criado e implantado em diversas áreas de uma empresa, podendo ser: na engenharia de processos, atendimento ao cliente, recursos humanos, finanças, TI e outras áreas).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

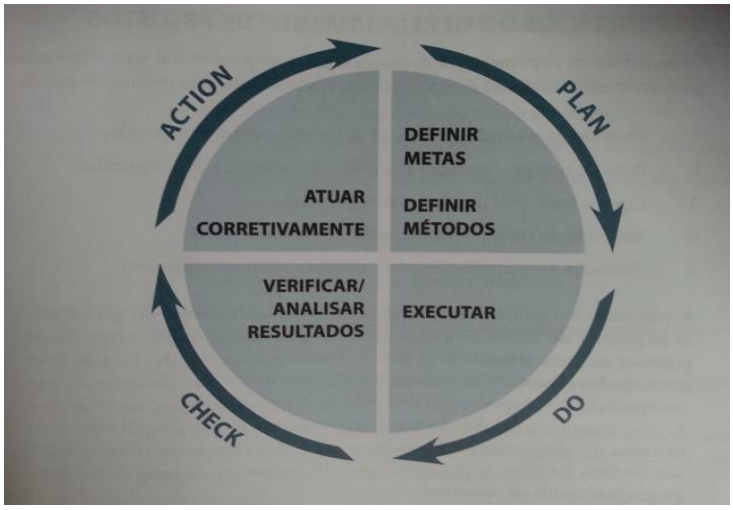
A partir da identificação da origem de um projeto dentro da empresa, são estabelecidas metas que direcionam para o objetivo pelo qual a empresa quer atingir com a implantação do projeto. A empresa tem desafios a serem superados na realização do projeto, prazos e orçamento estabelecidos para cumprir, equipes para executar, normas pra seguir, além de atender todos os requisitos da entrega do projeto.

O projeto desenvolvido passa por cinco grupos de processos agregados entre si, que condicionam a realização do projeto de maneira uniforme e integrada possibilitando o resultado conforme a meta estabelecida.

A aplicação dos grupos de processos é identificada como: Grupo de processos de Iniciação; Planejamento; Execução; Monitoramento e Controle; Encerramento. Todos os grupos são aplicados e gerenciados de acordo com a metodologia do PMI.

Segundo Nocêra (2009), "o relacionamento entre os grupos de processos é mais complexo que o ciclo PDCA (*Plan-Do-Check-Act;* planejar-fazer-verificar-agir), tendo em vista interações existentes entre os grupos. No ciclo PDCA, o resultado de uma parte do ciclo torna-se a entrada para a outra parte. Nas interações entre os grupos de processos de monitoramento e controle tem interação com todos os outros grupos".

Figura 1: Ciclo PDCA de um projeto

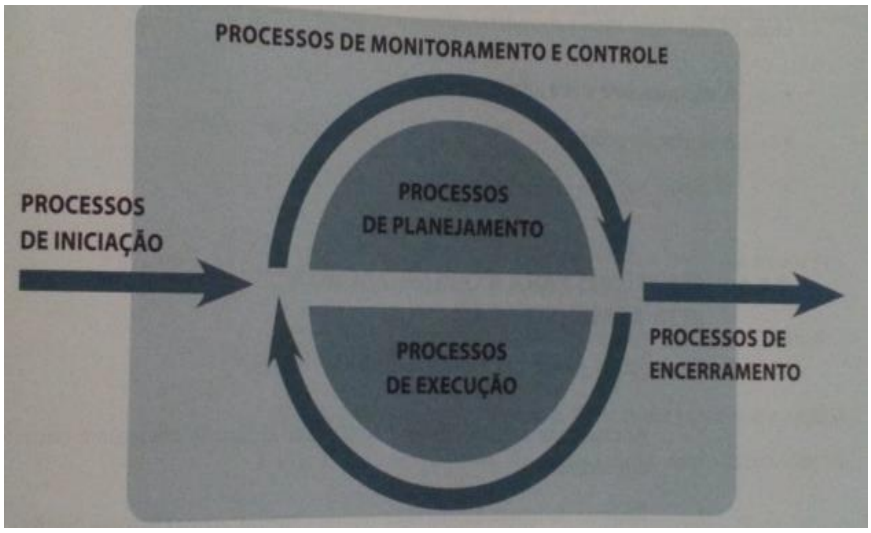


Fonte: Livro Gerenciamento de Projeto – Teoria e Prática, 2009

Abaixo a figura 2, que mostra o mapeamento entre os grupos de processos de gerenciamento de projetos e o ciclo PDCA.

Figura 2: Relacionamento entre os grupos de processos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015



Fonte: Livro Gerenciamento de Projeto – Teoria e Prática, 2009.

Os benefícios obtidos com a implantação do gerenciamento de processos são fatores que estão ligados diretamente à eficácia da implantação dos processos. A aplicação destes, feita de maneira correta e adequada possibilita a visão do andamento do projeto, direciona para o alcance dos objetivos proposto.

BENEFÍCIOS DE UM PROJETO

Implantar projeto em uma empresa proporciona muitos benefícios a ela, estes trazem para a empresa a prospecção de uma oportunidade de negócio, seja esta oportunidade interna ou externa, que pode levar a empresa a buscar e/ou conquistar novos espaços nos mercados não explorados; aumento da empregabilidade; enriquecimento de tarefas e funções; maior envolvimento interfuncional; aumento de tecnologias; torná-la mais competitiva; aumento no número de clientes ativos e a concorrência irrelevante diante da empresa.

Os projetos direcionados a gestão organizacional da empresa, podem trazer os seguintes benefícios:

- Aumento de produtividade;
- Aumento de lucro;
- Retorno de investimento rápido e melhor;
- Melhoria da competitividade;
- Melhora na previsibilidade de resultados;
- Aumento na capacidade empresarial empresa;
- Melhor adaptação às mudanças.

Projetos direcionados para os colaboradores proporcionam os seguintes benefícios para as empresas:

- Permite que cada colaborador saiba o que fazer, quando e como fazer;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- Maior e melhor comunicação;
- Mais integração das equipes de seções e/ou departamentos;
- Maior confiança e comprometimento dos colaboradores;
- Aumento na capacidade de desenvolver o trabalho.

Os projetos ainda podem trazer benefícios para os clientes da empresa, tais benefícios como:

- Maior capacidade de atender as demandas dos clientes;
- Maior qualidade na entrega do produto e/ou serviço para o cliente;
- Menor prazo para atender a necessidade do cliente;
- Aumento no grau de satisfação do cliente.

DIFICULDADES PARA IMPLANTAR PROJETOS EM EMPRESAS FAMILIARES

Mesmo diante de todos os benefícios apresentados as empresas familiares são as que menos adotam a prática de gestão projetos, e quando adotam são as empresas que mais possuem risco do projeto não ser bem sucedido.

"Pode-se definir o risco de projeto como uma situação na qual uma incerteza trará consequências" (COOPER *et al*., 2005).

Todo projeto tem o risco de ser um fracasso por diversos motivos que não estão relacionados diretamente a empresa, como por exemplo, o risco de fracasso pode ocorrer devido à falta de competência do gerente de projetos, falta de recursos, atrasos no cronograma, atrasos nas entregas das aquisições e muitos outros motivos.

Porem, pode-se observar que o risco de fracasso em uma empresa familiar é muito maior que nas demais empresas pelo fato das empresas familiares possuírem características já apresentadas na introdução deste artigo com a centralização de poder, governança, cultura hierárquica.ser:

Os riscos de fracassos de projetos dentro das empresas familiares podem
Falta de apoio dos proprietários e/ou direção da empresa: a falta de apoio implica no andamento de todo projeto, que podem ser identificadas de várias formas como:

- A direção pode não liberar os recursos tanto pessoais, materiais e até mesmo não liberar recursos financeiros para execução do projeto;
- A direção não quer e não cumpri prazo e cronograma elaborados no planejamento do projeto;
- A direção pode até demorar na aprovação dos documentos necessários que são entregues conforme as fases dos projetos, acarretando o atraso na sequencia do projeto;
- A falta de apoio pode obrigar paralização e até o encerramento do projeto;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- **Concentração de poder:** Os proprietários de empresa familiar concentram a direção da empresa sob seu comando, dificilmente delegam autonomia e autoridade para demais membros dos seus colaboradores;

Quando um projeto é iniciado é obrigatório ter um gerente de projetos para gerenciar todo o projeto, mais devido o fato da concentração de poder existente o gerente de projetos não tem autonomia nem autoridade, acarretando maior dificuldade na liderança, no engajamento das equipes;

> "Em uma experiência já vivenciada em uma empresa familiar o gerente de projetos não tinha credibilidade e liderança perante a equipe, tudo era reportado para o próprio concentrador de poder e o mesmo direcionava a execução sem seguir o proposto na elaboração do projeto. Resultado final o projeto foi perdendo membros da equipe porque o próprio concentrador direcionava outras atividades fora do projeto, o pouco de membros restantes não estava engajados e motivados, não tinha controle da execução, as atividades eram aleatórias sem seguir o cronograma e a entrega principal não foi concluída".

- **Conflito entre a governança**: O risco de elaborar projeto dentro de uma empresa que possui conflitos de governança pode ocorrer problemas que impedem o projeto de ser implantado.

Os conflitos de governança tiram o foco da empresa para os projetos, podendo atrapalhar nas tomadas de decisão, liberação de verbas e recursos.

Pose-se observar que os projetos sofrem influências da empresa, e quando a empresa é familiar à influência está mais evidente. São fatores levados em conta que implicam no andamento do projeto, principalmente no que diz respeito à cultura organizacional.

- **A cultura de uma empresa familiar** é regida pela hierarquia, onde o mais velho na administração, mesmo obtendo menos cotas, é o mais respeitado. A opinião deste que prevalece.

Segundo opinião especializada do diretor da empresa familiar XYZ, "toda a decisão a ser tomada é discutida entre todos os membros da diretoria, porem o que está há mais tempo na administração da empresa, é o que decide mesmo a opinião sendo contrária dos demais membros, sua decisão é respeitada".

Da mesma forma a implantação de projeto dentro da empresa familiar, se todos os diretores forem apoiadores do projeto e o diretor majoritário não estiver de acordo, o projeto muitas vezes não chega nem ser implantado.

Os funcionários das empresas familiares adaptam-se a cultura estabelecida pela diretoria, respeitando a hierarquia e dificilmente atende as solicitações de um gerente de projetos, por mais que o gerente tenha autonomia para gerenciar o trabalho à equipe não deixa de reportar-se para a diretoria.

A alta administração composta pelos proprietários e/ou diretoria, são os responsáveis

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pelos resultados tanto positivos como negativos. Os desempenhos de todos dependem da linha de frente da empresa, as atitudes e comportamentos dos colaboradores seguem o modo de atuação da alta administração.

A alta administração de uma empresa familiar tem que promover a cultura de confiança e comprometimento, que motive a todos os colaboradores a participarem de forma engajada com os projetos implantados, contribuindo com as atividades e tarefas dos projetos dentro do prazo e de forma eficiente, minimizando os riscos identificados no projeto e garantindo o sucesso na sua conclusão.

A empresa familiar não pode deixar que suas particularidades interferissem no desempenho e competitividade, precisa atentar-se para a implantação de projetos e aderirem a esta prática que capacitará a empresa para estar preparada para as mudanças do mercado, garantindo o crescimento sustentável, e aumentar seus lucros.

CONCLUSÃO

É recomendado para as empresas familiares que pretendem se perpetuar adaptarem para o formato de gestão que utiliza como prática o gerenciamento de projeto.

O método de gerenciamento de projetos permite a empresa uma visão clara e abrangente da real necessidade que a empresa precisa almejar, além de fornecer uma vasta tradução de informações relativa ao que precisa ser implementado e desenvolvido pela empresa.

O gerenciamento de projetos é eficaz como método de administração quando sua implantação é devidamente aplicada, seguindo todas as áreas de conhecimento, proporciona uma solução integrada de gestão método de gestão. Além de fornecer uma boa representação estratégica e a capacidade da empresa de elaborar planos e ações.

Enfim, a empresa utilizando o método de gestão por meio de projetos está preparada para qualquer diversidade e desafios que ocorrerem. Portanto, as empresas de caráter familiar necessitam ampliar o contexto da sua gestão administrativa e aderir à prática de gestão de projetos.

REFERÊNCIAS

COOPER, Dale F.; GREY, Stephen; RAYMOND, Geoffrey; WALKER, Phil. **Project Risk Management Guidelines**: John Wiley & Sons Ltda, 2005.

COSTA, E. A. **Gestão estratégica**: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

NOCÊRA, R. J. **Gerenciamento de Projetos – Teoria e Prática.** Santo André, SP: RJN, 2009.

PMI STANDARDS COMMITTEE. **PMBOK**: a guide to the project management body of knowledge. Newton Square (PA): Project Management Institute, 1996.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O SERVIÇO SOCIAL NA ESCOLA: AS POSSIBILIDADES E OS DESAFIOS: Uma discussão ética

Angelina Martins (Assistente Social do SENAC São José do Rio Preto, mestranda em Serviço Social pela UNESP Campus de Franca. Membro do Grupo de Pesquisa "Mentalidades e Trabalho: do local ao global"; angelinamartins.b@gmail.com).*
Josiani Julião Alves de Oliveira (Professora Doutora da Unesp Campus de Franca. Vice Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Mentalidades e Trabalho: do local ao global"; jjosiani@bol.com.br).

Resumo: De acordo com Piana (2009), os/as assistentes sociais estão ocupando o espaço sócio-ocupacional da escola desde os anos 1906 nos Estados Unidos, quando eram chamados para estabelecer uma ligação entre escola – comunidade – família, para investigar os motivos pelos quais as crianças não compareciam às escolas, as razões da evasão, a falta de aproveitamento e adaptação das crianças ao ambiente escolar. Na América latina o/a profissional deveria, por meio das famílias dos estudantes, criar uma relação entre escola-comunidade. No Brasil, é a partir de 1946 que, no sul do país, o/a assistente social é requisitado/a para atuar nas questões de desenvolvimento do aluno e nos casos ditos problemas sociais; e essa perspectiva conservadora somente começará a ser rompida posteriormente ao Movimento de Reconceituação e hoje buscamos nas ações profissionais intervir criticamente, efetivar o projeto ético-político na busca de outra sociabilidade humana. Atualmente, o ambiente escolar não é um espaço amplamente ocupado, e neste espaço, bem como nos demais, o serviço social tem como objetivo: garantir e efetivar direitos dos sujeitos sociais e atuar nas diversas expressões da questão social que são tocantes no *lócus* de atuação profissional. Para Martins (2007) o/a assistente social deve criar condições objetivas para contribuir com o acesso, permanência e sucesso dos estudantes na educação, e por isso a inserção profissional na escola é um desafio. O/a assistente social é um educador social, que orienta e incide na vida dos sujeitos sociais, deve ser acolhedor, humanizador e contribuir para emancipação e ampliação da cidadania das pessoas que atuamos.

Palavras-chave: educação. serviço social. ética. Senac.

Abstract: According to Piana (2009) the social workers are taking up the occupational partner school space since the early 1906 in the United States when they were called to establish a connection between school - community - family, to investigate the reasons that children do not attended the schools, the reasons for dropout, lack of use and adaptation of children to the school environment. In Latin America the professional should by the families of students create a relationship between school-community. In Brazil it is from 1946 that in the south the social worker is required to act on development issues of the student and where said social problems; and this conservative perspective only begin to be broken later to Reconceptualization Movement and today we seek the professional actions intervene critically effect the ethical-political project in search of another human sociability. Currently, the school environment is not a widely occupied space, and this space as well as in the others, the social service aims to: ensure and actualize the rights of social subjects and act in the different expressions of social issues that are touching on acting locus professional. To Martins (2007) the social worker should create objective conditions to contribute to the access, retention and success of students in education, and so the professional integration in school is a challenge. The social worker is a social educator who directs and focuses on the lives of social subjects, should be warm, humanizing and contribute to empowerment and expansion of citizenship of the people we serve

Keywords: education. social service. ethics. Senac.

INTRODUÇÃO

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Neste artigo temos por objetivo discutir sobre a atuação do/a assistente social na educação, especificamente a inserção do Serviço Social no Senac São Paulo, no intuito de compreender eticamente o processo de trabalho desenvolvido neste lócus, para entender na nossa prática profissional quais são as possibilidades e os desafios de atuação na educação.

Quando nos propomos a realizar uma discussão ética, estamos nos dispondo a analisar o espaço escolar e especificamente a educação por meio de valores, de reflexão, de postura crítica e estamos dispostos a desvelar o real vivido neste lócus ocupacional.

Dessa forma, buscaremos elucidar o surgimento do sistema S, especificamente para entender a constituição do Senac enquanto instituição privada sem fins lucrativos, de interesse público e, então, mostrar o cenário que os/as assistentes sociais estão inseridos.

Os/as assistentes sociais estão fazendo parte do Senac desde o ano 2006, inicialmente com uma prática profissional voltada para o Setor de Bolsas de Estudos das unidades educacionais.

E hoje, os/as profissionais ampliaram o foco de atuação, e desenvolvem também um trabalho de orientação e acompanhamento dos alunos e familiares nas expressões da questão social vivenciadas por eles, que são tocantes no espaço escolar, além disso, os/as assistentes sociais atuam de forma interdisciplinar com a equipe de educadores de todo Senac.

É no cotidiano profissional que surgem as possibilidades e desafios da atuação, e quando falamos disso, estamos falando em relação com o Código de Ética profissional e a Lei de Regulamentação da Profissão, ou seja, queremos entender quais são as possibilidades e os desafios no espaço ocupacional escolar que nos permitem efetivar os princípios éticos e quais as ações teremos que gestar para superar os desafios.

DESENVOLVIMENTO O SISTEMA S

O sistema S surgiu no Brasil a partir da década de 1940, "[...] em virtude da necessidade de expansão da indústria nacional, no contexto das políticas socioeconômicas de desenvolvimento da era Vargas" (MANFREDI, 2002, p. 180).

> O contexto da época, início do século, a incipiente organização fabril e o manejo de uma tecnologia menos sofisticada não exigiam grande domínio técnico por grande parte dos trabalhadores; sendo assim, acreditamos que a velha tradição do aprender no "chão de fábrica", com os companheiros de trabalho, fosse a prática mais corriqueira da educação. Contudo, à medida que demandas técnicas foram se tornando mais prementes, as organizações de trabalhadores também passaram a se preocupar com o oferecimento de práticas de formação mais sistemáticas. (MAFREDI, 2002, p.92).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Para sanar a necessidade de mercado e contribuir com o objetivo de desenvolver o país, o Sistema S foi criado sendo composto pelo: **Senai** – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, 1942; **Sesi** – Serviço Social da Indústria, 1946; **Sesc** – Serviço Social do Comércio, 1946; **Senac** – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, 1946; **Sest** – Serviço Social do transportes, 1993; **Senat** – Serviço Nacional de Aprendizagem no Transportes, 1993; **Senar** – Serviço Nacional de Aprendizagem Agrícola, 1976; **Sebrae** – Serviço Brasileiro de Apoio a pequena e média empresa, 1990; **Sescoop** – Serviço Social das Cooperativas de Prestação de Serviços, 1999.

Este sistema S hoje é ocupado por profissionais provenientes das áreas técnicas, sociais, artísticas, educacionais e de saúde, com formações diversificadas para atendimento ao público.

A partir de 1964 com a ditadura instaurada no país houve maiores investimentos no Sistema S, devido à necessidade de profissionalização das massas para o mercado de trabalho e desenvolvimentos do país, foi assim que houve apoio ao PIMPO – Programa Intensivo de Formação de mão de obra, que destinou recursos de incentivo para realização de educação profissional no Brasil que profissionalizasse as massas para formação de mão de obra para o mercado.

> É importante salientar que essa ideia de profissionalização universal e compulsória ocorreu em um momento em que o país objetivava participar da economia internacional e, neste sentido, delegou (entre outras coisas) ao sistema educacional a atribuição de preparar os recursos humanos para absorção pelo mercado de trabalho. (MAFREDI, 2002, p.105)

A primeira instituição criada do Sistema S foi o Senai em 1942, posteriormente o Sesi em 1946. Ambas voltadas para o setor industrial, destinadas aos trabalhadores e aos familiares.

O Senac foi criado em 1946, a partir de decretos-leis 8.621e 8.622 baixados pelo presidente Dutra, em que autorizou a

> Confederação Nacional do Comércio a instalar e a administrar, em todo país, escolas de aprendizagem comercial para trabalhadores menores entre 14 e 18 anos, bem como cursos de continuação e de especialização para comerciários adultos, e fazia determinações sobre aprendizagem dos comerciários, estabelecendo os deveres dos empregadores e dos trabalhadores. (MAFREDI, 2002, p. 185)

Hoje o Senac conta com mais de 60 unidades distribuídas no estado de São Paulo, um centro universitário e dois hotéis-escola, tendo a missão de " *[...] proporcionar o desenvolvimento de pessoas, por meio de ações educacionais que estimulem o exercício da cidadania e a atuação profissional transformadora e empreendedora, de*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

forma a contribuir para o bem-estar da sociedade." (Informação online Senac São Paulo)

De acordo com Manfredi (2002, p. 102-103) a partir dos anos 1940 tivemos no Brasil concepções e práticas escolares dualistas, por um lado a formação acadêmico-generalista, em que os alunos adquiriam conhecimentos que se ampliavam por meio dos estudos e, por outro lado, a educação profissional, em que o aluno tinha informações para dominar seu ofício, sem ter aprofundamento teórico, científico e humanístico.

Atualmente, esta dualidade vem sendo questionada e rompida, e trabalha-se com o aluno de cursos técnicos, livres, capacitações, o aprofundamento teórico, científico e humanístico, bem como leva reflexões aos estudantes para que se desvele o real vivido, a sociedade e as suas contradições.

> Tais considerações levam-nos a ter muito mais cautela para afirmar que Senai, Sesi, Senac e Sesc constituem, hoje, simplesmente aparatos ideológicos a serviço do empresariado. São, como todos os outros sistemas educativos, palco de contradições, de tensões e de lutas internas, em que diferentes visões de mundo, de sociedade e de educação se defrontam. (MANFREDI, 2002, p. 188)

É exatamente neste cenário que contém contradições que os/as assistentes sociais estão atuando, na perspectiva de atender as funções estabelecidas pela instituição e ir além, tendo a direcionalidade de buscar outra sociedade humana por meio de suas ações de suscitar a reflexão e mobilizar os estudantes e familiares com quem atua.

A INSERÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NO SENAC SÃO PAULO

No ano de 2006, o Senac São Paulo aprovou a Política de Concessão de Bolsas de Estudo, parciais e integrais nos cursos ofertados pelas suas unidades. No dia 09 de janeiro de 2006, foi publicada a instrução da direção regional, que decidiu:

> Aprovar a Política Senac de Concessão de Bolsas de Estudos, que estabelece as normas, condições e quantidades de bolsas, integrais e parciais, a serem oferecidas pela rede de unidades nas diversas modalidades da programação, os critérios corporativos para análise do perfil dos solicitantes, a documentação necessária para que o candidato participe do processo de avaliação e as orientações para a constituição de Comissões de Bolsas locais, com definição de seu papel e responsabilidades. (Clairton Martins – Diretor Regional Substituto, 2006).

De acordo com a mesma instrução a Política Senac de Concessão de Bolsas de Estudo foi criada considerando:

> O contexto sócio-econômico, que tem gerado dificuldades para que alguns segmentos com poucos recursos financeiros tenham acesso aos programas oferecidos pela Instituição;

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> O compromisso do Senac São Paulo de desenvolver pessoas para a sociedade do conhecimento, no contexto das necessidades econômica, social e tecnológica do país;
> A possibilidade de ampliar ações no âmbito do cumprimento da diretriz de Responsabilidade Social no Senac de São Paulo, no sentido de contribuir com o esforço nacional de melhoria da qualificação profissional da população para enfrentar o mercado competitivo. (Clairton Martins – Diretor Regional Substituto, 2006).

Portanto, a partir desta Política os/as assistentes sociais foram chamados a atuar na concessão das bolsas de estudos, realizando estudos socioeconômicos com aquelas pessoas que demonstravam interesse em realizar os cursos no Senac. Dessa forma, em cada unidade do Senac São Paulo foi contratado um/a profissional de Serviço Social para ser o/a responsável pela Comissão de Bolsas das Unidades.

A partir de julho de 2008 o Senac se comprometeu a retornar à população, por meio de serviços educacionais gratuitos, a verba compulsória que é recolhida pelo setor comerciário e repassada à instituição pelo governo federal.

Portanto, firmou um acordo com o Governo Federal, por meio dos Ministérios da Educação, do Trabalho e Emprego, e da Fazenda, que resultou no Decreto nº 6.633/08, em que o Senac assumiu o compromisso de ampliar o atendimento gratuito à população brasileira.

Ou seja, a devolutiva a população acontece a partir de 2008 com o Programa Senac de Gratuidade (PSG) que visa oferecer ações educacionais com custo zero à população brasileira de baixa renda.

A **gratuidade** é definida como o oferecimento de ações de educação profissional, com custo zero para os alunos, realizadas com recursos advindos da receita compulsória[42] do Senac.

A partir de 2009, o PSG tornou-se um dos capítulos mais importantes de toda a trajetória institucional e o Senac comprometeu-se a alocar, uma parcela de seus recursos líquidos oriundos da contribuição compulsória à oferta de vagas gratuitas em cursos de Formação Inicial e Continuada e de Educação Profissional Técnica de Nível Médio.

Em 2009, primeiro ano de implantação do PSG, o percentual de recursos destinados foi de 20%. Nos anos seguintes, um aumento gradual: 2010 (25%), 2011 (35%), 2012 (45%), 2013 (55%) e 2014 (66,67%).[43]

O PSG destina-se a pessoas de baixa renda, cuja renda familiar mensal *per capita* não ultrapasse 2 salários mínimos federais, na condição de alunos matriculados ou egressos da educação básica e trabalhadores empregados ou desempregados.

---

[42] Receita compulsória é o valor que é repassado ao Senac pelo governo, devido aos impostos que são pagos pelo setor comerciário que deverá ser destinada ao Sesc e Senac para desenvolvimento de suas atividades

[43] Programa Senac de Gratuidade– Diretrizes. Disponível em: <http://www.senac.br/media/33494/dirpsgv5a.pdf>. Acesso em 24 jul 2014

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A renda familiar mensal *per capita* é calculada somando-se a renda bruta dos componentes do grupo familiar e dividindo-se pelo número de pessoas que formam esse grupo familiar. Se o resultado for até 2 salários mínimos federais, o candidato poderá concorrer a uma vaga no PSG. Entende- se como grupo familiar, além do próprio candidato, o conjunto de pessoas residindo na mesma moradia que o candidato que, cumulativamente, usufruam da renda bruta mensal familiar e tenham com o candidato algum dos seguintes graus de parentesco: pai, padrasto, mãe, madrasta, cônjuge, companheiro(a), filho(a),enteado(a), irmão(ã) ou avô(ó).

As inscrições para o processo de bolsas de estudos acontecem via internet[44], sessenta dias de início do curso, a partir das nove horas da manhã e a concessão da bolsa obedece a uma ordem temporal das inscrições.

Não é necessária a comprovação da renda, as pessoas que são contempladas com a bolsa assinam um Termo de Compromisso em que atestam verdadeira a declaração de renda que realizaram no ato da inscrição e matrícula.

Portanto, o/a assistente social neste cenário é responsável pelo processo de Bolsa de Estudo e centraliza as responsabilidades inerentes ao PSG, compõe o setor técnico da unidade formado por: Técnicos (análogos aos coordenadores educacionais das escolas municipais e estaduais), Supervisor Educacional, Apoio Técnico, Representante da Comunicação , Atendimento Corporativo e Assistente social. Neste setor é onde compartilha seus conhecimentos, e estabelece as parcerias necessárias para o desenvolvimento do trabalho conjunto.

POSSIBILIDADES E DESAFIOS DO SERVIÇO SOCIAL NA EDUCAÇÃO

As possibilidades e os desafios na educação caminham lado a lado na prática profissional, pois os desafios poderão se transformar em frentes de trabalho e possibilidades de atuação, são eles que movem o/a profissional a buscar o novo, a ter criatividade, a ter posicionamentos e instigar a mudança de mentalidades nos sujeitos sociais.

Pois, a escola é o lugar onde os alunos passam as etapas de suas vidas, tendo a função de formar os indivíduos e neste sentido é importante que seja refletido que formação é desejada para aquele/a aluna? Para então, construir caminhos para alcançar o objetivo.

> A escola é uma das instituições mais presentes no cotidiano dos indivíduos e da comunidade; ela tem a tarefa de preparar membros "jovens" para sua inserção futura na sociedade e para o desempenho de funções que possibilitem a continuidade da vida social. Ela desempenha um papel importante na formação do indivíduo e do futuro cidadão. (PIANA, 2002, p. 157).

[44] Somente existe exceção se uma pessoa estiver pleiteando bolsa de estudo e não for incluída digitalmente ou tiver alguma deficiência que a impeça de solicitar

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

De acordo com Piana (2009) os/as assistentes sociais estão ocupando o espaço sócio ocupacional da escola desde os anos 1906 nos Estados Unidos, quando eram chamados para estabelecer uma ligação entre escola – comunidade – família, para investigar os motivos que as crianças não compareciam nas escolas, as razões da evasão, a falta de aproveitamento e adaptação das crianças ao ambiente escolar. Na América latina o/a profissional deveria por meio das famílias dos estudantes criar uma relação entre escola- comunidade.

Portanto, a educação não é um campo recente de trabalho para os profissionais de Serviço Social, o que se evidencia nos últimos anos é uma crescente discussão do tema, como forma de ampliar esta atuação, de se discutir leis voltadas para a inserção do/a assistente social nas escolas e como forma de sistematizar e ampliar o debate desta prática profissional.

De acordo com Piana, 2009, p. 125

> A educação não é um campo de trabalho novo para o Serviço Social, como é conhecido, mas, nos últimos anos, percebe-se um crescente interesse dos assistentes sociais por esta área, em seu aspecto teórico-metodológico, como objeto de pesquisa e como campo interventivo, sobretudo na esfera pública, por meio de muitas contratações desse profissional para integrar a equipe profissional da educação nas escolas, em assessorias e consultorias no âmbito da política educacional estadual e nacional.

No Brasil, é a partir de 1946 que os estados de Pernambuco e Rio Grande do Sul requisitaram o/a assistente social para atuar nas questões de desenvolvimento do aluno e para compor as equipes multidisciplinares, atuando nos problemas de aprendizagem, atendia as dificuldades individuais e familiares, que eram tidas como problemas sociais, o que revela a perspectiva conservadora da profissão na época.

A partir da intenção de ruptura, movimento de Reconceituação, o/a assistente social se aproxima de uma atuação crítica e a categoria profissional hegemonicamente adota uma direção social na busca de outra sociabilidade humana, em que haja transformação de valores (em que a liberdade seja o valor ético central, e a ela estejam ligadas a emancipação e a cidadania) e o sujeito social seja visto e respeitado em sua integridade e dignidade humana.

Durante este período de transição os/as assistentes sociais alteraram sua atuação no espaço escolar de acordo com as mudanças históricas pelas quais o país passava e que faziam surgir diversas expressões da questão social que são reflexos da contradição inerente ao capitalismo, entre capital e trabalho.

Dessa forma,

> À categoria profissional do Serviço Social, fica o desafio de preparar profissionais aptos para lidar com as contradições do presente apresentadas pela ordem neoliberal e pelo neoconservadorismo no conhecimento, e o compromisso com a qualidade na formação que, consequentemente, perpassa todo o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> trabalho profissional evitando que o Serviço Social fique burocrático, tecnicista, mercantil e "sem vida".
> Tal desafio para os assistentes sociais é, portanto, a busca de um posicionamento ético e político que se insurja contra os processos de alienação vinculados à lógica capitalista, impulsionando-os a trabalhar na busca de romper com a dependência, a subordinação, a despolitização, e assim poder manter vivas as forças sociais motivadoras da esperança de uma nova sociedade e da capacidade de luta no cenário social e profissional. (PIANA, 2009, p. 117).

Sendo assim, o/a assistente social no espaço escolar vivencia as contradições inerentes ao sistema capitalista, e as expressões da questão social que são latentes neste contexto tais como violência, dificuldades socioeconômicas, evasão escolar, questões de indisciplina, de valores, uso de substâncias psicoativas, gravidez na adolescência, entre outras.

Dessa forma, na educação o

> [...] Serviço Social busca construir um perfil profissional na política educacional, conquistando espaços, protagonizando ações que possibilitem intervenções profissionais criativas, propositivas, estratégicas, ousadas, destemidas e comprometidas com a transformação social. (PIANA, 2009, p. 142)

Por isso a necessidade do/a profissional estar preparado para investigar e intervir no real, valendo-se da categoria mediação que nos proporciona ir além das aparências do real vivido por cada individuo, entendendo as particularidades, singularidades e totalidades de cada situação atendida. E ter uma fundamentação teórico-metodológica, ético-política, que revela nossos posicionamentos frente à sociedade e técnico-operativa, em que executamos os conhecimentos e posicionamentos no cotidiano profissional.

Especificamente na educação os/as assistentes sociais possuem um perfil de educadores, por meio de uma prática pedagógica com os sujeitos sociais que estão nas escolas. Para garantir direitos, suscitar reflexões que levam ao aluno desmitificar o real, e assim possibilite mudanças de mentalidades, como estratégias para a transformação social.

> A educação, acima de tudo, deve ser compreendida como experiência de mudanças e como fonte de transformação das mentalidades, das relações sociais, dos regimes sociais e da superação das lutas por "interesses", mas por causas libertadoras. (PIANA, 2002, p. 159)

Neste sentido, o serviço social tem como objetivo: garantir e efetivar direitos dos sujeitos sociais e atuar nas diversas expressões da questão social que são tocantes no *lócus* de atuação profissional. Para Martins (2007) o/a assistente social deve criar condições objetivas para contribuir com o acesso, permanência e sucesso dos estudantes na educação, e por isso a inserção profissional na escola é um desafio.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ou seja, o/a assistente social é provocado/a a crias estratégias que tenham direcionamento definido para que os sujeitos sociais ingressem na escola, permaneçam nela, os auxiliando nas dificuldades encontradas pelo caminho percorrido na escola, bem como orientando, encaminhando e acompanhando os familiares, e tendo o objetivo que aqueles que estão no espaço escolar tenham sucesso, no sentido de despertar a crítica, o olhar desvelador do aluno frente a realidade vivida, de apoderar estes sujeitos com autonomia e cidadania. O sucesso será alcançado se o aluno conseguir entender as contradições que vive, se mudar sua forma de estar no mundo e se reconhecer como sujeito ético e entender que a união no sujeito coletivo pode permitir a emersão de novas mentalidades e outra sociedade.

O/a assistente social é um educador social, que orienta e incide na vida dos sujeitos sociais, dev3e ser acolhedor, humanizador e contribuir para ampliação da cidadania das pessoas que atuamos. No Senac, especificamente, estão definidas as seguintes atribuições ao/a assistente social: Garantir o respeito aos critérios estabelecidos na Política, a clareza das informações e a transparência do processo; Apresentar as regras da Política de Bolsas em palestras informativas ; Receber, analisar e imprimir os documentos enviados eletronicamente pelos candidatos; Fazer a aprovação das bolsas no Sistema de Triagem de Bolsa (STB) e zelar para que todos os documentos obrigatórios sejam assinados pelos bolsistas; Monitorar o processo realizado pelas equipes de atendimento, se colocando à disposição para esclarecer dúvidas ;Realizar visitas domiciliares; Receber, analisar, visitar aluno, indicar o percentual de desconto e encaminhar ao gerente solicitação de bolsa de mudança de situação sociofinanceira para aprovação do Direg (Diretoria Regional); Realizar o correto registro no STB das bolsas para matrículas suplementares, bem como a aprovação e migração da reserva para o Sistema de Atendimento ao Cliente (SAC); Contribuir com a formulação de respostas a Canais Abertos quando sobre a Política de Bolsas; Receber os documentos que justifiquem a suspensão da carência para alunos reprovados por falta e ou evadidos, encaminhando à Secretaria o documento comprobatório para arquivamento e realizando o registro no STB; Identificar e registrar os casos de sucesso; Entregar o kit material juntamente com o coordenador de área e garantir assinatura do documento do termo de responsabilidade quando for o caso; Atender alunos pagantes e bolsistas com problemas sociais (violência, drogas etc.) e encaminhá-los para os órgãos competentes (CRAS, Conselho Tutelar, Delegacia da Mulher, etc.); Acompanhar o cumprimento da meta de gratuidade global em conjunto com os técnicos responsáveis pela oferta na unidade.

Além destas atribuições também atuamos por meio daquelas atribuições e competências explícitas em nossa Lei de Regulamentação 8.662/93, em que orientamos os sujeitos sociais, elaboramos e executamos pesquisas, projetos e planos, que respondem as demandas que são latentes ao cotidiano profissional, tendo a direção social

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

explicita no Código de Ética profissional como norte de atuação profissional.

CONCLUSÃO

O Serviço Social Escolar vem sendo cada vez mais debatido na categoria profissional, uma das principais possibilidades e desafios é ampliar o número de escolas que contratam assistentes sociais para compor a equipe profissional. Bem como, temos o desafio de fazer com que a comunidade escolar entenda que o/a assistente social que ocupa este espaço ocupacional precisa conhecer profundamente a legislação pedagógica, o que permite ao/a profissional interferir como educador na vida dos alunos.

A educação tem grande influencia no modo de ser e de agir dos alunos, por isso, a importância de que ela seja realizada com qualidade, com crítica, com desvelamento do real, e traga a eles uma perspectiva de transformação social, onde juntos podem gestar outra sociedade com valores que respeitem o ser humano em sua essência.

Por isso, atualmente, no Senac se entende que todos somos educadores e que é preciso que o aluno amplie seus horizontes, que sua história de vida seja o ponto de partida das aulas, e que a transformação do homem e do mundo seja o ponto de chegada.

Enfim, é neste sentido que o/a assistente social tem o compromisso e o desafio de efetivar seus princípios éticos (liberdade, autonomia, compromisso com a qualidade dos serviços prestados, orientação, etc.) em cada atendimento, estudo socioeconômico, visita domiciliar, e orientação que realiza.

REFERÊNCIAS

ABREU, Marina Maciel. **Serviço Social e a organização da cultura: perfis pedagógicos da prática profissional**. São Paulo: Cortez, 2002.

MARTINS, Eliana Bolorino Canteiro. **O PERFIL DOS ASSISTENTES SOCIAIS QUE ATUAM NO ÂMBITO DA EDUCAÇÃO MUNICIPAL DO ESTADO DE SÃO PAULO.** Serviço Social &
Realidade, Franca, v. 19, n. 1, p. 295-320, 2010.

_____. **Educação e Serviço Social: elo para construção da cidadania.** Tese de Doutorado. Pontifícia Unidade Católica – PUC São Paulo, 2007.

MANFREDI, Silvia Maria. **Educação Profissional no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.

PIANA, Maria Cristina**. A construção do perfil do assistente social no cenário educacional.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

PIANA, Maria Cristina. **SERVIÇO SOCIAL E EDUCAÇÃO: OLHARES QUE SE ENTRECRUZAM**. Serviço Social & Realidade, Franca, v. 18, n. 2, 182 p. 182-206, 2009

RODRIGUES, Zuleide Blanco. **Os quatro pilares de uma educação para o século XXI e suas implicações na prática pedagógica. Disponível em** <http://www.educacional.com.br/articulistas/outrosEducacao_artigo.asp? artigo=artigo0056> Acesso em 27 jul 2014.

Senac São Paulo. Programa Senac de Gratuidade. **Diretrizes.** Disponível em <http://www.senac.br/media/33494/dirpsgv5a.pdf>. Acesso em 24 jul 2014.

Senac São Paulo. **Conheça o Senac**. Disponível em < http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=a724.htm&testeira=457> Acesso em 27 jul 2014

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O VALOR DA MODA FINAL

Edilza Cavalcante; edilza@pampili.com.br
Válter Luís de Paula; provalterluis@yahoo.com.br *

Resumo

Li Edelkoort, em seu manifesto *"ANTI_FASHION"* (2015), faz-nos refletir acerca da ausência que a moda contemporânea desencadeará em consequência a rede desenfreada da moda rápida e efêmera, o *fast fashion*. Bem como, põe- nos a pensar sobre a desmedida exploração da mão de obra escrava, o ritmo produtivo eloquente, o descarte e a poluição do meio ambiente por meio de produtos tóxicos. Embasado neste pensamento, apresentamos e confrontamos o moderno comportamento das empresas, as quais não apenas realizam trocas de produtos, mas também, trocas por experiências simbólicas e emocionais, motivando psicologicamente o cliente a experimentar, gerir processos, coordenar ações, projetar valores e contentá-lo numa vida plena de sentido e significado. Permitindo-o compartilhar o seu experimento ou guardá-lo para si.
Palavras-chave: Fast. Fashion. Futuro. Experiência. Autoral

Abstract

Li Edelkoort in his manifesto "ANTI_FASHION" (2015) makes us reflect on the absence that contemporary fashion trigger due to uncontrolled network quickly and ephemeral fashion, *The fast fashion*. And puts us to think about the rampant exploitation of slave labor, the eloquent productive rhythm and disposal and environmental pollution through toxic products. Based upon this thought, present and confront the modern corporate behavior, which not only perform product exchanges but also exchanges for symbolic and emotional experiences, psychologically motivating customer experience, manage processes, coordinate actions, design values and contentment it a life full of meaning and significance. Allowing you to share your experiment or save it for you.
Keywords: Fast. Fashion. Future. Experience. Authorial

INTRODUÇÃO

O instrumento de pesquisa para a escrita deste artigo é a significativa reflexão da *trendhunter* (pesquisadora de tendências) holandesa Li Edelkoort, que foi indicada pela revista *Time,* como uma das pessoas mais respeitadas do mundo da moda, declarando que a Alta Costura e a profissão de *couturier* retornará magistralmente a ocupar a ausência que a moda contemporânea desencadeou em consequência da rede desenfreada da moda rápida e efêmera, o *fast fashion*. Bem como, a desmedida exploração da mão de obra escrava, o ritmo produtivo eloquente, o descarte e a poluição do meio ambiente por meio de produtos tóxicos. Edelkoort em seu manifesto *"ANTI_FASHION"* (2015), postado pela Caras Design Home, indaga este fenômeno que vale a pena ser conferido na integra no Anexo A.

OBJETIVO

Experimentar do pensamento de Li Edelkoort em seu "Manifesto Anti- fashion" de que a moda, como a conhecemos hoje, está obsoleta.

O cenário contemporâneo mescla discursos de supervalorização da identidade, da

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

personalização das diferenças e da opinião própria. Conceitos amplamente fortalecidos pela comunicação digital, por meio de redes sociais que promovem o compartilhamento de opiniões, críticas e visões.

Paradoxalmente, no âmbito da moda, observamos um movimento de homogeneidade, de uma redução de valor da exclusividade, da originalidade do cunho autoral para uma visão utilitária, levando a observar nas ruas aquilo que são os símbolos de uma personalização em massa.

Recursos até então preciosos como o tempo, a criatividade e a maestria – o saber fazer do artesão – são escassos e relegados à condição de obsoletos, em detrimento do custo, fator decisivo dessa realidade.

O imediatismo, o consumismo e a aceitação de produtos similares aos originais (genéricos) pela grande massa de consumidores ávidos por oportunidades, são comportamentos que alimentam um mercado pulsante, focado em grandes volumes, que vence as barreiras da distribuição global.

A massificação e o *Fast Fashion* são movimentos que reforçam e retroalimentam o valor da moda rápida e descartável. Fatores que potencializam na indústria têxtil a manufatura de baixo custo e a busca por elevados níveis de produtividade e, consequentemente, o declínio da mão de obra artesanal qualificada. Grandes e poderosos varejistas, representantes desse modelo, reproduzem o que as redes sociais e seus milhares de porta vozes do mundo da moda elegem em seus radares fashion. Sempre ávidos à caça de tendências e dos últimos lançamentos, desempenhando o papel de democratizar a moda.

A partir desse cenário, o formato da moda original, autoral e exclusiva, seus conceitos e valores parecem enfraquecidos, e um tanto distantes das expectativas e valores de um novo consumidor.

Onde está o indivíduo apaixonado pela moda? Que enamora a peça adquirida? Cultua-a em seu corpo? Flerta com seus detalhes e a transfere para vestir sua identidade?

No Brasil, a paixão pelos produtos e, muitas vezes, por marcas que elevam o prestígio, supera a cultura de valorizar o que é exclusivo e sob medida, a nobreza dos materiais e a maestria de um modelista apaixonado.

O que será da moda no futuro, afinal? Se não há futuro para ela, como a conhecemos, como será a moda que atrai, motiva, recria seu valor?

DESENVOLVIMENTO

"A moda se constitui como um dos padrões mais seguros para medir as motivações psicológicas, psicanalíticas e socioeconômicas da humanidade." - (DORFLES, 1979). Na dinâmica da sociedade, a moda influencia e revela a maneira como as pessoas se comportam e o modo como elas se apresentam socialmente. Ao mesmo tempo, proporciona a inclusão e/ou a exclusão de pessoas e de grupos do seu

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

contexto social. A sua dinâmica tem uma característica natural de classificar, de selecionar e de diferenciar pessoas na busca da exclusividade e do "novo", e quando o novo cai no domínio público tem início outro ciclo, isso mostra que estar na moda não necessariamente é estar igual (estatisticamente falando) porque a massificação representa a banalização do produto e consequentemente a "não-moda". A massificação da moda tomou uma dimensão ainda maior com a introdução da mídia, principalmente, TV, revistas e jornais com editoriais de moda. Seu conceito se dá por meio do *design* aplicado ao vestuário, aos tecidos, aos objetos imobiliários e a indústria automobilística, dentre outras.

E quanto ao movimento *Fast Fashion* é uma ameaça para o futuro do design de moda?

Inspirados nas grandes marcas lançadoras de moda, os grandes varejistas multiplicam criações com grande agilidade. Oferecem alternativas de produtos de menor custo atualizados com as tendências mundiais de matérias- primas, cartela de cores, modelagens e estruturas. A partir de um discurso de democratização da moda, por torná-la acessível à grande massa enquanto minimiza investimentos em criação, despreza a originalidade, explora mão de obra barata de países de economia fraca e impulsionam a produção de baixo custo e alta escala. Esse movimento crescente eleva o valor do tempo por exigir altos níveis de produtividade. Incentiva o desenvolvimento de automação industrial, inviabiliza a mão de obra artesanal e eleva a padronização. Grandes redes globais de moda como Hennes & Mauritz, Inditex e Marks & Spencer vivem processos de expansão, ampliando exponencialmente sua cadeia de distribuição no varejo físico e *online*, com crescente aceitação e participação no mercado de moda mundial. No Brasil, muitos desses negócios de moda com apelo de baixo preço, encontram dificuldades para manterem seu posicionamento devido ao alto custo de impostos e logística, já que em seu modelo de negócio seguem a estratégia de linhas de produtos que mudam regularmente, precisam de reduzidos tempos de entrega para assegurar um fornecimento estável de novas peças para sustentar uma oferta contínua de novos estilos. Porém há casos de sucesso na tentativa de conquistar o consumidor brasileiro com preços muito baixos, como a Forever21. Que chega ao país superando expectativas de vendas, sustentando sua estratégia para concorrer com varejistas brasileiras e planeja ter seis lojas no país até o final de 2015. Os espaços físicos dessas redes são criteriosamente estudados e desenvolvidos para oferecer ambientes que promovem a melhor experiência de compra. O foco e entendimento de seu público refletem inteligentes estratégias de visual merchandising que elevam o desejo e a satisfação com a compra. São diferenciais que se somam aos preços atrativos.

A moda autoral, portanto, encontra-se frente a grandes desafios de inovação, qualidade e percepção de valor diante desse cenário. Já que as redes de moda *Fast*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fashion desenvolvem um trabalho competente, não apenas com relação ao preço, mas por oferecer diferenciais reconhecidos e valorizados pelo consumidor, tais como moda, ambiente atrativo e boa experiência de compra.

Para instigar e contrapor o pensamento de Li Edelkoort, na Carta Aberta à Sociedade Brasileira (novembro/ 2014), o Diretor Geral do IED Brasil Victor Falasca Megido enfatiza conceitos visionários da instituição sobre o *design* e o papel do *designer*, gerando um movimento de formação que se contrapõe a um formato estritamente comercial e utilitária sobre a moda. Afirma Falasca com impacto das Escolas e sua visão na formação de uma nova geração de profissionais de moda: "Deve-se permitir ao aluno que vivencie a autoria e a cocriação, a singularidade e a diversidade, a subjetividade e a alteridade, a aquisição e a partilha, o industrial e o artesanal, o global e o local". Porém, o *design* não pode ser indiferente à esfera do consumo, na qual nasceu. No entanto, cada vez mais a extrapola e se ocupa de ideias e projetos que contemplam outras dimensões humanas. O Design combina aspectos técnicos, experienciais, estéticos e éticos em seu âmbito, projetando-se para muito além de uma mera relação utilitária. Seu conceito de usabilidade, demanda o domínio de várias disciplinas para o seu desenvolvimento. A compreensão interdisciplinar e, ao mesmo tempo, integral que o termo exige só faz sentido a partir "da investigação das relações entre as pessoas" e "da relação entre as pessoas e os ambientes que habitam as relações das pessoas com as coisas", investigando usos, funções e, também, significações. Há uma dimensão simbólica inegável em tudo o que vemos. O Design, por sua natureza, se insere num pensamento humanista, tomando aqui humanismo em seu sentido mais amplo. Dialoga constantemente com a Antropologia Contemporânea. O ser humano está no centro de qualquer concepção de *Design*, no sentido de que tudo aquilo que é projetado se concebe para seu uso e apreciação, seja um produto, um serviço, um ambiente ou uma abordagem metodológica. As relações com o mundo material se dão para além do caráter utilitário projetando-se no campo simbólico da riqueza e das necessidades, desejos e sonhos humanos. O IED educa seus alunos a partir dessa visão ampla comprometida com o ser humano. "A razão de existir do Design e a razão de ser do designer, é melhorar a vida das pessoas". (Victor Falasca Megido)

Para investigar o consumidor contemporâneo, bem como suas motivações, consideramos o perfil da Geração Y, ou *Millennials*, que compreende pessoas nascidas entre 1.980 e 1.995. Essa geração representa a grande força de consumo atual e influencia a nova geração. Dada a sua importância no cenário contemporâneo, consideramos importante incluir nesse artigo, um olhar sobre as atitudes desse consumidor e seus valores, a partir de um amplo estudo denominado – *Millennials* – Research 8095 - 2.0 – que incluiu 4 mil entrevistas em 11 países, inclusive o Brasil, realizado em 2014 pela agência de comunicação Edelman.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Aspectos que devemos ressaltar em indivíduos entre 18 e 33 anos:

- ✓ Procuram marcas que combinem com seus valores fundamentais de qualidade, orçamento e originalidade.
- ✓ Estão deixando casamento, filhos e aquisição da casa própria para mais tarde em relação a qualquer outra geração.
- ✓ Como uma das gerações mais politizadas, priorizam marcas, empresas com valores éticos e mensagens sociais positivas coerentes com a prática.
- ✓ Essa geração se expressa, compartilha e se conecta com o mundo por meio da internet.
- ✓ Exigem responsabilidade compartilhada, se importam menos com as finanças e colocam a criatividade e a realização pessoal num patamar acima que qualquer geração anterior.
- ✓ Quanto à escolha de marcas, suas preocupações implícitas se baseiam em qualidade e política de transparência, ao contrário de inflar a própria imagem.
- ✓ A recessão global, que foi o cenário de sua fase de crescimento dessa geração influenciou sua atitude em relação às finanças, com um comportamento mais modesto de gasto.
- ✓ Com acesso a viagens mais baratas e condições de trabalho mais flexíveis, são considerados a geração nômade, que almeja viver experiências autênticas e originais, bem como culturais.
- ✓ Valorizam marcas que reconhecem sua individualidade e não segmenta padrões de comportamento. Valorizam a diversidade.
- ✓ Conectados, influentes e críticos. São criteriosos nas decisões.
- ✓ Prezam por relações de confiança e tem consciência de seu poder de influência.
- ✓ É a primeira geração a ser formada por nativos digitais.
- ✓ Defendem e se predispõem a promover mobilizações tanto em redes sociais quanto nas ruas, em virtude do que acreditam.
- ✓ Destacam-se por ajudar a diluir as segmentações de mercado mais tradicionais, oferecendo e exigindo novas possibilidades.
- ✓ As marcas são consideradas como pontos de encontro e funcionam como verdadeiras redes sociais, onde trocam informações e realizam desejos, muito além de uma categoria ou identificador de portfólio.
- ✓ Demandam uma relação de amor e confiança com as marcas e campanhas mais interativas e não convencionais, com as quais querem colaborar e influenciar. A compra de um produto deve ser a consequência de um relacionamento afetivo.
- ✓ Decidem por si e interferem nas decisões dos outros.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

- ✓ Querem que as marcas ofereçam bons produtos, que ajudem a melhorar sua vida e o mundo. Tem consciência de interdependência e do valor do bem comum.
- ✓ São leais e defendem as marcas que confiam e admiram, mas preservam da liberdade de experimentar sempre novas marcas.
- ✓ Acessibilidade é algo que as marcas precisam oferecer, além de vender produtos é preciso facilitar o acesso a eles.

Observando o perfil que define e influencia a força de consumo tornamos claro e essencial um olhar diferente para as marcas e produtos. Os valores são outros, mais pautados em responsabilidade e confiança e as motivações de compra vêm muito mais das relações e vínculos do que de campanhas publicitárias. Os novos anseios são mais o viver do que o parecer, mais o ser do que o ter.

No livro, Marketing 3.0 (2010) de Phillip Kotler, considerado a maior autoridade mundial no assunto, o autor apresenta uma nova era do *marketing*: A Era da Experiência, a qual considera que a motivação do consumidor vai para patamares muito além do produto e do serviço, caminha para a experiência, a autorrealização que atinjam o coração, a mente e o espírito. Reflete o pensamento de *Marketing* nas mudanças da sociedade, suas alterações, competitividade, recursos tecnológicos, ceticismo do consumidor, discussões ambientais e sustentabilidade. Toda esta manifestação numa rede instável, com crises financeiras dentre economias tradicionais, focando o olhar empresarial e mundial para os mercados emergentes, com seu grande potencial de consumo e desenvolvimento. Philip Kotler contou com dois coautores indonésios: Iwan Setiawan e Herman Kartajaya. Combinaram Oriente e Ocidente na expectativa de convergir uma visão integradora dos pensamentos, a fim de como atuar estrategicamente no cenário atual. Considerando que o moderno comportamento das empresas, as quais não apenas realizam trocas de produtos, mas também, trocas por experiências simbólicas e emocionais, motiva psicologicamente o cliente ao experimentar, gerir processos, coordenar ações, projetar valores e contentá-lo numa vida plena de sentido e significado. Permitindo-o compartilhar o seu experimento ou guardá-lo para si.

É apresentado pelos autores, utilizando uma empresa como pano de fundo, três níveis na evolução da filosofia de Marketing: 1.0: Industrial de natureza tática - Com foco nos produtos e nas vendas; 2.0: Informativa de natureza estratégica - Focado no cliente e no seu contentamento; 3.0: Valores - Transmutar o mundo em melhorias. Referenciando a estes três tópicos, a nova fase do Marketing 3.0, apresenta uma abordagem colaborativa, alicerçada culturalmente e com os olhos para o que transcende espiritualmente, adaptando-se ao comportamento do cliente contemporâneo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> "Os consumidores estão não apenas buscando produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades, mas também buscando experiências e modelos de negócios que toquem seu lado espiritual. Proporcionar significado é a futura proposição de valor do marketing. O modelo de negócio baseado em valores é o que há de mais inovador no Marketing 3.0. " (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010: 21).

Dr. Thomas Gilovich, professor de psicologia da Universidade de Cornell assegura em seus estudos de mais de vinte anos acerca do dinheiro e da felicidade: *"Um dos inimigos da felicidade é a adaptação" (...) "Compramos coisas para ficarmos felizes, e isso funciona. Mas só por um tempo. As coisas novas são excitantes no início, mas então nos adaptamos a elas. "* Gilovich sugere às pessoas obterem felicidade gastando seu dinheiro em experiências: exposições de arte, atividades na natureza, aprendizado de coisas novas e viagens resultando, assim, no aumento da sua satisfação. Ao contrário de obterem compras materiais, pois o tempo da satisfação das pessoas por estas compras diminui. Mesmo que indivíduos tenham experiências solos, suas aproximações e apreciações a fim de socializarem é de fácil manejo. Diferente de indivíduos que tiveram aquisições materiais, seus prazeres podem ser isolados. O estudo, igualmente, é demandado a indivíduos que almejam a felicidade aumentando lucros de seus investimentos financeiros, para empregadores que tencionam uma melhor equipe e a políticos que pretendem o contentamento dos seus cidadãos.

> "Nossas experiências são uma parte maior de nós mesmos que os bens materiais. Você pode realmente gostar de suas coisas materiais. Você pode até achar que parte de sua identidade está ligada a essas coisas, mas ainda assim elas permanecem separadas de você. Em contraste a isso, suas experiências são parte de você. Somos a soma de todas as nossas experiências. " (GILOVICH)

CONCLUSÃO

Ao analisarmos a moda contemporânea, apenas como aquisição material, sem ter o valor psicológico agregado, esbarramos no abandono da importância do processo criativo e na falta de preocupação de pesquisa da sua forma, da criação do produto e da identidade do consumidor. A moda está além de adquirir um produto caro ou não. É motivação psicológica, importância estética, comportamento, experimentação, contentamento, arte.

Portanto, ao ampliarmos o olhar para da emoção envolvida na escolha feita

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pelo consumidor, abre-se a oportunidade de enriquecer a moda de significado e memória afetiva pela marca ou produto. Assim, o consumidor constrói, junto à marca, afinidade e, juntos, contam suas histórias. Em se tratando de história, a moda apresenta uma trajetória de personagens icônicos, inovações, descobertas, tradições e valores. É papel dos pensadores de moda: acadêmicos, estudiosos, artistas, designers, empresários e empíricos transformar trajetória em valores por meio de experiências inserindo o consumidor nesse contexto. Deixe-o viver, experimentar da moda, da sua história e não apenas do produto. Traga uma consciência contemporânea de um nicho de consumidores sedentos por significado e vivência de algo que queira relembrar e compartilhar. Assim, a moda poderá fazer parte da vida e da felicidade das pessoas, terão a capacidade de se emocionarem ao adquirir produtos que as façam sentirem especiais, melhores do que são. Não, somente, buscando o bem material e serviços prestados que lhes cabem em seus agrados, mas semelhantemente adquirindo e conquistando moldes negociais e experiências ímpares que remetam sua espiritualidade. Há que se cuidar, no entanto, da consistência entre o que a marca comunica por meio de seus produtos e o modo como age, produz, impacta o meio e a sociedade. É precisa cumprir a promessa, manter o discurso, para que diálogo se efetive e o público reconheça coerência. É preciso incorporar e assumir a responsabilidade de seu papel social verdadeiramente. Conquistar esse novo consumidor é muito mais do que ter produtos de qualidade, é representar uma ideia, uma missão e transformar isso em realidade, que engaje pessoas. Pessoas que, mais do que consumidores, serão protagonistas e defensores dessas marcas. É essencial conquistar o coração, antes do bolso. O coração de indivíduos que consideram o consumo como um poder para transformar a vida e o mundo. O consumo torna-se de fato consciente, sem culpa. Esse é o produto que está na moda e que não tem preço.

REFERÊNCIAS

ACTAS de Diseño. In. Comunicaciones Académicas. Influência da moda na dinâmica da sociedade. Desc. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=53 95&id_libro=13>. Acesso em: Bloomberg da Reuters – Exame.com – 24/03/15 Exame.com - por Emma Thomasson, da Reuters. LIVING design. In: DESIGN,FASHION. **Decs**. Disponível em: <http://livingdesign.net.br/design/2015/03/sera-o-fim-da-moda#.VdzP6CVViko> . Acesso em: . Marketing 3.0 – Campus/Elsevier, 2010 – Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan. MEGIDO, Victor Falasca - Diretor Geral do IED Brasil – **Carta Aberta à Sociedade Brasileira**, nov. 2014.
OSHIMA, Flávia Yuri. **Revista Época**, São Paulo, ed.867, jan-2015.
Revista BRF – Dossiê da Geração Y – 2014.
RIBEIRO, Luciano. Editor do site Papo de Homem, **Caras, Design, Notícias Home,** Abril-2015.Disponível em: http://www.papodehomem.com.br/. Acesso em: 18 mar. 2015. SATO, Silvio Koiti. Marketing 3.0: **um novo conceito para interagir com um novo consumidor**. Disponível em: http://pt.slideshare.net/juniorballotin/marketing-30-um-novo- conceito-para-interagir-com-um-novo-consumidor Veja. Naiara Infante Bertão - 18/03/2014
WGSN – Edelman - Millennials – Research 8095 - 2.0 –2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ANEXO A

Será o fim da moda?

A moda do jeito que a gente conhece hoje está prestes a acabar. Ao menos é o que diz a pesquisadora e trendhunter holandesa Li Edelkoort, que já foi apontada pela revista Time como uma das pessoas mais influentes do mundo da moda. Ela apresentou recentemente o "Manifesto anti-fashion", em dez tópicos, as razões que a motivam a acreditar que a moda está obsoleta.

Manifesto anti-fashion

A discussão é relevante para se pensar o mercado em todas as esferas que envolvem o consumo.

Educação:

Nas faculdades, ainda educamos os alunos para brilharem sozinhos, para serem estrelas disputadas por grandes marcas de luxo. Mas, esquecemos que isso, na verdade, é a exceção. No século XXI esta realidade individualista está caindo por terra e o trabalho colaborativo faz muito mais sentido.

Materialização:

Ao cortarem drasticamente os custos, as grandes empresas de moda estão levando a indústria têxtil e a mão de obra artesanal à falência. Como resultado, as faculdades deixam de ensinar criação têxtil e conceitos básicos sobre tecidos. Ou seja, é uma bola de neve que pode levar à quase extinção dos trabalhos manuais. É mais um conhecimento que se perde.

Manufatura:

Com redes de abastecimento cada vez menores, o sistema precisou se

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

reestruturar. Como? Recorrendo aos países de economia fraca. Assim, o lucro das marcas é ainda maior.

Preços:

Para a moda, quase tão grave quanto a mão de obra escrava é a mensagem que se passa com roupas tão baratas: "Compre, use e jogue fora, como se fosse uma camisinha", diz Li. As pessoas acabam não "saboreando" o que compraram e, pior, isto ensina aos jovens consumidores que a moda não tem valor. A cultura da moda acaba sendo destruída.

Designers:

Os grandes nomes do passado mudavam a sociedade, pois introduziam novas silhuetas, novas posturas e novas formas de movimento. Lembra as ombreiras dos anos 80? Elas mudavam a forma como a mulher se mexia. Pois hoje, os designers só querem reciclar tendências do passado. "A energia deles está toda em criar bolsas e sapatos, a pedido do marketing. Eles quase não se preocupam com as roupas", explica a pesquisadora.

Marketing:

Graças ao que ele se transformou, os produtos e a indústria são vistos só de uma perspectiva: a de como vender mais. Os *designers* são pressionados, produzindo coleção atrás de coleção, em busca de mais faturamento. Isto os esgota e mata a criatividade.

Publicidade:

"Os anúncios são repetitivos e fica difícil ler os valores da marca", fala. Para piorar, as grandes publicações exibem em seus editoriais de moda exclusivamente as peças de grifes anunciantes. Como resultado, as pequenas (e novas) marcas nunca terão vez.

Imprensa e Blogs:

Editores de moda com conhecimento e repertório estão sendo substituídos por jovens escritores sem especialidade nem perspectiva crítica. "Eles generalizam e dão opiniões, ao invés de críticas profissionais".

Varejo:

Não acompanhou a mudança dos tempos.

Consumidor:

"Os consumidores de hoje e de amanhã vão escolher sozinhos, criando e até desenhando o que vestem. Sem contar que *Silicon Valley* deu origem à primeira geração de super-ricos que não ligam para moda", defende. A moda não vai recuperá-los. "Mas, vamos, sim, falar cada vez mais de roupas e é a elas que devemos levantar um brinde", conclui.

Por fim, ela levanta uma bandeira para lá de interessante: a de que, neste

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cenário, a Alta Costura terá um retorno triunfal, ocupando este vazio que a moda de hoje vai deixar. "É no ateliê de Alta Costura que encontramos um laboratório. A profissão de couturier se tornará cobiçada e esta forma exclusiva de costura inspirará todas as outras", arremata.

18.03.2015. Caras, Design, Notícias Home

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

GESTÃO ESTRATÉGICA E A SUA IMPORTÂNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO DE UMA EMPRESA DE VESTUÁRIO FEMININO

Rossignolo, N. L.; nataliarossignolo@yahoo.com.br* Vignoto, H. M.; helo.vignoto@gmail.com.br

Resumo

As empresas, sejam elas micro, pequenas ou médio porte, diante dos desafios da globalização do mercado, buscam alternativas e ferramentas para continuarem existindo dentro de um contexto de extrema competição mundial, principalmente aquelas atuantes no mercado da moda. O Planejamento Estratégico é uma ferramenta utilizada para ajudar a direcionar as ações da empresa em condições de oportunidades e ameaças, garantindo sua estabilidade no mercado. Neste sentido, objetivou-se apresentar conceituações para definição de elementos importantes para criação de um planejamento estratégico ideal para desenvolver a marca de uma pequena empresa no mercado atacadista de vestuário feminino. Assim, buscou-se analisar a estrutura e o planejamento estratégico de uma empresa de grande porte no mesmo segmento. Com este enfoque, apresentou-se a definição de elementos importantes, baseada na literatura de vários autores, para criação de um planejamento estratégico ideal para uma organização. Pode-se observar que a gestão estratégica é muito importante e relevante dentro da organização de uma empresa. As empresas aqui comparadas não apresentam realidades tão diferentes em relação à organização, valores, missão e visão. A diferença está em uma gestão mais profunda e analítica dentro dos processos de fabricação dos produtos, visando melhorias e causando impactos grandiosos. Portanto, qualquer empresa necessita de um planejamento estratégico eficiente, causando assim grandes impactos dentro da organização, gerando resultados relevantes para o seu crescimento e estabelecimento no mercado atuante.

Palavras-chave: Estratégia. Gestão estratégica. Pequenas Empresas. Vestuário Feminino.

Abstract

All companies whether small, medium or large corporations, facing the challenges posed by market globalization, seek for alternatives and tools to continue existingwithin a context of extreme global competition, especially those working in the fashion market. Strategic Planning is a tool used to help direct the company's shares on terms of opportunities and threats, ensuring stability in the market. In this sense it was aimed to present the concepts for defining important elements for creating an ideal strategic planning in order to develop

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

the brand of a small business in the wholesale market of women's clothing. Thus, it sought to analyze the structure and the strategic planning of a large company in the same segment. With this approach, was presented the definition of important elements, based on the literature of various authors for creating an ideal strategic planning for an organization. Through the work performed, it can be noted that strategic management is very important and relevant within the organization of a company. Companies compared here do not present such different realities regarding the organization, values, mission and vision. The difference is a deeper analytical and management within the product manufacturing processes to improve grandiose and causing impacts within the company P. Therefore any company needs an efficient strategic planning, causing significant impacts within the organization, generating results relevant to their growth and establishment in the active market.

Keywords: Strategy. Strategic Management. Small Enterprises. Women's Clothing.

INTRODUÇÃO

O universo da moda é um campo em crescente exploração e muito se comenta sobre o grande movimento financeiro promovido pela indústria de confecção nacional e sobre a criatividade brasileira nesta área, evidenciando um mercado em contínua ascensão (SANCHES, 2010). Conforme um país enriquece e as pessoas aumentam seu poder aquisitivo, um dos setores mais beneficiados é o da moda. Segundo dados do IBGE, as pessoas dobram seus gastos mensais com moda a cada degrau que sobem na escala social. E é por isso que o Brasil tem um mercado de moda em grande ascensão. Ademais, a maior parte da produção está concentrada no sul e sudeste que juntas detêm 86% da produção nacional e o nordeste com os outros 12%, índice este que vem crescendo por conta do aumento de fábricas instaladas nos últimos anos nesta região (IEMI, 2007). No entanto, crescer exige planejamento e gerenciamento de riscos para que a criatividade na moda não se perca em experiências puramente intuitivas.

As empresas, sejam elas micro, pequenas ou médio porte, diante dos desafios da globalização do mercado, buscam alternativas e ferramentas para continuarem existindo dentro de um contexto de extrema competição mundial. Assim, as empresas ousadas, criativas e inovadoras tendem a se destacar nesse mercado competitivo utilizando o que existe de mais moderno em tecnologia e também as distintas ferramentas existentes. O planejamento estratégico é uma dessas ferramentas atuais que auxilia a empresa no alcance dos seus objetivos e metas traçados utilizando os recursos que tem disponível, aumentando assim a produtividade e consequentemente o seu crescimento.

De acordo com Ferreira (2001, p. 538), planejar é ter a intenção de fazer algo, de projetar e traçar a realização de alguma coisa. Dessa forma, pode se dizer que o

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ato do planejamento consiste pensar em objetivos que se quer alcançar, assim como as melhores ações a serem colocadas em prática.

Padilha (2001, p. 30) define o planejamento como um processo de busca de equilíbrio entre meios e fins, entre recursos e objetivos, tendo em vista o melhor funcionamento de empresas, instituições, grupos organizacionais, setores de trabalho e outras atividades humanas. Para ele o ato de planejar é sempre um processo de reflexão, de adotar uma decisão sobre a ação, de prever as necessidades e racionalização de emprego de meios (materiais) e recursos (humanos) disponíveis, buscando a concretização de objetivos.

Elevar ao máximo os resultados das operações e tornar mínimos os riscos nas tomadas de decisões das empresas é o que o Planejamento Estratégico procura fazer. Este planejamento está diretamente relacionado com a forma de pensar e de agir da empresa com o objetivo de manter sua posição no mercado aumentando sempre o lucro da mesma (Tubino, 2000; Oliveira, 2006). Assim, o Planejamento Estratégico é uma ferramenta importante que consiste em direcionar as ações da empresa em condições de oportunidades e ameaças, visando otimizar suas vantagens competitivas em relação ao ambiente concorrencial onde atuam, garantindo sua estabilidade no mercado (Tubino, 2000).

No ambiente das microempresas, quando o planejamento estratégico é bem estruturado, há uma grande contribuição para a manutenção e crescimento dos negócios. Costa e colaboradores (2005, p. 27) ressaltam que estas formulações de estratégias nas pequenas empresas é uma ferramenta que se torna simples e poderosa para melhorar a competitividade no segmento, pois proporciona um aumento significativo na produtividade, e ao mesmo tempo as análises desenvolvidas possibilitam novos negócios. Para Souza (2007) o fracasso de muitas microempresas esta relacionado à falta de implementação do planejamento estratégico, muitas vezes por se acharem incapazes de realizá-lo, por ignorarem os benefícios advindos do mesmo e ainda por não possuírem profissionais capacitados para a sua implementação.

Segundo dados do SEBRAE (2013), a taxa de mortalidade de empresas nascidas em 2007 foi de 24,4%. Neste estudo puderam concluir que após 12 anos de monitoramento em 2010 o índice de mortalidade súbita das micro e pequenas empresas apresentaram uma queda, mas ainda elevados, e que naquele último ano 27% das empresas paulistas fecharam as portas no 1° ano de atividade. Importante perceber que os dados apresentados demonstram que uma em cada quatro microempresas com menos de três anos de existência, fecha suas portas.

Como, então, garantir que o sonho de uma empresa não seja devastado,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

como aponta as estatísticas apresentadas? Uma das possibilidades é garantir, por meio de um planejamento estratégico, que a empresa sobreviva a partir de um plano de negócios e objetivos comerciais bem determinados.

Para ilustrar, utilizaremos como exemplo uma microempresa do setor de moda atacadista, com sete anos de idade, que tem como meta se tornar uma grande empresa em 10 anos. Essa empresa é familiar e tem como foco o desenvolvimento de vestuário para um público específico: mulheres entre 25 e 60 anos, casadas, em situação financeira estável, com grau de instrução médio e que buscam sempre estar na moda.

Muitas possibilidades de planejamento poderiam apontar maneiras para garantir o crescimento da empresa, como, por exemplo, foco no valor do produto final, rapidez na produção, qualidade do material, acabamento das peças, desenvolvimento e criação de coleções, logística de distribuição, entre outros fatores.

Neste contexto, o objetivo deste trabalho é o de apresentar conceituações para definição de elementos importantes para criação de um planejamento estratégico ideal com um objetivo de desenvolver a marca de uma pequena empresa no mercado atacadista de vestuário feminino.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Existe uma vasta literatura abordando planejamento estratégico, apresentando diversas abordagens sobre o tema e diversas metodologias, todas elas com muitos pontos em comum e pequenas variações. Para Fischmann e Almeida (1992) e Bethlem (1998), existe um grande consenso quanto às etapas e atividades ao desenvolvimento do processo estratégico, apesar de existirem formas e ordem diferentes deste processo. São elas: visão geral da empresa, análise ambiental, definição de objetivos e metas, estratégia, implementação da estratégia e controle e avaliação da estratégia adotada.

Dessa forma, neste trabalho vamos descrever um pouco sobre os conceitos básicos de estratégia e gestão estratégica.

CONCEITOS BÁSICOS DE ESTRATÉGIA

Os conceitos básicos utilizados para formulação do direcionamento das estratégias de uma organização tomam por base três conceitos fundamentais: o seu propósito, o seu ambiente externo e as opções estratégicas da entidade (Costa, 2007, p. 34).

Segundo Costa (2007, p. 35), o propósito de uma organização está relacionado com aquilo que ela almeja ser no futuro, a sua vontade, o seu desejo de ser e de agir, ou seja, é o alicerce estratégico de uma empresa. É formada por um conjunto de elementos básicos que são visão, missão, abrangência, princípios, valores e objetivos. Com tudo, o propósito sintetiza sua vontade própria

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

direcionando as organizações para os caminhos que ela escolher. Dentre os elementos básicos destacam-se:

Visão

A visão é a direção que a empresa pretende seguir, ou ainda o que ela almeja ser e deve refletir as suas pretensões e crenças, ou seja, a visão é o que procura descrever a autoimagem da organização, como ela se vê e como ela gostaria de se ver no futuro (Costa, 2007, p.35).

Dessa forma, de acordo com as ideias de Lima (2012), Campagnoli (2014) e Tajra (2006, p. 62), futuro, objetivos organizacionais e tempo se fundem em uma visão que direcionará todas as estratégias da empresa, incluindo o que ela busca alcançar no futuro (curto, médio e longo prazo), modificando, consequentemente, o destino da organização.

Costa (2007, p. 36) explica que a função da visão para uma organização é explicitar o que a empresa quer ser, para onde a empresa está se direcionando ou que caminho pretende tomar. Uma visão bem definida, simples, objetiva e abrangente torna-se útil e funcional para os funcionários da empresa. A visão dará um sentido de direção, um envolvimento e comprometimento das pessoas de forma que eles saberão onde a empresa está se direcionando ou, ao menos, que caminho pretende tomar. Por isso é importante compartilhar a visão da organização para todos os seus dirigentes e funcionários.

Missão

Costa (2007, p. 37) define missão como razão da existência da organização.

> "A missão é tida como o detalhamento da razão de ser da empresa, ou seja, é o porquê da empresa. Na missão, tem-se acentuado o que a empresa produz, sua previsão de conquistas futuras e como espera ser reconhecida pelos clientes." (Costa 2007, p. 37)

Da mesma forma, Lima (2012) relata que a missão deve refletir o propósito básico da organização, deve ser a própria razão de ser da empresa, e principalmente na sustentabilidade do negócio em longo prazo. Ou seja, a missão precisa ser baseada no passado, olhando para as raízes sobre a qual foi fundada a empresa, diferente da visão, que tem objetivos futuros, o planejamento para a construção de um futuro tanto para o negócio quanto para seus clientes. Assim o conceito de visão e missão se complementa.

Valores

De acordo com Costa (2007, p. 38), os valores são características, virtudes que

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pretende ser preservadas e incentivadas, qualidades da organização que podem ser objeto de avaliação. Para Lima (2012), os valores reproduzem o modelo de comportamento institucional da organização na qual caráter e conduta é o alicerce dos valores.

Comportamentos geram comportamentos. Como exemplo, imaginemos uma empresa em que os donos agem de maneira não-ética. Provavelmente, os colaboradores dessa empresa terão o mesmo comportamento, pois os padrões de conduta que os líderes adotam são refletidos nos funcionários. Da mesma maneira, Lima (2012), aponta que a organização, motivação, competência e clima organizacional também seguem o mesmo padrão de replicação do comportamento dos líderes pelos colaboradores. Assim, pode-se definir valores como conceitos ideais praticados e definidos em uma empresa, organização ou entidade, que seguem os padrões adotados por seus líderes.

OBJETIVOS

Os objetivos são os resultados específicos que se pretende alcançar e que estão ligados diretamente com a visão da instituição e das perspectivas, as quais são pontos de referência para todo processo. Uma vez traçados os objetivos, a etapa seguinte é traçar as medidas estratégicas (GODOY *et al*, 2015). Os objetivos ajudam a mostrar o patamar em que a empresa se encontra e o caminho a ser percorrido para chegar ao que se deseja futuramente (Luz, 2015).

Dessa maneira, os objetivos são importantes à sobrevivência da empresa apontando para os resultados que serão alcançados de acordo com o que foi traçado.

GESTÃO ESTRATÉGICA

Segundo Costa (2007, p. 39), as empresas e entidades organizacionais precisam resolver um problema estratégico, o que requer uma opção estratégica, para concentrar seu foco, sua energia, seus investimentos, sua atenção e suas ações estratégicas. Algumas empresas que concentram sua atenção em uma das uma das três opções estratégicas – fornecimento de produtos e serviços de ponta; ou busca da excelência operacional; ou estreitamento de seu relacionamento e intimidade com os seus clientes – têm conseguido resultados positivos, duradouro, em seus respectivos mercados e atividades (COSTA, 2007, p.40).

Para este autor, qualquer estratégia proposta que entre em conflito com a visão, missão, valores e objetivos da empresa, terá dificuldades para ser implementada com sucesso. Uma vez que, visão, missão, valores e objetivos definem e delimitam o que a organização *quer ser e fazer* (COSTA, 2007, p.40). Ainda, de acordo com o autor a estratégia envolve também a identificação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de oportunidades e ameaças do ambiente externo da organização, assim como, a averiguação das forças e fraquezas da empresa e a sua habilidade em se adequar às necessidades do mercado ou em competir em condições de risco.

Meirelles (2003) afirma que a formulação e a implementação de estratégias são desafios gerenciais de elevada complexidade, pois, referem-se a toda organização ou unidade; buscam orientar esforços organizacionais em face a realidade ambiental; precisam considerar a realidade atual do ambiente e sua dinâmica evolutiva e lidam normalmente com decisões não estruturadas, não rotineiras e não repetitivas.

A gestão estratégica tem como objetivos principais criar, aplicar e controlar a estratégia para assegurar à organização o caminho para o sucesso. E é pela estratégia que a empresa define como lidar com a concorrência (PINTO, 2007, p. 53). Costa (2007, p. 56) define gestão estratégica como um processo sistemático, planejado, gerenciado, executado e acompanhado, envolvendo todas as pessoas (administradores, gerentes e demais colaboradores) da organização. Para ele a gestão estratégica tem por finalidade "assegurar o crescimento, a continuidade e a sobrevivência da empresa por meio da adaptação continua de sua estratégia, de sua capacitação e de sua estrutura, possibilitando enfrentar as mudanças observadas ou previsíveis no seu ambiente externo ou interno, antecipando-se a elas". Ou seja, a gestão estratégica é uma forma eficaz de estimular o crescimento e garantir a sobrevivência da organização, no seu processo de adaptação às transformações no seu ambiente externo e interno.

De acordo com Rocha (1999, p. 11) gestão estratégica é a parte da gestão global, das organizações, que se preocupa com acompanhar as ações das entidades de seu ambiente próximo — tais como concorrentes, fornecedores, clientes e consumidores — para conceber e implantar estratégias que lhes permitam manter-se à frente dos competidores. Para ele a essência da gestão estratégica é, portanto, a preocupação constante com a concorrência.

Em síntese, a gestão estratégica é um conceito abrangente que busca cuidar dos aspectos relacionados à estratégia por meio da ação coordenada dos profissionais. As escolhas estratégicas afetam desde produtos, serviços, clientes e fornecedores, assim como a empresa como conjunto. Portanto, a estratégia requer comprometimento de toda a organização (PINTO, 2007, p. 54).

Atualmente, a gestão estratégica tem grande importância pelo fato de se constituir em um conjunto de ações gerenciais que permitem aos gestores de uma empresa mantê-la integrada ao seu meio envolvente e no curso correto de desenvolvimento, possibilitando atingir seus objetivos e sua missão (DESS; LUMPKIN; EISNER, 2007). Concluindo a gestão estratégica dá as organizações um

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

modelo de desenvolvimento de habilidades para antecipar a mudança e, de acordo com Oliveira (1999) a gestão estratégica envolve: Planejamento Estratégico, Organização Estratégica, Direção estratégica, Controle Estratégico e Desenvolvimento Estratégico.

Na primeira etapa da gestão o planejamento estratégico, consiste em quatro fases básicas: Diagnóstico estratégico; missão da empresa; instrumentos prescritivos e quantitativos; controle e avaliação.

Fase I – Diagnóstico estratégico: Identificação das expectativas de pessoas representativas; análise externa; análise interna; diagnóstico estratégico; e análise dos concorrentes.

Fase II – Missão da empresa: estabelecimento da Missão da empresa; estabelecimento dos propósitos atuais e potenciais atuais da empresa; estruturação e debate de cenários; estabelecimento da postura estratégica; e estabelecimento das macroestratégias e macro políticas da empresa.

Fase III – Instrumentos prescritivos e quantitativos: estabelecimento de objetivos, desafios e metas da empresa; estabelecimento de estratégias e políticas funcionais da empresa; estabelecimento dos projetos e planos de ação da empresa.

Fase IV – Controle e avaliação.fases.

Por outro lado, Chiavenato (2004), desdobra o Planejamento Estratégico em 5:

Fase I – Concepção Estratégica: Intenção Estratégica, Missão, Visão, Princípios e Valores da empresa.

Fase II – Gestão do Conhecimento Estratégico: Diagnóstico Estratégico Externo, Diagnóstico Estratégico Interno, Gestão do Conhecimento Estratégico e Construção de Cenários.

Fase III – Formulação Estratégica: Avaliação da política de negócios; Análise de modelos de cooperação; Formulação estratégica e de concorrência; Definição de objetivos e formulação das estratégias.

Fase IV – Implementação Estratégica: Desempenho Organizacional; Implementação Estratégica; Governança Coorporativa e Liderança Estratégica; Empreendedorismo.

Fase V – Avaliação Estratégica: Auditoria de resultados.

Em resumo, ambas as propostas apresentadas acima pelos autores Oliveira (1999) e Chiavenato (2004), descrevem os elementos (fases) do planejamento estratégico necessário para a primeira etapa da gestão estratégica de uma empresa/organização.

A implantação de uma Gestão Estratégica é de grande importância, uma vez que, traz muitas vantagens para a empresa: fornece uma visão sistêmica, pois aprofunda o conhecimento sobre a organização, mercado/clientes,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

concorrentes, parceiros e fornecedores; agiliza e fundamenta decisões, pois cria um consenso natural entre os líderes da organização sobre o que realmente é importante; estabelece uma direção única, pois alinha os esforços de todos na organização para o atendimento de objetivos comuns; melhora a capacidade de adaptação, pois facilita a reestruturação organizacional frente às mudanças de cenários externo e de competição; melhora a alocação de recursos; reforça a motivação; melhora o controle; e sistematiza ciclos de melhoria contínua da organização (PEREIRA, 2009, p.13).

METODOLOGIA

Para se atingir o objetivo proposto, esta pesquisa procurou conhecer e comparar as características de duas empresas, uma microempresa de vestuário feminino (Empresa M) e uma empresa grande de vestuário infantil (Empresa P), respectivamente. O intuito foi analisar os conceitos básicos de estratégias das empresas, comparando uma empresa grande (Empresa P), estruturada no mercado de moda e acessórios infantis que começou em 1987, com uma pequena empresa (Empresa M) que iniciou suas atividades em 2007 e que almeja crescer e se tornar uma marca reconhecida no mercado do vestuário feminino.

CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA P.

A empresa P foi fundada em 1987. Tudo começou de um grande encontro, de um amor que unia duas pessoas dispostas a realizar sonhos, transformar vidas e entregar presentes de coração. A empresa P é realidade, em um salão simples, e ainda sem muita estrutura estabeleceu a sua sede e abriu as portas para promover um mundo melhor. Era um universo diferente. Com o passar dos anos e as necessidades de mudanças constantes, para inovar e se reinventar, meia a várias crises econômicas, os fundadores da empresa só pensavam no futuro, a inquietude não permitiu que eles se conformassem, e muito menos se afastasse desse futuro para o negócio.

Aos poucos a empresa foi aumentando o seu quadro de funcionários, mais de três mil funcionários, produzindo mais de 25 mil pares por dia, e se reestruturando, passou a ter propósito, foco, visão e valores virtuosos compartilhados pelas pessoas.

Segundo a definição de Micro Pequena Empresa, no Brasil, em âmbito Federal (Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas - Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006), que define as micro e pequenas empresas com base na receita bruta anual. Ao contrario que a em âmbito Estadual (definição do SEBRAE), define pelo número de ocupados. Assim, nessa pesquisa utilizaram-se os parâmetros definidos pelo SEBRAE (2013), com base no número de empregados, como é mostrado na Tabela 1. Portanto, a empresa P está

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

caracterizada como uma empresa de grande porte.

Tabela 1 – Classificação das empresas

Classificação das micro e pequenas empresas de acordo com o número de empregados		
Porte	**Indústria**	**Comércio e Serviços**
Microempresas	Até 19	Até 9
Pequenas	De 20 a 99	De 10 a 49
Médias	De 100 a 499	De 50 a 99
Grandes	500 ou mais	100 ou mais

Fonte: SEBRAE (2013)

Por muitos anos a empresa P só produzia calçados, sentindo a necessidade de inovação e por estar tão perto das meninas passou a desenvolver acessórios, para assim atender a todas as expectativas.

O propósito da marca hoje é fazer meninas felizes, o contato com elas é bem próximo, numa relação estreita de confiança, cuidado e carinho e nunca perdendo a essência da marca. Todo o detalhe que constitui a empresa hoje foi muito estudado e traz todo o significado do porque a empresa existe.

A logomarca é umas das referências que conta a história, o desejo de ir dos pés e chegar ao coração das meninas, trazendo identidade das meninas. Todos os setores são constituídos por equipes que trabalham em uma missão de entregar presentes todos os dias.

Atualmente possui doze espaços conceito, que são lojas de varejo inspiradas nos quartos das meninas, onde se encontra um mundo só para elas. Dentre todos os detalhes mais importantes a empresa possui seu próprio perfume, sua própria música, seus ícones que trazem toda delicadeza, feminilidade e significado para marca. Uma empresa com muitos projetos, que cuidam dos colaboradores até dos seus filhos.

VISÃO, MISSÃO E VALORES DA EMPRESA P

A empresa possui propósito, visão, missão e valores virtuosos, estes estudados compartilhados e definidos com todos os funcionários, pois eles precisam fazer sentido e estar presente no trabalho e na vida de cada um.

A grande missão da empresa esta em "Ser a inspiração presente no mundo da menina, inovando na realização dos seus sonhos com experiências encantadoras, cultivando amizade e o jeito rosa de olhar".

A visão é desafiadora e consiste em "Ser uma empresa de gente feliz, unida e apaixonada, vivendo relações de confiança, irradiando luz e energia para realizar sonhos e conquistar resultados plenos".

Já os valores são de responsabilidade dos colaboradores e cabe a cada um

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

cultivá-los dentro e fora da empresa – Fé, Amor, União, Ousadia e Criatividade – esses são os escolhidos para nortear a empresa.

CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA M

A Empresa M é uma empresa de pequeno porte segundo os parâmetros definidos pelo SEBRAE (2013) (Tabela 1), fundada em outubro de 2007 no ramo do atacado em vestuário feminino. Tudo começou com o intuito de produzir roupas femininas diferenciadas customizadas dentro do mundo *fast-fashion* (produção rápida e continua de novidades). A empresa começou com uma loja de atacado na cidade onde surgiu em parceria com uma confecção de roupa infantil e moda mulher. No entanto, a produção não era suficiente para suprir a necessidade do mercado consumidor. Dessa forma, a empresária foi em busca de confeccionar e criar as suas próprias peças exclusivas, criando a sua própria marca.

A partir da sua experiência em vendas de roupas femininas, criou-se a identidade da marca voltada para a mulher sofisticada, elegante, moderna e contemporânea. Uma mulher que gosta de se vestir com praticidade e conforto em todas as ocasiões, mas não abre mão de estar sempre segura de si, bonita, feminina e elegante. A marca possui uma linha variada da moda feminina até os tamanhos especiais, tendo como público alvo a moda jovem, jovem senhora e a moda mãe e filha.

A empresa M começou com cinco funcionários e uma loja e hoje possui um quadro de 20 funcionários e três lojas em dois estados do Brasil. O crescimento da empresa se deu devido a constante busca pela perfeição dos seus produtos com relação à qualidade dos tecidos, aviamentos e acessórios, tudo isso se utilizando de pesquisas de mercado internacional e nacional. Com isso, a empresa foi atraindo cada vez mais adeptos a sua marca e um maior número de funcionários para produzir as peças.

A empresa não apresenta um propósito bem definido. Entretanto, o intuito da marca é criar roupas femininas para fazer as mulheres felizes proporcionando beleza, conforto e inovação em peças exclusivas confeccionadas com carinho, dedicação e muito amor. Durante o processo de criação, produção e comercialização o conceito predominante é o respeito com o consumidor e pelo produto produzido.

3.2.1. VISÃO, MISSÃO E VALORES DA EMPRESA M

Atualmente, a grande missão é produzir e comercializar produtos a um preço justo e honesto, sempre com criatividade, originalidade e produtos de alto padrão e qualidade, fazendo a diferença no mercado nacional de vestuário.

A visão da empresa hoje é crescer e ser reconhecida nacionalmente pela

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

excelência de seu trabalho, comprometida com a qualidade de seus produtos, originalidade e satisfação do atendimento aos clientes e com muito amor, humor e alegria.

Para isso a Empresa M se apoia em alguns valores, que cabe a cada colaborador cultiva-los dentro e fora da empresa: Fé, Amor, União, Honestidade, Respeito para com os colaboradores, clientes e comunidade, Dedicação, Criatividade, Inovação, Ousadia para enfrentar desafios e Ética.

CONCLUSÃO

A partir dos elementos aqui discutidos principalmente sobre a missão, visão e valores da empresa (Tabela 2), concluímos que a gestão estratégica é muito importante e relevante dentro da organização de uma empresa. O planejamento bem adequado e aplicado torna a gestão empresarial mais competitiva, não perdendo o foco e com seus objetivos traçados exclusivamente nos processos, gerando assim uma engrenagem positiva dentro da organização. Assim, o planejamento atua como um instrumento de comunicação, de acompanhamento e de aperfeiçoamento do aprendizado nas empresas. Ademais, as mudanças no mercado são constantes e aceleradas e as empresas que não forem capazes de se planejar, com uma visão clara de quem são seus concorrentes e como se diferenciar deles, serão facilmente extinguidas por eles.

Com relação aos valores, missão e visão dentro da organização, vemos que são fatores essenciais para um bom desempenho das equipes, gerando melhor desenvolvimento no trabalho e na entrega esperada. Analisando essa primeira etapa da gestão estratégica das empresas M e P, podemos concluir que não são realidades tão diferentes olhando para, necessidades, organização, valores, missão e foco. Percebemos que o grande salto das realidades diferentes é quando tratamos de uma gestão mais profunda e analítica dentro dos processos, visando melhorias e causando impactos grandiosos dentro da organização, que conseguimos enxergar na empresa P.

Portanto uma empresa de porte médio ou uma empresa de grande porte, ambas necessitam de um planejamento estratégico eficiente, causando assim grandes impactos, dentro da organização, gerando resultados relevantes e cuidando dos funcionários com olhar de crescimento e futuro dentro ou fora da organização.

Tabela 2: Propósitos das empresas P e M.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROPÓSITOS	Empresa P	Empresa M
MISSÃO	Ser a inspiração presente no mundo da menina, inovando na realização dos seus sonhos com experiências encantadoras, cultivando amizade e o jeito rosa de olhar.	Produzir e comercializar produtos a um preço justo e honesto, sempre com criatividade, originalidade e produtos de alto padrão e qualidade, fazendo a diferença no mercado nacional de vestuário.
VISÃO	Ser uma empresa de gente feliz, unida e apaixonada, vivendo relações de confiança, irradiando luz e energia para realizar sonhos e conquistar resultados plenos	Crescer e ser reconhecida nacionalmente pela excelência de seu trabalho, qualidade de seus produtos, originalidade e satisfação do atendimento aos clientes.
VALORES	Fé, Amor, União, Ousadia e Criatividade	Fé, Amor, União, Honestidade, Respeito, Dedicação, Criatividade, Inovação, Ousadia e Ética.

Fonte: Autores (2015).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDAY, Hernan E. Contreras. O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica. **Revista FAE**, Curitiba, v.3, n.2, p.9-16, maio-ago. 2000.

BETHLEM, Agricola. **Estratégia Empresarial: conceitos, processo e administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico**: fundamentos e Aplicações. 1º ed. Rio de Janeiro. Campus, 2004.

COMPAGNOLI, Sérgio. **A visão no planejamento estratégico.** RH.com.br. Disponível em: <http://www.tjrj.jus.br/c/document_library/get_file?uuid=a8637517-ea81-4a7a-aa8f-e2e2b1e7c9b1&groupId=10136>. Acesso em: 25 mai. 2015.

COSTA, Eliezer. **Gestão Estratégica da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2 ed. São Paulo, 2007.

COSTA, André Fortuna et al. (Monografia) **A utilização do planejamento estratégico na gestão de pequenas e médias empresas.** Belo Horizonte FEAD – MINAS 2005.

DESS, Gregory G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, Alan B. **Strategic management**. 3º ed. New York: McGraw-Hill, 2007.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Escolar Século XXI:** O minidicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FISCHMANN, Adalberto. A.; ALMEIDA, Martinho I. R. **Planejamento Estratégico na prática**. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

GODOY, Valdir Alves de; ROSA, Marcelo Ribeiro; BARBOSA, Flávio Lecir. **O planejamento estratégico como ferramenta para a gestão educacional no processo decisório dentro das IES.** Disponível: <http://www.facimed.edu.br/site/ revista/pdfs/3ad61ed07d995e0bc6d41e412505f9f2.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2015.

IEMI, Instituto de estudos em marketing. **Termômetro IEMI- Vestuário**. 2007. Disponível em: www.iemi.com.br. Acesso em: 30 jun. 2015.

LIMA, Ari. **Missão, visão e valores para o sucesso empresarial.** Postado em 21 de maio de 2012. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/ marketing/missao-visao-e-valores-para-o- sucesso-empresarial/63619/>. Acesso em: 25 mai. 2015.

LUZ, Marcelo Lisboa. **Objetivos organizacionais:** gestão estratégica. Disponível em: <https://www.google.com.br/#q=o+que+s%C3%A3o+objetivos+organizacionais &start=20>. Acesso em: 03 jun. 2015.

MEIRELLES, Anthero de Moraes. **A formação de estratégias no sistema bancário comercial brasileiro**. Modelo teórico e evidências empíricas. 2003, 414 p. Tese (Doutorado em Administração) Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG, Belo Horizonte, 2003.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

OLIVEIRA, Djalma Pinho Rebolças de. **Planejamento Estratégico**: Conceitos, Metodologia e Práticas. 13º ed. São Paulo: Atlas. 1999.

_____. **Planejamento estratégico:** conceitos, metodologia e prática. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PADILHA, Paulo Roberto. **Planejamento dialógico:** como construir o projeto político-pedagógico da escola. São Paulo: Cortez; Instituto Paulo Freire, 2001. PEREIRA, A. M. **Gestão Estratégica**. 2009. Disponível em: <www.**marco**.eng.br/terceirosetor/cursos-palestras/GE-3setor.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2015.

PINTO, E. P. Gestão Empresarial: casos e conceitos de evolução organizacional. São Paulo: Saraiva, 2007.

ROCHA, Wellington. **Contribuição ao Estudo de um Modelo Conceitual de Sistema de Informação de Gestão Estratégica**. 1999. 20f. Tese de Doutorado - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São, São Paulo, 1999.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Projetando moda**: diretrizes para a concepção de produtos. In: PIRES, Dorotéia Baduy *et al*. *Design de moda:olhares diversos.* Barueri; Perdizes: Estação das Letras e Cores, 2010, p. 289-301.

SEBRAE. ***MPEs em Números.*** São Paulo: SEBRAE, 2013. Disponível em: <http://goo.gl/41ZrPU>. Acessado em: 31 jul. 2015.

SOUZA, Wendel. **O planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas.** III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios. São Paulo, 25 e 26 de Maio de 2007. Centro Universitário Senac.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Gestão estratégica na saúde:** reflexões e práticas para uma administração voltada para excelência. 1. ed. São Paulo: Látria, 2006.

TUBINO, Dalvio Ferrari. **Manual de planejamento e controle da produção.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

REDES SOCIAIS VIRTUAIS COMO FORMA DE FORMA DE RELACIONAMENTO INTERPESSOAL: um paralelo entre o real e virtual

Irzângela Ramos* - irzangela@hotmail.com

Resumo
Atualmente as Redes Sociais Virtuais estão presentes no cotidiano das pessoas e, em um momento em que tudo passa pela internet, estar excluído virtualmente pode ser considerado como uma forma de exclusão social. Sendo a Internet um mecanismo de difusão de informações e colaboração, podemos destacar o objetivo geral do presente artigo, mediante uma análise sobre a utilização das Redes Sociais Virtuais para diversas práticas sociais, culturais, políticas, econômicas, educacionais, entre outras. De forma geral a literatura tem mostrado o quanto as redes sociais colaboram para a disseminação do conhecimento, criando uma espécie de inteligência coletiva, que pode ser definido como o conhecimento das pessoas somados e distribuídos.

Palavras-Chave: Redes Sociais. Redes Sociais Virtuais. Internet.

Abstract
Currently Virtual Social Networks are present in daily life and, in a moment that everything goes through the internet, can be deleted virtually be considered as a way of social exclusion. The Internet is a mechanism for information dissemination and collaboration, we can highlight the overall goal of this article, through an analysis of the use of Virtual Social Networks to various social, cultural,
political, economic, educational practices, among others. In general, the literature has shown how
social networks collaborate to disseminate knowledge, creating a kind of collective intelligence, which can be defined as the knowledge of people added and distributed.

Keywords*: Social Networks. Virtual Social Networks.*
Internet.

- Introdução

Atualmente observa-se um grande "*Bum*" do desenvolvimento tecnológico no que se refere ao aprimoramento da informática, como um instrumento de conhecimento e informação. Quase que diariamente são criados os mais variadostipos de programas, tantos de hardware como software que se atualizam quase que diariamente. Facilitando o trabalho de uma infinidade de profissionais das mais diversas áreas, que se utilizam dessas ferramentas, tanto para seu melhor desempenho profissional quanto para sua diversão em seu tempo de lazer. Com a crescente globalização e o maior acesso da população à internet, as pessoas estão passando a usar formas diferentes de se relacionar e se comunicar, nos mais diversos contextos.

A problemática que norteou o presente estudo baseou-se fato de que as redes sociais são uma forma de relacionamento pode ser um instrumento poderoso, que veicula conhecimentos de maneira geral. Nela é possível, por exemplo, conhecer sobre pessoas, lugares, notícias de ultima hora; além de curiosidades sobre fatos históricos, músicas, literatura, enfim, um mundo de possibilidades beirando o infinito.

O presente estudo possui como objetivo analisar as redes sociais virtuais como forma de forma de relacionamento interpessoal: um paralelo entre o real e virtual, demonstrando através de pesquisa bibliográfica o quanto as redes sociais, têm crescido e ganhado força na sociedade de maneira geral. Neste contexto, alguns autores de renome vinculam o desenvolvimento da internet ao aumento da violência somado ao novo estilo de vida global, que cobra das pessoas posturas imediativas,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

rápidas e eficientes. Em função disto, os *sites* dedicados a relacionamentos interpessoais ganham poder de atuação.

No que diz respeito ao delineamento metodológico, essa investigação considera os tipos de pesquisa exploratória, uma vez que busca explorar um tema, cujo objeto de estudo refere-se às redes sociais virtuais. Usou-se também a Pesquisa Bibliográfica, responsável pelo referencial teórico elaborado com autores de renome que abordam sobre a temática. De forma geral a pesquisa teve delineamento qualitativo, devido o caráter interpretativo, ausente de dados estatísticos e numéricos.

- As redes sociais

O estudo das redes foi iniciado pelas ciências exatas e, em seguida, promovido pela sociologia, numa perspectiva analítica das redes sociais. Segundo Castells (2003), no passado, as redes eram vistas como objetos estruturais, com propriedades fixadas no tempo, mas atualmente as redes são vistas e percebidas como elementos dinâmicos, que possuem forma mutante no tempo e no espaço. E para compreendê-las é preciso entender a dinâmica de sua construção e manutenção.

Na sociologia, a teoria dos grafos[45] é uma das bases do estudo das redes sociais, ancorado na Análise Estrutural, proveniente das décadas de 60 e 70. Segue uma figura de um grafo.

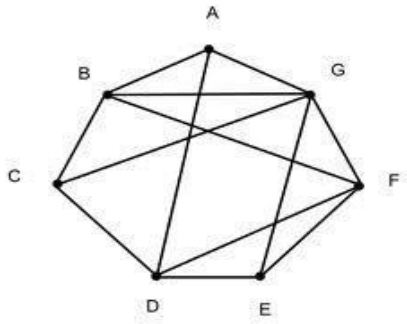


Figura 1 – Grafo (Esquema de uma rede social). Fonte – Elaborado pela pesquisadora (2014).

De acordo com os ensinamentos de Castells (2003) uma análise das redes sociais parte de duas grandes visões do objeto de estudo: as redes inteiras e as redes personalizadas, cujo primeiro aspecto está focado na relação estrutural da rede com o grupo social, onde as redes assumem uma identidade social, cujo padrão das relações do indivíduo impacta diretamente as preferências e as características dos próprios envolvidos na rede.

Outro aspecto relevante sobre as redes, segundo Castells (2003) o papel social de

[45] A teoria dos grafos é um ramo da matemática que estuda as relações entre os objetos de um determinado conjunto. Para tal são empregadas estruturas chamadas de grafos, G(V,A), onde V é um conjunto não vazio de objetos denominados vértices e A é um conjunto de pares não ordenados de V, chamado arestas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

um indivíduo poderia ser compreendido não apenas através dos grupos – redes – a que ele pertence, mas também através das posições que ele tem dentro dessas redes. A análise das redes sociais foca principalmente nos padrões de relações entre as pessoas e nos laços sociais. Numa rede social, as pessoas são os nós e as arestas são os laços sociais, gerados através da interação social.

Manuel Castells (2003) em sua obra A Galáxia da Internet, também discute a realidade social e a virtualidade da internet. Para ele, os usos da internet são esmagadoramente instrumentais e estritamente ligados ao trabalho, família e à vida cotidiana. É uma extensão da vida como ela é, em todas as dimensões e sob todas as suas modalidades. O papel mais importante da internet na estruturação de relações sociais, segundo Castells (2003), é sua contribuição para o novo padrão de sociabilidade baseado no individualismo.

O individualismo em rede é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados. O que ocorre é que antes indivíduos montam suas redes, on-line e off-line, com base em seus interesses, valores, afinidades e projetos. Por causa da flexibilidade e do poder de comunicação da internet, a interação social on-line desempenha crescente papel na organização social como um todo. Novos desenvolvimentos tecnológicos parecem aumentar as chances de o individualismo em rede se tornar a forma dominante de sociabilidade.

> As redes sociais começam para valer em 2002, nota-se, portanto que a facilidade de construção de novas redes torna as pessoas totalmente desapegadas às já existentes. O fundamental das redes sociais é que qualquer jovem que conhece algo de tecnologia e que tem muito pouco capital pode imediatamente construir uma rede social (CASTELLS, 2003, p.88).

O desenvolvimento projetado da internet sem fio amplia as chances da interconexão personalizada para uma ampla série de situações sociais, dando assim aos indivíduos maior capacidade de reconstruir estruturas de sociabilidade de baixo para cima. Castells (2003) diz que essas tendências equivalem ao triunfo do indivíduo, embora os custos para a sociedade ainda sejam obscuros. A menos que consideremos que indivíduos estão de fato reconstruindo o padrão da interação social, com a ajuda de novos recursos tecnológicos, para criar uma nova sociedade: a sociedade em rede.

Euclides Mance (1999, p.63), ao abordar as redes sociais dizia que:

> Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida em que são fortalecidas por ele, permitindo-lhe expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável. Cada nódulo da rede representa uma unidade e cada fio um canal por onde essas unidades se articulam através de diversos fluxos (MANCE, 1999, p.63).

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Para um melhor entendimento sobre Redes Sociais se faz necessário compreender as relações entre os pontos de uma rede. Para estudos desse tipo, o levantamento de dados relacionais é fundamental. Segundo Scott (2000, p. 3), "dados relacionais (...) são os contatos, laços e conexões, os vínculos grupais e encontros, que relacionam um agente a outro e, portanto não podem ser reduzidos às propriedades dos próprios agentes individuais".

Barabási (2003) diz que atualmente diversos são os programas hoje utilizados para rastrear e mapear redes sociais. Mais do que demonstrar quais são os pontos da rede e suas interconexões, esses mecanismos podem também ilustrar graficamente quais são os pontos que recebem e apontam links, de quem e para onde. Como se sabe, existe uma diferença entre links recebidos (*inlinks*) e links apontados para outros pontos da rede (*outlinks*).

Recuero (2009) e Castells (2003) destacam a utilização de redes sociais virtuais para praticas sociais, culturais, políticas e econômicas. Por fim, Castells (2003) complementa que ser excluído dessas redes sociais é a forma mais danosa de exclusão que se pode sofrer. Isto se deve ao fato de que tudo passa pela internet nos dias atuais, e estar excluído digitalmente, é estar excluído socialmente.

Corroborando o que foi dito por Recuero (2009) e Castells (2003) é feito um estudo detalhado de como as Redes Sociais foram utilizadas e tiveram grande importância no processo de revolução no Egito, o que culminou com a derrubada do governo ditatorial de mais de 30 anos.

Para Castells (2008, p.56), quem tentar restringir o acesso na internet ficará isolado.

> Estamos em um mundo de redes sociais. Hoje as pessoas relacionam sua vida física com sua realidade na rede. Estão integradas. Não é uma virtualidade em nossa vida, é nossa realidade que se fez virtual. Essa é uma mudança fundamental. O que a internet permitiu é a autoconstrução das redes de relação, da organização social e das redes de pensamento. É a primeira vez na história que se produz uma autoconstrução da sociedade nessa escala.

As Redes Sociais virtuais foram utilizadas, principalmente por jovens, como meio para expressar suas reivindicações. Logo manifestações começaram a ser organizadas, tomaram as ruas, resultando em grandes mobilizações, que reuniam milhares de pessoas. Neste momento, o governo se deu conta do poder de divulgação das redes sociais virtuais e, bloqueou quase que totalmente o acesso a Internet, como forma de tentar contornar a situação. Porém, esta manobra do governo não foi suficiente, o *Google*, em parceria com o *Twitter* criou uma forma de acesso à mídia social através de telefone, permitindo que mensagens pudessem ser ouvidas em qualquer lugar do mundo, inclusive sem necessidade de acesso à Internet.

No caso do Egito, foram utilizadas Redes Sociais virtuais que não possuem um assunto ou finalidade específica, ficando nas mãos do usuário a forma de utilização. Em

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

contra partida, existem atualmente diversas redes sociais com finalidades mais especificas, e podemos citar como exemplos:

Foursquare	Com foco em dispositivos móveis, permite fazer *check-in* em diversos lugares como restaurantes, cinemas, shoppings, possibilitando incluir comentários e avaliações,
Encontro com Jesus	Esta Rede Social virtual tem foco totalmente voltado para fins religiosos, reunindo seguidores da religião evangélica;
LinkedIn	Rede Social virtual com foco em negócios, mais especificamente utilizada para divulgação de currículo profissional e divulgação de vagas de trabalhos. Assim como outras Redes Sociais, também possui o recurso de comunidades de assuntos
Ebah	Voltado para o campo acadêmico e educação, e tem como principal objetivo o compartilhamento de informações entre estudantes e professores de graduação e pós- graduação. O site auxilia o relacionamento de alunos e professores de uma mesma área profissional, facilitando os estudos dos alunos, inclusive formando grupos de estudos, debatendo assuntos e dúvidas nos fóruns existentes em cada comunidade Ebah (2012). Este tipo de rede social colabora com a disseminação do conhecimento, tornando a Internet um local de

Quadro 1 – Descrição de algumas redes sociais. Fonte – Elaborado pela pesquisadora (2014).

É fundamental destacar a importância da colaboração, neste tipo de rede social, vista como o ato de trabalhar em conjunto, construir algo em comum, onde um depende da existência e interação com o outro. Destaca-se que colaborar não é apenas trocar informações ou passar instruções, também consistem em trabalhar junto, tendo objetivos compartilhados, com a intenção explicita de somar valor.

3 Internet: como uma rede social

Sabe-se que a rede atualmente, atualmente é um dos métodos mais utilizados por apara se comunicar e obter acesso à informação; esse fato se explica por a net oferecer uma gama muito ampla de fontes de dados sobre algo e de forma mais rápida, atualizada e acessível ao usuário do que a maioria dos livros e outros materiais impressos, os quais nem sempre acompanham o ritmo das informações da forma que esse público deseja, ou seja, da forma a mais imediata, atualizada e acessível possível.

Para uma melhor compreensão sobre a Internet, será necessário observar cuidadosamente as raízes de onde provém o seu surgimento. Neste sentido, este capítulo contempla ensinamentos acerca da Internet como um dos fatores propulsores que viabilizaram o desenvolvimento da Rede de computadores na sociedade norte-americana.

A partir do século XVIII, Paulin (2007) alega que houve várias modificações que foram primordiais para o aprimoramento e avanço mundial, tais como: surgimento da máquina de vapor; surgimento dos combustíveis; energia atômica; entre outros.

Paulin (2007) recorrendo aos ensinamentos de Castells considera que a Internet surgiu em meados dos anos 60, durante a época da Guerra Fria, nos Estados Unidos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Neste sentido, nota-se que o Departamento de Defesa americano pretendia criar uma rede de comunicação de computadores em pontos estratégicos, uma vez que a intenção era descentralizar informações valiosas de forma que não fossem destruídas por bombardeios caso estivessem localizadas em um único servidor. Assim, foi criada a ARPA[46], uma das subdivisões do Departamento, cuja função era liderar as pesquisas de ciência e tecnologia aplicáveis às forças armadas (PAULIN, 2007).

Castells (2008) alega que independentemente de o seu uso militar, a Internet nasceu da necessidade de transmitir e receber informações. Pode-se pensar, portanto que a comunicação sempre foi uma premissa da Internet. Se o rádio e a televisão ocuparam o status de veículos de Informação, a criação da *world wide web*, por Benners-Lee, em 1990, fez da Internet a Espaçonave da Informação, como relata o autor.

Castells (2008) também alega que em 1991, surgiu a *www*[47], liderando uma grande mudança nos hábitos e no perfil dos usuários da INTERNET. Um grupo de cientistas do CERN - *Laboratoire Européen pour la Physique des Particules* decidiu tornar seu tempo de uso da Rede mais rápido, fácil e produtivo. Para isso, desenvolveram e acabaram por criar, em 1991, o serviço *www*. Na época era muito complicado e trabalhoso navegar na Internet.

Com essa facilidade de uso, começaram a surgir os usuários de fora das universidades: empresas e pessoas físicas. É quase incontável a quantidade de novos negócios que surgiram e continuam a surgir com os nichos criados pela explosão da *WWW -World Wide Web*. O melhor campo para se observar é o de software. Empresas surgiram da Rede e para a Rede (CASTELLS, 2003).

Bogo (2000) também discorre sobre o assunto, relatando que a estrutura de acesso antes da *www* foi originalmente projetada para membros de centros de pesquisa e universidades, uma vez que

> ...a maioria das conexões era feita dos próprios centros e laboratórios das universidades, e as que eram feitas de outros locais usavam linhas telefônicas e eram perfeitamente suportadas pela estrutura existente (BOGO, 2000, p.01).

Neste sentido, a *www* como é usado como prefixo de qualquer site na internet, uniu as redes do mundo inteiro e os usuários da Internet podiam conversar de forma on-line a partir de qualquer parte do mundo.

Sobre o assunto, Nicolaci-da-Costa (1998) alega que a história da Internet no Brasil pode ser dividida em dois períodos distintos: o acadêmico e o comercial. Neste sentido, a literatura informa que a internet surgiu no Brasil e 1990, com um crescimento comercial a partir de 1995.

---

[46] *Advanced Research Projects Agency*

[47] WWW" ou" Web" para encurtar -- ("teia do tamanho do mundo", traduzindo literalmente) é uma rede de computadores na Internet que fornece informação em forma de hipertexto.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Sobre redes sociais virtuais, Bogo (2000) nos diz que

> As interações sociais que ocorrem na Internet constituem efetivamente laços fortes. Declarações de amor, amizade e suporte são freqüentes, demonstrando intimidade. Recebem também a definição de "Redes Sociais Virtuais", que são os agrupamentos, por meio de softwares específicos (aplicativos Web 2.0) que permitem a gravação de perfis, com dados e informações de caráter geral e específico, das mais diversas formas e tipos (textos, arquivos, imagens, fotos, vídeos, etc.), os quais podem ser acessados e visualizados por outras pessoas. Há também a formação de grupos por afinidade, com ou sem autorização, e de espaços específicos para discussões, debates e apresentação de temas variados (comunidades, com seus fóruns).

Um fato recente que não podemos menosprezar é que no domínio da Internet, os blogs estão a perder 'espaço' no que respeita à partilha de informação e de conteúdos multimídia, que tem vindo a crescer progressivamente nas redes sociais. As redes sociais atualmente permitem aos utilizadores fazerem o mesmo que fariam num blog e mais ainda. Estas plataformas continuam a crescer, enquanto outros elementos, como por exemplo, o Orkut, estagnam ou entram em declínio.

De forma geral, observamos que as redes sociais constituem um laço social, ou seja, laço relacional, não com a ideia somente de associação, mas sim de relacionamento entre os indivíduos de uma mesma rede. Podendo esses laços serem fortes ou fracos, dependendo da intimidade, proximidade e intenção em criar e manter uma conexão entre pessoas.

3.2 A Internet como fonte de Comunicação

Um dos sistemas mais atuais que tratam a cerca da vigilância global foi desenvolvido em função dos conflitos da Segunda Guerra Mundial. Nesse período, onde milhares de mensagens alemãs e japonesas foram decodificados pelos sistemas aliados, cria-se uma rede de escuta planetária com o nome de Ukusa. A partir daí desenvolveu-se por meio de inúmeros países, juntamente com a Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos o sistema Echelon. Esse sistema de espionagem era basicamente uma central que capturava e analisava virtualmente todas as mensagens de e-mail, fax, e telex enviadas de qualquer ponto do planeta (COSTA, 2004).

Logo se percebe que o fato do sistema Echelon só se preocupar recentemente com questões pertinentes as atividades ilícitas, é o fato de que nos últimos 15 anos as evoluções tecnológicas da rede Echelon deixaram de estar adiante do seu tempo e hoje pode ser alcançada pelas redes industriais e acadêmicas que dispõem de equipamentos avançados e de ultima geração (COSTA, 2004).

> O fenômeno Internet difere dos outros meios de comunicação conhecidos até agora, haja vista que a postura do receptor no rádio e na televisão é meramente passiva, enquanto em relação

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> à Internet o receptor participa selecionando e emitindo informações (DICIONÁRIO DA REDE, 2004, p.01).

Muitos autores consideram que a Internet é a melhor demonstração real do que é uma autoestrada da informação, visto que a mesma pode ser considerada como uma:

> ... imensa rede de redes que se estende por todo o planeta e praticamente todos os países. Os meios de ligação dos computadores desta rede são variados, indo desde rádio e linhas telefônicas até linhas digitais, satélite ou fibras ópticas. Criada em 1969 pelo Departamento de Defesa dos EUA - DoD, como um projeto pioneiro de constituição de uma rede capaz de sobreviver a ataques nucleares, foi-se expandindo até chegar ao tamanho e importância que hoje tem, com várias dezenas de milhões de utilizadores (DICIONÁRIO DA REDE, 2004, p.01).

Desde a criação da internet, até os dias atuais, a rede vem se inserindo cada vez mais no cotidiano das pessoas. Sua utilização modificou o fluxo de trabalho e a vida da maioria das pessoas. Na busca de trabalho de pesquisas, no trâmite das informações financeiras, na velocidade das informações em jornais e revistas, no relacionamento entre pessoas, no lazer etc.

Segundo Ferreira et al. (2000, p.56), a internet como fonte de comunicação, pode ser considerada como:

> ... um fenômeno que se expandiu com grande velocidade na década passada e propiciou às organizações e às pessoas um meio eletrônico de trocar informações de forma mais rápida e econômica: o e-mail (FERREIRA, 2000, p.56)

O e-mail pode ser considerado como uma forma de comunicação ágil, denominada de correio eletrônico, a partir do qual são escritas mensagens privadas, entregues através de contas individuais.

> Este endereço indica o lugar onde você tem uma caixa postal, e através dele é possível solicitar arquivos, informações, fazer pesquisas e enviar comandos para operar computadores remotos que realizam tarefas para o usuário (DICIONÁRIO DA INTERNET, 2004, P.01).

Na opinião de Recuero (2009), uma rede social é baseada nas relações sociais entre atores, formado as conexões, sendo a Internet um mecanismo de difusão de informações e colaboração, viabilizando desta forma as Redes Sociais Virtuais.

Percebe-se, portanto que o fenômeno Internet difere dos outros meios de comunicação, haja vista que a postura do receptor no rádio e na televisão é meramente passiva, enquanto em relação à Internet o receptor participa selecionando e emitindo informações. E é neste contexto que surge o *Facebook,* um dos diversos serviços da rede sob a forma de entretenimento.

3.3 Internet como forma de relacionamento interpessoal

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ao longo da última década, a Internet tornou-se um dos mais populares massas comunicações multimídia inovador que oferece pistas para que as pessoas tenham o poder e a capacidade de explorar as diferentes formas utilização dos meios de comunicação. Entre as mais prevalentes formas de utilização da internet estão à busca de informações e comunicação interpessoal. Essas variações no comportamento refletem as escolhas individuais, fato que torna a Internet como um produto de diferentes motivações.

> As inovações tecnológicas no campo da informática facilitaram mudanças comportamentais. Assim, refeições são entregues em casa, compras são feitas através do telefone, às idas ao cinema foram em grande parte substituídas pela diversão através do vídeo e, mais recentemente, pelo DVD (Digital Vídeo Disc). A terceirização dos serviços fez com que mais e mais pessoas pudessem trabalhar em casa, comunicando-se com o mundo exterior através de seu próprio computador (GUIMARÃES, 2002, p.56).

Segundo Guimarães (2002), o medo e a violência fizeram com que a socialização ficasse cada vez mais difícil. Dessa forma, para suprir essa necessidade de contato intelectual, social e afetivo, algumas pessoas, hoje aderiram a métodos alternativos de comunicação, tais como os chats e salas de bate-papo.

Sobre a internet como forma de relacionamento, Nicolaci – da – Costa (1998) alega que a atual tecnologia dispõe uma revolução digital, uma vez que a Internet, como telecomunicação, criou possibilidades de relacionamento interpessoal diferentes das antigas cartas e do não tão antigo telefone.

MC David e Harari (1980) entendem que o mundo virtual, cria diversos relacionamentos, contrariando o convencional e o habitual, nos quais a amizade pode ocorrer de forma anônima e muitas vezes duradouras, cujo contato físico é um dos últimos atributos a serem considerados; visto que as pessoas utilizam boa parte de seu tempo atualmente, em frente a computadores.

> A princípio, a atratividade física (relacionada com a gratificação pessoal, imaginária ou real) é importante nas relações de namoro. No entanto, eventualmente, as pessoas se interessam pelo namoro pensando intensamente na mútua satisfação das próprias necessidades, não apenas sexuais, mas também emocionais e sociais. Finalmente, a maturidade do adulto oferece a capacidade da mutualidade e da troca ampliada que se requer para uma relação durável de amor (MC DAVID e HARARI, 1980, p.56).

Lopes (2004), também discorre sobre a internet como forma de relacionamento interpessoal e revela um estudo sobre a seguinte regra virtual - "nunca te vi, sempre te amei" ocorre muito no Brasil, visto que 72% dos internautas após um determinado tempo de relacionamento, resolvem se encontrar pessoalmente e 60% continuam o relacionamento após tal encontro. A autora ainda constatou que de todas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

as pessoas que possuem acesso à internet:

a) 79% costumam acessar a rede de suas casas, b) 60% mantiveram a amizade fora da Internet, c) 63% acessam pelo menos uma vez ao dia, d) 75,1% são solteiros, e) 49% tinham entre 15 e 24 anos, f) 37,5% já namoraram virtualmente e g) 72,1% já conheceram pessoalmente amigos virtuais. h) 71% dos bate-papo predominam pessoas do sexo masculino. Ressaltando que os homens são mais arrojados.

Quadro 2 – Pesquisa - nunca te vi, sempre te amei Fonte - Lopes (2004).

Lopes (2004), também alega que o individuo na condição de internauta, se localiza em varias salas virtuais de bate-papo, participa de varias comunidades, e muitas vezes são fiéis a seus amigos – porém os mesmos não se revelam inicialmente.

Os bate-papos, segundo Guimarães (2002) induzem a um tipo de contato afetivo, muito usual por pessoas inseguras ou com algum problema de socialização; neste sentido, a internet, possibilita a essas ampliar seus contatos, sem um contato pessoal, dando-lhes a oportunidade de se moldarem fisicamente – de acordo com suas fantasias e ilusões.

> O tempo parece andar bem mais rápido no mundo virtual, onde alguns dias de convívio são suficientes para sentir-se íntimo e estabelecer relações bastante intensas de amizade ou mesmo de amor, que podem ter certa duração ou esvanecerem com a mesma velocidade com que se estabelecem. Esta **compressão** da temporalidade exerce uma forte influência na sociabilidade on-line, que se apresenta extremamente dinâmica e fluida, com os grupos sendo constantemente renovados através da contínua saída e entrada de pessoas (SILVA, 2000, p. 184, grifo do autor).

Tal forma de comunicação, certa forma, extinguiu alguns tabus como contatos de fundo sexual; visto que, na condição invisível, as pessoas se permitem conversar, seduzir, trocar experiências em áreas antes proibidas. Tal fato, segundo Silva (2000) demonstra que a descoberta de uma nova forma de sexo seguro, em que adolescentes ensaiam os primeiros contatos com o sexo oposto e adultos realizam fantasias sem culpa.

Morais da Rosa (2001), em uma pesquisa acerca de relacionamentos virtuais, pôde constatar que na sala sexo do programa IRC, dentre os 25 entrevistados, os resultados foram os seguintes:

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

a) 21 eram do sexo masculino (84%); b) 4 do sexo feminino (16%), c) 100% eram solteiros, d) 92% afirmaram obter prazer através do sexo virtual, e) 88% dos entrevistados já tiveram ou gostariam de ter contato real com alguma pessoa com quem já praticaram sexo virtual, f) 44% praticantes de sexo virtual entrevistados já assumiram ou assumem o papel de sexo oposto nas relações sexuais virtuais, g) 52% dos entrevistados tinham entre 19 e 26 anos, h) 56% declararam que mudaram a opção sexual (heterossexual para homossexual, ou vice-versa) a partir do momento em que passaram a acessar as salas de sexo virtual, apesar de declararem não ter esta opção sexual na vida real.

Quadro 3 – Pesquisa sobre relacionamentos virtuais Fonte - Morais da Rosa (2001)

Mediante o discorrido, se nota que muito se discute sobre a ilusão de proximidade, de conhecimento e intimidade a despeito das - às vezes, enormes - distâncias geográficas é um dos aspectos negativos da virtualidade.

Uma relevância, levantada pelo presente estudo e que merece destaque e, consequentemente um dos mais sérios, é a fuga da - realidade real - quando essa não é, ou não está das melhores, o que, muito provavelmente, é parte do que está por trás da tão alardeada adição na Rede, principalmente nos chats. Desta forma, convém destacar que o uso da Internet já foi comparado ao uso da cocaína por Griffiths (apud NICOLACI-DA-COSTA, 1998), no qual esta comparação ocorreu devido às semelhanças dos sintomas - apresentados pelos viciados como: palpitações, tremores, sombras diante dos olhos, confusão mental, como também sintomas fracamente psicóticos com delírios de ciúmes, alucinações e ideias de perseguição.

> Num primeiro momento, os contatos sociais e interpessoais ocorrem em nível virtual, cabendo a cada um dos envolvidos determinar sua continuidade. Num segundo momento, o relacionamento virtual pode, ou não, materializar-se na realidade, concretizando as relações iniciadas no ciberespaço. Os conflitos, as mentiras, os problemas e as decepções quando da relação materializada são de caráter subjetivo, dependendo do usuário e da maneira como ele lida e convive no ciberespaço. O usuário é responsável por suas ações e atitudes na esfera do virtual e posteriormente na realidade (CASTRO, 1999, p.56).

Castro (1976), diz que os relacionamentos através da Internet, causam certa inversão nas relações sociais – analisadas pela sociologia clássica. Enquanto esta última alega que relação social necessita da materialidade, o mundo virtual, ao contrário, não condiciona a relação social ao contato face a face, mas a um sentimento coletivo, à lógica do estar - junto, mesmo num espaço desterritorializado; tal fato demonstra que existe um redimensionamento do processo da relação interpessoal e social. Para um melhor entendimento sobre rede social, o tópico a seguir abordará seus conceitos e aspectos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

3.3.1 Formas de comunicação Virtual

A internet trouxe uma forma alternativa de comunicação, no qual, o anonimato e a participação voluntária em chats de conversação, proporcionaram aproximação de pessoas, geograficamente distantes. Neste sentido, esse tipo de contato virtual, proporcionou início de vários romances e amizades virtuais. Sobre o assunto, Guimarães (2002) relata que:

> Os **chats** surgiram meios de comunicação através dos quais as pessoas se interconectam, para conversar em tempo real, utilizando-se da linguagem escrita. Já que o homem está cada vez mais em casa, o uso dos **chats** de conversação permite uma relação de interação com o mundo, não apenas como troca de idéias, mas também como uma nova forma de conhecer pessoas, o que pode vir a ampliar o número de relacionamentos pessoais (GUIMARÃES, 2002, p.56, grifo do autor).

Dessa forma, nota-se que os sites de relacionamento ajudam o internauta a resolver questões sexuais e sentimentais, bem como de aproximar pessoas geograficamente distantes. Silva (2002) também discorre sobre os chats, exemplificando que o IRC[48]. A intensão de Oikarinen, segundo o autor supra, era criar um programa que permitisse um contato entre várias pessoas de forma simultânea.

Outro exemplo que de certa forma, revolucionou o mundo dos chats, foi o MIRC, que foi criado em 1995, mediante uma solicitação do MS Windows, com o intuído de criar uma interface mais ágil para o uso do programa (IRC), com mais interatividade, como uso de ícones, janelas e cores – conforme demonstra a figura abaixo.

Atualmente, mesmo que ultrapassado, o IRC é tradicionalmente conhecido como um ponto de encontro virtual, onde as pessoas se conhecem e conquistam amigos — e até mesmo parceiros amorosos — a partir de toques de teclados que envolvem o uso de uma linguagem bastante distanciada daquelas às quais se está acostumado. A partir do IRC, surgiu às famosas e atuais salas de bate papos, bem como demais canais de encontro virtuais e relacionamento virtual.

A interatividade desse programa – IRC – permite a seus usuários escolherem as pessoas que querem interagir – mediante a escolha de um canal – que podem ocorrem mediante áreas de interesses, sejam elas: música, cinema, religião, ciência, idade, sexo, etc. A partir de então o indivíduo tem a possibilidade de escolher um apelido – chamado de nickname – a partir de então tecla-se com quem desejar. Logo se nota que o internauta, ao contactar esse programa, possui o poder de escolha com quem deseja teclar.

> No IRC toda conversa é on-line — ou seja, um digita e os outros lêem logo depois — e pública, a não ser quando são trocadas

[48] Internet Relay Chat – que foi criado em 1988 por Jarkko Oikarinen na Finlândia, como o precursor dos chats de relacionamento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> mensagens privadas em telas separadas depois do primeiro contato virtual. Assim, o "IRC" é um sistema que permite a interação de vários utilizadores ao mesmo tempo, divididos por grupos de discussão. Ao contrário dos e-mails, essa discussão é feita diretamente (diálogo direto textual). Os utilizadores deste sistema podem entrar num grupo já existente ou criar o seu próprio grupo de discussão (SILVA, 2000, p.38).

Este meio de comunicação (IRC) e outras formas de Chat são muito populares e, por isso mesmo podem exercer muita influência direta ou indireta sobre os usuários da Rede. Conforme Silva (2000, p.38),

> O IRC é um conjunto de espaços de sociabilidade na contemporaneidade, nos quais os usuários entram e interagem segundo padrões de contato determinados, nos quais devem ser iniciados. As formas de sociabilidade no IRC emergiram a partir das interações sociais entre os usuários desde os primórdios de sua criação, (...) A cultura do IRC possui códigos de linguagem, normas para o comportamento, sanções e uma distribuição diferenciada de privilégios técnicos e sociais. O IRC participa também da cultura mais geral da Internet, apresentando características semelhantes às de outros ambientes.

Silva (2002) ainda relata que o IRC – necessita do uso da linguagem adequada, uma vez que a impossibilidade de uso da voz e gestos, faz com que a linguagem se torne característica, visto que as palavras necessitam transmitir suas emoções – a partir de então surgiram os emoctions[49].

Atualmente, torna-se evidente que a Internet concretiza-se no mundo real. Os conteúdos que são trocados, com outros, podem ser de natureza diversa.

4 Mundo real *versus* mundo virtual

Para melhor compreensão entre a relação entre os dois mundos: real e virtual – se faz necessário entender cada um deles e principalmente as consequências no psicológico do indivíduo – logo se faz necessário o seguinte questionamento: Mundo Virtual: Escapismo, diversão ou controle?

> O conceito de virtual trafegou, desde os gregos Antigos, pelo pensamento escolástico e pela teologia, na Idade Média. Depois ele foi abordado pela filosofia e pela ciência modernas, especialmente pela física óptica (FONSECA, 2008, p.1).

Neste sentido a internet – como mencionada no capítulo anterior – permite o acesso a várias informações, bem como facilitar a comunicação e interação entre as pessoas.

Dentro dessa interatividade, existe um mundo maior – denominado aqui como mundo

[49] Forma de comunicação para lingüística, um emoticon, palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: *emotion* (emoção) + *icon* (ícone) (em alguns casos chamado smiley) é uma seqüência de caracteres tipográficos, tais como: :), ou ^-^ e :-); ou, também, uma imagem (usualmente, pequena), que traduzem ou querem transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

virtual, que foi criado pelo ser humano, permitindo que o mesmo faça suas escolhas e se permita viver um imaginário – até então obscuro e inacessível. Logo, esse mundo permite que duas pessoas se comuniquem independente da distância, a partir de então nota-se que pessoas juntas podem estar distantes – uma vez que a distância pode ser aproximada pela tecnologia.

Além da distância, o mundo virtual, permite ao indivíduo se moldar de acordo com suas fantasias e anseios. Ou seja, no virtual, pode-se fazer valer a imaginação e a criatividade, como demonstra a figura abaixo, no qual uma pessoa pode se moldar de forma a expor-se dessa forma no mundo real.

Lévy (1996) discorre sobre o assunto, alegando que a comparação entre mundo real e virtual, pode ser comparada a uma moeda – no qual cada lado pode representar um dos mundos. Nesse sentido, a relação virtual e real, "recorrerão tanto ao passado, quanto ao presente-futuro, como teia fluxos e refluxos, avanços e descontinuidades, como um estado de sedução ou como na forma política do Estado Sedutor" (DEBRAY, 1994, p.59).

> O mundo virtual é um mundo independente, dizem. Eu já não concordo. Dizem o mesmo dos amigos reais e virtuais, embora muitos estejam enquadrados nas duas categorias, ou possui a sua contraparte virtual. Mas o homem nada entende ou realiza sem sentir ou estar localizado a partir de uma definição pessoal, afirmam os entendidos. Por isso reflito e penso sobre a minha convicção de que uma coisa e outra são a mesma coisa. Real e virtual são uma só realidade. Pelo menos para mim (ALMEIDA, 2008, p.1).

O mundo virtual, portanto, é um mix entre passado e presente-futuro, ou melhor, presente e intenção deste, uma vez que:

> Este mundo real/virtual é, assim, um convite, mas um convite que tanto nos chega com dose de utopia, quanto de receio de traição: muitas vezes de traição ao que os clássicos poderiam ofertar livremente, com total desimpedimento, mas que certos abusos reais e virtuais acabaram por contaminar. Talvez por isso usuários comuns digam: **Pense bem antes de entrar aqui** (ALMEIDA, 2008, p.1, grifo nosso).

As figuras a seguir demonstram bem o paralelo e semelhanças entre os mundos: real e virtual.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Figura 2 – Real versus Virtual

Figura 3 – Real versus Virtual

Araújo (2008) alega que o "mundo virtual" é mais fluído, liberal e/ou permissivo do que o mundo real, uma vez que

> Ver os perfis de meus amigos (virtuais ou não), seus e-mails, suas fotos e suas páginas é penetrar nos seus mundos e garantir a posse dos segredos de suas paixões às quais bastaria à indiferença e a imobilidade para renunciar a cada um desses pequenos grandes mundos que são as pessoas. Assim eu me sinto mais perto de cada um deles (ALMEIDA, 2008, p.1).

Na tentativa de demonstrar que o mundo virtual, nada mais é que um mundo inventado Araújo (2008) alega que nos dois mundos, a pessoa em essência, é a mesma, neste sentido ele ainda argumenta:

> Não há porque crer que haja dois mundos, posto que ambos sejam habitados pelas mesmas pessoas. A diferença parece ser apenas semântica, pois o virtual já é parte totalmente integrante e imprescindível da vida moderna, tanto no campo pessoal como no profissional (ARAUJO, 2008, p.1)

Araújo (2008) ainda argumenta que para viver nesse mundo virtual se faz necessário construí-lo. Neste sentido, o autor relata que um link pode revelar vários sentimentos, nesse aspecto Honneth (2003) diz que no mundo virtual, existe uma luta pelo reconhecimento intersubjetivo.

Assim, o autor, ainda revela que não haveria porque alguém ser mais permissivo e/ou tolerante só por estar na frente do computador, sem contato físico com as demais pessoas, neste sentido questiona se um delegado de Polícia, pelo fato de estar na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Amazônia, poderia criar suas próprias regras, pelo fato de ser o único delegado da região. Honneth (2003, p.56, grifo nosso), também tenta exemplificar o mundo virtual:

> Um exemplo da virtuosidade desse mundo real/virtual advém do clássico virtus, como potencialidade ou possibilidade instigante, infinita e aberta ao futuro. Porém, como sectarismo, do passado ressurgem os argumentos da Razão de Estado e que hoje ressoam como "clausura", censura, controle, restrições, "domínios" ou "territórios não-livres". Esta, se ainda pudéssemos dizer, é um recuo sectário aos clássicos, porque se fecha em pura agressão à liberdade, à comunicação, autonomia e bom senso.

A literatura tem demonstrado que no Ocidente, o mundo virtual revolucionou de forma significativa as campanhas eleitorais e proporcionou o inicio de um jornalismo chamado de cidadão. Nesse sentido, nota-se que nas recentes democracias e nos regimes autoritários, a virtualidade forneceu uma arma temível aos defensores da liberdade de expressão e aos militantes democráticos - a arma da comunicação invisível.

> Inevitavelmente, esses regimes buscaram formas de controlar essa arma. E eles a encontraram - com a ajuda das grandes companhias de high-tech ocidentais. Seja por meio de um arsenal repressivo ou tecnológico, certos países agem de todas as maneiras possíveis para tentar controlar a Internet, para impedir a circulação das ideias, das informações e das palavras de ordem independentes (NEUFVILLE, 2007, online).

Mediante essas explanações, surge o seguinte questionamento - Será que eles conseguem? Como hipótese a tal problemática Kauffmann (2010, p.56), alega que tal controle pode ocorrer, mas não de uma maneira plena e total, visto que "é mais fácil controlar um pequeno país de que um grande, mas, conforme vêm constatando às suas custas os dirigentes chineses, a onda da Internet não é fácil de represar". Neste sentido, nota-se que o entendimento vigente é que, adolescentes ou adultos, ao publicar suas posições pessoais na Internet, faz-se necessário respeitar a honra, a integridade moral, a liberdade e demais requisitos que permitem todos viver e interagir com as demais pessoas e que caracterizam a vida em comunidade.

> Os amigos virtuais do mundo virtual, tanto quanto os reais do mundo real são representações de pessoas por mais dissimulados que estejam em seus agrupamentos de pixels. Um amigo é e sempre será um mundo sagrado cujas portas separam esse espaço inviolável do mundo profano. Esse mundo passa a ser o centro dos mundos. Saber ocupar esses espaços é assumir a responsabilidade pela criação (ou destruição) desses mundos (KAUFFMANN, 2010, p.56).

É fundamental a consciência de que, quem não agir assim, não estará ao abrigo da Justiça, e correrá o risco de ser enquadrado em um ou mais artigos do Código Penal ou de outras normas legais. Araújo (2008), ainda alega que na China, estima-se em 40.000 policiais da Web contra 162 milhões de internautas, uma muralha virtual de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

proporções chinesas, depois o Vietnã enfrentando fortes ondas de resistência ao "controle estatal". Na Tunísia, há um enorme incentivo governamental quanto à acessibilidade, mas o custo é igualmente elevado: "os provedores de acesso devem transmitir as suas listas de assinantes para as autoridades". Por fim, o autor relata que em Cuba, as conexões são privadas, difíceis e raras: os usuários que dispõe de computadores pessoais têm de pedir autorização expressa para se conectar.

Kauffmann (2010) diz que desde meados de 2004 (logo após o surgimento do Orkut), a mídia passou a ficar repleta de notícias onde pessoas têm sido investigadas, denunciadas, multadas, presas ou levadas aos tribunais devido a terem usado o mundo virtual para cometer os mais variados tipos de crime ou contravenção, como: injúria, calúnia, difamação, pedofilia, tráfico de drogas, estelionato, racismo e outros, inclusive através do Orkut. Boa parte delas por acreditar que ali não estaria ao alcance da Lei. Neste sentido, Araújo (2008) revela que não se deve entender que a ideia de que a Internet é uma zona sem lei e, consequentemente, qualquer prática criminosa cometida através dela deverá ser investigada e seu autor ou autores deverão ser responsabilizados judicialmente, como já o estão sendo. Portanto, perante a Lei, a Internet em nada difere de qualquer outro meio de divulgação (jornais, revistas, rádio, televisão, etc.).

Finaliza-se este capitulo, com um comentário de Araújo (2008) que considera a internet, de certa forma, não maléfica a vida humana, mas sim a forma de uso que pode causar prejuízos e danos à sociedade.

> Convenhamos, não é a vida virtual que ameaça a real. Somos nós que a usamos mal. A de que a vida virtual existe – e negá-la seria como negar a ação da gravidade; e a de que a vida virtual foi criada para dar mais qualidade à vida real, e não para substituí-la. A história do futuro é emocionante As outras histórias contam as coisas passadas; esta promete as que estão por vir. As outras trazem à memória aqueles sucessos públicos que o mundo viu; esta intenta manifestar ao mundo aqueles segredos ocultos e escuríssimos que não chegam a penetrar o entendimento. A ciência dos futuros – disse Platão – é a que distingue os deuses dos homens; e daqui lhes veio, sem dúvida, aos homens, aquele antiquíssimo apetite de serem como deuses; A vontade de brincarmos de deuses nos levou a criar um novo mundo, o virtual. O único perigo é acreditarmos na brincadeira (ARAÚJO, 2008.p.56).

Considerações Finais

Não há dúvidas de que o mundo virtual pode ser considerado mágico e sedutor, ao fato de aproximar as pessoas num simples click. Neste sentido, os fatores: tempo, espaço e geografia - há muito, são considerados irrelevantes para aproximar e controlar as pessoas. Logo, se nota grande diferença entre os mundos – real e virtual, uma vez que o último permite que o ser humano se conecte com suas fantasias, ilusões

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

moldando o individuo de acordo com sua vontade.

O mundo virtual é mais rápido, mais direto e imediato. Além disso, a todo momento um novo dispositivo de relacionamento virtual é criado, o que facilita e estimula esse tipo de interação social. Há uma variedade grande de meios de comunicação virtual, entre eles e-mail, redes sociais, torpedos, chat, mensagem de texto, blog e tantos outros.

Analisando a pesquisa bibliográfica acima, pudemos constatar que a internet, por ser uma poderosa ferramenta de relacionamento, permitem laços entre os indivíduos na comunicação mediada por computador. Tal sistema funciona através da interação social, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação. Nessa relação, os indivíduos envolvidos na rede, levam em conta diversos fatores, dentre eles, conectar-se ou não a alguém. E o grande número de pessoas conectas induz a um movimento politizado das redes sociais, que promovem uma mobilização de multidões em prol de uma causa, acompanhamos isso, recentemente, em passeatas contra a corrupção e manifestações diversas que ocorrem e surgem em redes sociais.

O estudo parte do pressuposto que, a comunicação virtual, surgiu para facilitar os relacionamentos das pessoas, mas jamais uma forma de comunicação substituirá a outra, em razão de que ambas possuem limitações e relevâncias para os relacionamentos interpessoais. E de modo geral, os autores citados apresentam posições similares no que diz respeito à necessidade do ser humano de se relacionar e quanto ao fato de que na comunicação à distância, mediada por computador, existe a possibilidade de as pessoas apresentarem suas várias faces, suas múltiplas identidades, encontrando e reunindo-se a pessoas que gostam e possuem os mesmos valores que os seus, enquanto se relacionam com pessoas de qualquer lugar do mundo, uma vez que, pela comunicação a distância, rompem-se todas as barreiras do espaço.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Roberto. **O mundo real e o mundo virtual**. Curitiba/Juiz de Fora, Paraná/Minas Gerais, Brazil Publicado em 7/05/2007. Disponível em: 10.3.08http://www.sartrecoc.com.br/adm_materias_ver.asp?cod_col=581&vez=ok. Acesso em 20 de Outubro de 2008.

ARAÚJO. Leonardo. **Mundo real e mundo virtual**: há diferenças? Disponível em: http://lrc.araujo.sites.uol.com.br/virtual.htm. Acesso em: 20 de Novembro de 2008.

BARABÁSI, Albert. **Linked. How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business**. Science and Everydai Life. Cambridge: Plume, 2003. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/com_virtuais.pdf. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.

BOGO, Kellen Cristina. **A História da Internet - Como Tudo Começou**...,São Paulo, 08/07/2008 às 13h05 julho 2000. Disponível em < http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**.7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

_____, Manuel. **A sociedade em Rede**. Volume 1, 8. ed. Paz e Terra, 2008.

CASTRO, Armando. **A Epistemologia das Ciencias Sociais do Homem e suas relações com a psicologia**. Lisboa, Assírio e Alvim, 1976.

COSTA, Rogério. **Sociedade de controle**. São Paulo em Perspectiva: Ed.1, 2004.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

DEBRAY, R. **O Estado Sedutor**: as Revoluções Midiológicas do Poder. Petrópolis-RJ : Vozes, 1994. DICIONÁRIO DA REDE. **Dicionário On Line de Português**. Disponível em: http://www.dicio.com.br/rede/. Acesso em 28 de Janeiro de 2014.

FERREIRA, I. V.et al. O comportamento verbal em um novo contexto: os canais de bate-papo na internet. In: Reunião Anual de Psicologia (Org.), **Resumos de Comunicações Científicas**. Reunião Anual de Psicologia – Resumos. Brasília: SBP, 2000.
GUIMARÃES, G. M. **Relações virtuais, aurora de um novo pensar**. Recuperado em 08 de abril de 2002, dehttp://www.cfh.ufsc.br/~ciber/rba_guimaraes.html. Acesso em 28 de Janeiro de 2014.
HONNETH, Axel. **Padrões de reconhecimento intersubjetivo**: amor, direito, solidariedade. In: Luta por reconhecimento:a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003.
LÉVY, Pierre. **O Que é Virtual?**. Rio: Editora 34, 1996.
KAUFFMANN, M. **Você se relaciona melhor com as outras pessoas no mundo real ou no mundo virtual?** Publicado em: 28 DE JULHO DE 2010. Disponível em: http://mkauffmann.blogspot.com.br/2010/07/voce-se-relaciona-melhor-com-as-outras.html. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.
MACDAVID, John W.; HARARI, Hubert. **Psicologia e Comportamento Social**. Rio de Janeiro: Interciencia, 1980.
MANCE, Euclides André. A Revolução das Redes - **A Colaboração Solidária Como Uma Alternativa Pós-Capitalista a Globalização Atual**. Petrópolis, Vozes, (no prelo), 1999.
MORAIS DA ROSA, A. Existe amante virtual? A pergunta que não quer calar! **Jornal Casa da Cultura Jurídica**. 2(8), 6-10. Publicado em 2001. Disponível em http://www.tj.sc.gov.br/cejur/eventos/amantevirtual.htm. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.
NICOLACI-DA-COSTA, A. M. **Na malha da rede**: os impactos íntimos da Internet. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
PAULIN, Geovani. **A internet e seus serviços, da arpanet a web**, FAETEC – Faculdade de Tecnologia de Ourinhos - São Paulo, 20/10/2008 às 19h30. Disponível em < http://www.webartigos.com/articles/1823/1/a-internet-e-seus-servicos-da-arpanet-a-web/pagina1.html. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.
RECUERO, Raquel da Cunha. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet**. Trabalho apresentado no XXVII INTERCOM, na PUC/RS em Porto Alegre. Setembro de 2004.
SCOTT, John. Social Network Analysis. A Handbook. **London UK: Sage Publications.** 2000. Second Edition. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/com_virtuais.pdf. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.
SILVA, A. M. A. C.da. **Reconectando a sociabilidade on-line e off-line: trajetórias, formação de grupos e poder em canais geográficos no Internet Relay Chat (IRC)**. Dissertação de Mestrado Não-Publicada, Programa de Mestrado em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2002. In: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722008000200010. Acesso em 20 de Janeiro de 2014.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, UM DESAFIO PARA A MODA

Fernanda Floriano (Pós-Graduanda em Negócios da Moda: Gestão, Marca e Coleção); fer.floriano@hotmail.com*
Caren Caroline Zago Leonardi (Pós-Graduanda em Negócios da Moda: Gestão, Marca e Coleção); caren.caroline@hotmail.com

Resumo

Este presente artigo refere-se a uma questão polêmica e ao mesmo tempo necessária na atualidade, sustentabilidade ambiental e seu desafio na moda. Mesmo com todas as matérias primas e alternativas para produzir um produto ecologicamente correto existem muitos empecilhos nessa comercialização, tem que haver responsabilidade socioambiental em rodo o processo, ou seja, plantio, extração, fabricação e distribuição das mercadorias. E se a comunicação com o consumidor não for ética, tudo isso perde o seu valor. Trata-se de um ciclo virtuoso codependente. Com tudo, como produzir uma matéria prima de uma forma que não afete de maneira negativa o meio ambiente e população, transformando isso em ajuda positiva para ambos, como deixar esse produto lucrativo e satisfatório para o consumidor e empresa, despertando um desejo de consumo para pessoas que não tem interesse ou não se importam com o bem do meio ambiente.
Palavras-chave: Desafio. Sustentabilidade. Moda

Abstract

This present article refers to a controversial issue while necessary today, environmental sustainability and its challenge in fashion. Even with all materials and alternative materials to produce an environmentally friendly product there are many obstacles that marketing, there has to be social and environmental responsibility in the squeegee process, ie, planting, extraction, manufacture and distribution of goods. And if communication with the consumer is not ethical, all this loses its value. It is a codependent virtuous cycle. With everything, how to produce a raw material in a way that does not affect negatively the environment and population and turning it into positive help for both, like leaving this lucrative and satisfying product for consumers and business, awakening a desire for consumption people who have no interest or do not care about the good of the environment.

Keywords: Challenge. Sustainability. Fashion

INTRODUÇÃO

O conceito de Desenvolvimento Ambientalmente Sustentável, padrão que se estabeleceu no século XXI, é um desafio para o mercado de moda. O designer de novos produtos, a indústria e até mesmo o consumidor, possuem papel importante no amadurecimento deste novo modelo. Devem-se considerar os impactos ambientais em todo processo de desenvolvimento, desde a origem da matéria- prima, até o descarte pelo consumidor final.

Atualmente, o termo "desenvolvimento ambientalmente sustentável" está cada vez mais presente no nosso cotidiano, visto que o planeta vem sofrendo transformações sociais, econômicas, ambientais e culturais. O mercado de moda está diretamente relacionado a esta crise ambiental, tendo como maior desafio, desenvolver produtos economicamente viáveis, socialmente justos e ecologicamente corretos, na contramão da "Era *Fast Fashion*", valorização de marcas internacionais e invasão dos produtos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

chineses com baixo custo e boa qualidade.

Fast Fashion é um termo utilizado para definir uma moda rápida, produção instantânea e frequente de novidades, gerando um retorno veloz de faturamento. Grandes magazines como C&A, Renner, Riachuelo e Zara, aderiram a esta nova tendência. Coleções compactas, modelos semanais, retirando da arara o que não vendo, substituindo pelo que vende rapidamente, aumentando assim os estoques, com grades de tamanhos e cores furadas, gerando polêmica, pois estimula o consumismo e mão de obra escrava de países como Camboja, Bangladesh, entre outros do sudeste asiático.

Estas tendências, dos lucros rápidos e cada vez maiores, sem considerar os impactos, têm gerado muitos problemas ambientais e sociais. Em alguns países existe uma legislação rígida para que as empresas se adequem as regras para minimizar os prejuízos. Atualmente vêm crescendo o mercado de produtos ecologicamente corretos, para consumidores conscientes, que se preocupam com o meio ambiente e causas sociais, atendendo as necessidades do presente sem comprometer as necessidades das futuras gerações.

> Segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente (1987), desenvolvimento sustentável é "a exploração equilibrada dos recursos naturais, nos limites da satisfação das necessidades e do bem-estar da presente geração, assim como de sua conservação no interesse das gerações futuras". É o "desenvolvimento que atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem a suas necessidades" de acordo com a Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento - CMMAD - Comissão Brundtlant (1987).

Para estabelecer as diretrizes do desenvolvimento sustentável, foi criada a Agenda 21, adotada em 1992, na Reunião da Cúpula da Terra, por 170 chefes de Estado e de Governo, definindo princípios de ações desejáveis para traçar o caminho em direção ao desenvolvimento sustentável.

Em 1993, com a implantação do ISO 14000, certificado que tem como objetivo a gestão ambiental, oferecendo uma estrutura organizada para que as indústrias obtenham ações internas para a certificação, seguindo os critérios seguintes: auditorias ambientais, avaliação de desempenho ambiental, rotulagem ambiental e análise do ciclo de vida dos produtos. A ISO 14000 é auditada pela ISO (International Organization for Standartization), que é a autoridade em certificações em todo mundo. No Brasil, a certificação é mantida pela ABNT e, portanto, foi denominada ABNT NBR ISO 14001.

A indústria que usa a certificação agrega valor à marca e seus produtos, pois terá seu nome associado a uma imagem de organização que se preocupa com o meio ambiente, como também ganhos econômicos, reutilizando seus recursos como água e energia elétrica, porém ainda são poucas empresas têxteis que procuram se adequar aos princípios da sustentabilidade ambiental. No Brasil, vem crescendo o número de marcas que trabalham com este valor agregado em seus produtos, visto que é um país

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

que possui grande potencial de criatividade a ser explorado e recursos naturais, que atualmente estão esquecidos em virtude da valorização dos produtos internacionais.

De acordo com Figueiredo (2012), para que uma marca de roupas seja considerada sustentável e apta a receber um selo de qualificação socioambiental, é preciso ter comprovação, no mínimo, os cinco atributos essencial da sustentabilidade de um produto. São eles: a qualidade e a salubridade do produto (conciliação entre a qualidade de vida, ambiental e condições para desenvolver um ambiente saudável e socialmente justo) e a responsabilidade socioambiental de comunicação do fabricante. Não importa se o tecido for orgânico se a tintura apresentar níveis elevados de produtos químicos. Tem que haver responsabilidade socioambiental em rodo o processo, ou seja, plantio, extração, fabricação e distribuição das mercadorias. E se a comunicação com o consumidor não for ética, tudo isso perde o seu valor. Trata-se de um ciclo virtuoso codependente.

Diante deste contexto, aos poucos, o mercado brasileiro está percebendo que, para competir com outras marcas, é necessário ter diferencial. Com isso, está surgindo várias alternativas de produtos de qualidade, designer moderno, produzidos de forma a não gerar danos ao meio ambiente e incentivando a cultura e geração de renda em comunidades carentes. A empresa procura seguir todas as etapas do processo de comércio justo, desde a matéria prima, até o produto final, disseminando a responsabilidade e inclusão social e também consciência ecológica entre parceiros e clientes.

Esta é a base da Economia Criativa Brasileira, a partir dos conceitos de inovação e criatividade, tendo o intelecto uma forma de sustentação para uma economia que vêm sofrendo transformações. O grande desafio para a indústria da moda no Brasil é transformar o setor produtivo em um setor criativo, visto que, apesar de seus potenciais, naturais e humanos, o país não está entre os países que se destacam em relação ao desenvolvimento de bens e serviços.

ECONOMIA CRIATIVA

No momento atual, várias sociedades enfrentam crises sociais, econômicas, ambientais e culturais. O modelo moderno de desenvolvimento necessita ser modificado visando diminuir os impactos que afetam o meio ambiente e social, surgindo assim, um desafio em pensando em um desenvolvimento fundamentado na criatividade, inovação, cultura, tradicionalismo, valores humanos, ambientais e sociais. Inicia-se um processo de discussões sobre a economia criativa, economia da cultura e indústrias criativas, que surgiu pós-industrial, sofrendo transformações, sendo a propriedade intelectual uma forma de manter a economia, possuindo uma ligação maior com a inclusão e o equilíbrio entre os indivíduos e a sociedade como um todo.

Howkins (2001), diz que a "economia criativa é a comercialização e venda de novas ideias e invenções, onde o trabalho intelectual gera valor econômico, uma forma de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

renovar as tradicionais indústrias." A economia criativa surge como forma de fortalecer as tradicionais indústrias de manufaturas, entretenimento e serviços, e dá às pessoas o direito de propriedade, tanto econômicos quanto morais sobre seus produtos".

No Brasil, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) prepara, executa e controla políticas públicas para um desenvolvimento definido em quatro princípios: a inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural brasileira.

A inclusão social dá o direito ao cidadão ter acesso aos bens e serviços criativos, através de projetos que atendam suas necessidades e se encontram em situação de carência social, qualificando-os profissionalmente, gerando oportunidades de trabalho e renda. Assim, o tipo de desenvolvimento que se pretende realizar, garante sustentabilidade social, cultural, econômica e ambiental para as futuras gerações.

De acordo com Dantas (2008), as indústrias criativas têm como alicerce, pessoas com capacidades criativas e artísticas, para desenvolver produtos e serviços, cujo valor econômico reside em suas qualidades intelectuais ou culturais. Este modelo vem crescendo em ritmo acelerado visto a outros setores econômicos.

O mercador brasileiro está começando perceber que é necessário ter diferencial para competir com outras empresas, principalmente com produtos oriundos da China, cujo custo é muito baixo, com qualidade técnica superior e inovadora. Portanto, a hora é agora para que os profissionais da moda no Brasil demonstrem seu potencial criativo, com a exploração positiva dos recursos naturais que possuímos, a fim de gerar soluções para atender as necessidades do mercado nacional.

Valorizar o conhecimento, investir em pesquisas de mercado, de moda, de tendências, buscar nas raízes da cultura brasileira a matéria-prima para a criação, incentivar micro e pequenas empresas a contratar criadores que auxiliem de maneira mais concreta na criação dos produtos, fazer intercâmbio de conhecimentos entre profissionais de moda e comunidades, estudar soluções para a grande necessidade importação de matérias-primas, são apenas alguns tópicos que podem ser feitos para revitalizar o desenvolvimento criativo nacional. Ronaldo Fraga e Jum Nakao são exemplos de designers brasileiros que estão colhendo frutos destas iniciativas, tendo seu reconhecimento nacional e internacional, por utilizarem recursos naturais como base, criando uma identidade nacional.

Infelizmente o Brasil ainda é um país carente em suas políticas públicas, investimentos em infraestrutura e controle de gastos públicos. Estamos em meio a uma crise, em que se faz necessário melhoras os investimentos em educação, para que o aprendizado, junto aos fundamentos da economia criativa, gerem soluções positivas, tanto sociais quanto econômicas.

CONSUMIDOR

Com base nesse novo posicionamento de valores, tem crescido atualmente o número de consumidores conscientes, que procuram por produtos ecologicamente corretos,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

formadores de opinião, que fazem parte do movimento "Eco-chique", que adotam determinadas posturas e querem ser visto desta forma pela sociedade, já que vestuário é comunicação. O filósofo francês, Lipovetsky, na sua obra, Império do Efêmero, diz que "a moda é o espelho da sociedade". Segundo ele, "a construção do futuro tende a ser sacrificada às satisfações das categorias e dos indivíduos do presente" (LIPOVETSKY, 1989).

Coelho (1995) diz que a roupa nos fala de quem a veste, ela é uma linguagem, é um sintoma individual e social: "diga-me o que vestes e eu te direi como estás, quanto tens, a que grupo pertences". O vestuário é comunicação, o vestuário fala. Portanto, se o vestuário agregar um valor de desenvolvimento sustentável, o usuário irá comunicar que é um sujeito consciente e que se preocupa com as futuras gerações e preservação do planeta.

Esse novo perfil de público denomina-se LOHAS (Lifestyle of Health and Susteinability) traduzindo como Estilo de Vida, Saúde e Sustentabilidade, ou seja, pessoas com estilo de vida focado na saúde e no desenvolvimento social, que assumem o conceito de vida saudável em seu comportamento e nas suas atividades diárias. O LOHAS prioriza a união entre corpo e espírito, o zen com a vida urbana, o passado com o futuro e estão ativamente envolvidos em causas sociais, transportando sua forma de viver e seus valores para os produtos que adquirem, para as decisões particulares que tomam em relação a viver, ser e estar numa sociedade.

Um novo tipo de consumidor vem crescendo nos últimos tempos, preocupados em disseminar valores que estão relacionados à "filosofia da preservação". São os vegetarianos, porém quanto ao vestuário são poucos produtos que atendem este nicho de mercado. Contudo, existem várias matérias-primas disponíveis para produção do vestuário, como couro vegetal, tecido natural como algodão orgânico e sintéticos, produzidos com materiais como pet das garrafas de refrigerante, evitando que sejam jogadas na natureza onde levariam muito tempo para se degradar. Uma inovação na indústria da moda, de origem nacional, foi criado pelo estilista brasileiro, Caio Van Vogt. O tecido Ecovogt, uma fibra de origem vegetal, 100% ecológica, que se decompõe em dois anos, enquanto o algodão demora 10 anos e o poliéster, um século.

LUCRATIVIDADE E BRANDING

De acordo com pesquisas de mercado constatou uma variação das vendas após as práticas socioambientais. As vendas aumentaram, não só pelas práticas socioambientais, mas por ser um produto inovador, conceitual e exclusivo. À medida que as pessoas são informadas sobre sustentabilidade, começam a dar valor às iniciativas das empresas de moda. Somente a partir daí a sustentabilidade passa a ser um fator de definição da compra. As empresas de moda que adotam práticas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

socioambientais são bem vistas no exterior. A adoção de práticas socioambientais agrega valor à marca, fortalecendo a imagem da marca.

> Muitas empresas, para agregar valor em sua marca, tem se apropriado com conceito de sustentabilidade em sua comunicação. Com isso o chamado "branding" tem sido tão comentado. "Construir marcas fortes é um desafio que depende de um bom planejamento e profissionais competentes, mais do que logotipo e slogan, as marcas precisam conhecer bem seu público e se posicionar de acordo com as expectativas dele." (TYBOULT CALKINS, 2006).

As associações feitas às marcas são fatores que as valorizam, fazendo com que o consumidor se sinta mais próximo a elas, permitindo assim, cobrarem mais pelo produto final, pois a marca passa a significar algo além do palpável, mas também sentimento, concedendo certas garantias ou status, gerando maiores lucros (KAPFERER, 2003).

CONCLUSÃO

Atualmente o mundo enfrenta vários dilemas envolvendo situações relativas ao meio ambiente e à economia, passando por períodos de instabilidade e insegurança.

Para superar os problemas e garantir a sobrevivência das marcas, é necessário buscar meios sustentáveis e produzir e comercializar através de soluções criativas e inovadoras, principalmente a metas de longo prazo. Fatores que até pouco tempo não eram considerados importantes, como o índice de desperdício de matérias-primas e recursos naturais, processos que respeitam o meio ambiente, geração de emprego e estímulo à economia local, agora ameaçam o sucesso das empresas que vão na contramão.

Por isso é importante desenvolver um planejamento que contemple o crescimento econômico, garantindo um crescimento tanto sustentável quanto lucrativo.

A sustentabilidade é uma tendência mundial. Sair na frente neste quesito é um diferencial que vai fazer com que as marcas sobressaiam entre as concorrentes no mercado.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. O desenvolvimento sustentável e os principais entraves à sua implementação em âmbito mundial. Florianópolis, 2012.

COELHO, Maria José de Souza. Moda: um enfoque psicanalítico. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. DE MAIS, Domenico. O ócio criativo. Rio de Janeiro, Ed. Sextante, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo, Cia das Letras, 1989.

LURIE, Alison. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

MANZINI, Ezio; Velozzi, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. Os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo, Ed. Da Universidade de São Paulo, 2005.

TYBOUT, Alice; Calkins, Tim. Branding. Ed. Atlas, 2006.

KAPFERER, Jean – Noel. As marcas, capital da empresa. Porto Alegre, Bookman, 2004.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

"ANTES DE DORMIR" – O DESAFIO DA ESCRITA

Lilian Patrícia Lourenço da Silva (Aluna Pós Graduação Gestão de Marketing); lilianpatricialou@gmail.com

Resumo

Ajudar o próximo é um desejo constante em minha vida, por isso em fevereiro de 2015 realizei um grande sonho pessoal, publiquei o livro "Antes de dormir" de forma independente com o objetivo de contribuir de forma positiva principalmente com a sociedade, pois em um mundo onde pessoas são tratadas como números, onde a tecnologia parece tomar o lugar de trabalho do ser humano e onde a falta de oportunidade é um obstáculo diário vivenciado, como destacar-se e conseguir seu "lugar ao sol"? Podemos nunca ter a resposta exata, mas alguns caminhos podem ser traçados para que se chegue o mais próximo possível de tais objetivos. Em Antes de dormir, acompanhamos a história de Tayna, uma jovem que começa a pensar no seu futuro sem esquecer-se de suas raízes e de tudo que aprendeu com sua mãe e falecido pai. Na noite de seu aniversário, ela recebe uma visita inesperada que a ajuda a construir uma nova imagem de si e de seu papel na sociedade, para assim, poder evoluir como pessoa e profissionalmente. O livro, além de levantar a discussão sobre os papéis das pessoas na sociedade, traz várias lições sobre como alavancar suas ambições profissionais, como entrar no mercado de trabalho e como comportar-se em ambiente de trabalho para que possa ser reconhecido e ter um lugar conquistado por mérito, a "experiência brilhante" de Tayna e inspira o leitor a galgar caminhos de sucesso, pois é como sempre digo: "Existem muitas coisas para se aprender Antes de dormir".
Palavras-chave: Livro. Escritora. Sociedade. Profissional. Evolução.

Abstract:

Helping other people is a constant desire in my life, so in February 2015 I accomplished a great personal dream, which was publishing my book "Before Going to Sleep", an independent production aimed at contributing positively to society. In a world where people are treated as numbers, where technology seems to replace them in the work market and where the lack of opportunities is a daily obstacle experienced by everyone, how can we find a place in the sun? There may never be an exact answer, but some ways can be paved for getting as close as possible to those goals. In "Before Going to Sleep", we follow Tayna's story, a young lady who starts to think about her future without forgetting about her origins and everything she has learned with her mother and dead father. On the night of her birthday, she receives an unexpected visit that helps her build a new image of herself and of her role in society, so that she can evolve personally and professionally. The book, besides bringing up for discussion people's roles in society, teaches many lessons on how to drive forward professional ambitions, start and behave in the job market so as to be recognized and have a place achieved by merit. Tayna's "brilliant experience" inspires the reader to climb to success, because as I always say, "There are many things to be learnt before going to bed".

Key words: Book. Writer. Society. Professional. Evolution.

INTRODUÇÃO

Acredito que todo ser humano em alguma fase da vida se pergunta qual a razão da sua própria existência, considerando que todos partiremos deste Mundo, o motivo de estar aqui e passar por todos os desafios desta vida. Eu me fiz essa

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pergunta. Aliás, eu me faço essa pergunta constantemente. Além de acordar todos os dias em busca dos meus objetivos, eu me via na situação de também querer buscar ajudar o próximo, sim porque se não tivéssemos esse desafio, teríamos nascido neste Mundo sozinhos. Em 2010 me mudei para a cidade de São Jose do Rio Preto e fui em busca de realizar o sonho que tinha há tempos de ministrar aulas com o objetivo de contribuir com a sociedade, sendo assim no mesmo ano iniciei o meu trabalho com jovens junto a um Projeto Social da cidade, mas ainda sim continuava inquieta, dizendo a mim mesma que o meu campo de abrangência estava muito limitado e novamente me questionei como poderia ajudar mais pessoas de uma forma simples, objetiva e muitas das vezes com a minha ausência na forma física, com esses questionamentos surgiu a ideia de escrever o livro, pois como sempre digo "a minha paixão pela leitura me fez escrever".

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

No ano de 2012 iniciei a atividade de escrita do livro, algumas ideias ainda estavam "embaralhadas" em minha mente, principalmente pelo fato de não ter visualizado todo o contexto da estória que iria contar, ela apenas havia "nascido" sem saber como iria crescer e justamente por esse motivo, naquele momento foi deixada de lado. Mas o meu objetivo de ajudar o próximo e a minha inquietude não permitia esquece-la e constantemente me cobrava sobre o fato de terminar o que havia iniciado, aliás isso faz um pouco parte da minha personalidade: terminar tudo que começo. Voltei ao início da estória, só que desta vez de forma diferente, li novamente o que tinha escrito e realizei um esboço sobre o que gostaria de contar e como gostaria de narrar e assim "Antes de dormir" foi tomando "vida" através da Tayna, uma jovem que não se dava valor devido ao fato de ser filha de pais humildes, a qual acreditava que não tinha importância para a sociedade, mas ela também apresentava muitas dúvidas sobre o seu futuro profissional: como se preparar para o mercado de trabalho, como ir em busca de oportunidades, como se portar em uma entrevista, qual o perfil da vaga a se candidatar e quando ocorrer essa oportunidade, como se comportar dentro da empresa, principalmente em equipe, com a finalidade principalmente de crescer e fazer acontecer? Essas, na realidade, não são somente as dúvidas dos jovens, mas sim de todos os profissionais que estão no mercado ou disponível para ele. Assim, observando principalmente o dia a dia das organizações, não somente fazendo parte dela, mas também como cliente nas empresas, o conteúdo da estória foi surgindo. Foram noites e mais noites em frente a tela do note digitando palavras e mais palavras, era necessário até mesmo impor um limite a qual desejava escrever, pois a partir do momento que iniciava o texto, o mesmo fluía naturalmente, tão naturalmente que não me deixava dormir. Quando terminei toda a estória, o próximo desafio foi ir em busca de uma editora, a qual na

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

grande realidade não tive muitas dificuldades pelo fato de ser local e da produção ser independente (onde o escritor paga para publicar), desafio mesmo encontrei no fato da divulgação e venda dos primeiros 500 livros, pois como vender um livro para pessoas que nem sabiam que eu era escritora, ou que até mesmo na realidade não me conheciam? Mas quando um trabalho é feito com um grande carinho e bem estruturado, a consequência é com certeza resultados positivos, assim foi: na primeira noite de autógrafos na cidade de Ribeirão Preto em 21/02/2015 foram vendidos 23 livros, em São Jose do Rio Preto foram 20 livros em 10/03/2015 e conforme a estória foi sendo conhecida, o famoso "boca a boca" foi fazendo a própria divulgação da obra aos poucos pelo Brasil: Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Ceará, Santa Catarina, Tocantins, Pará, Paraíba, Rio Grande do Sul, Paraná chegando até mesmo ter hoje 3 livros no exterior: 2 em Londres e 1 na Argentina, pois o livro é uma obra que vem conquistando o seu objetivo que é de ajudar o próximo.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

O resultado que tenho dessa experiência são os retornos dos leitores que enviam através de telefonemas, pessoalmente ou através das redes sociais como o depoimento da Aline Ferrarezi: "*Quero aproveitar para deixar o depoimento no face de uma leitora que adquiriu o livro, pois é realmente por esse objetivo que estou "insistindo" em divulgar esta estória. Ando no shopping e entrei em uma livraria para comprar um mimo para minha sobrinha (claro!!!!); quando já estava de saída, a vendedora me apresentou uma escritora que estava ali divulgando seu trabalho. A escritora foi muito simpática e como gosto de ler decidi comprar o livro #AntesDeDormir como forma de incentivo e para "ajudar" a carismática escritora. A noite, como sempre, peguei meu livro para ler... Mas lembrei do livro que havia comprado e resolvi começar a lê-lo. Li 3 capítulos e tive a certeza que a Lilian Patricia Lourenço o havia escrito para mim (só havia mudado o nome e a idade da personagem para não descobrirem rsss). Coincidentemente, vi que ela postou nossa foto no face, começamos a falar no messenger e fiquei encantada com a pessoa excepcional que ela demonstrou ser. Hoje, domingo, terminei de ler o livro que achei maravilhosoooo, principalmente para o meu momento de vida!!! Mas não só o meu momento, eu recomendo para todas as pessoas, em qualquer momento!!! De verdade!! Realmente eh o que o nome diz: um livro para se ler antes de dormir, pois te fará refletir muito sobre várias questões primordiais da vida (feedback Paty rs).Enfim, voltando à história, eu saí daquela livraria ontem alegre e satisfeita por ter ajudado alguém... mas hoje eu percebi que na verdade eu é que fui ajudada!!! As vezes achamos que estamos fazendo o bem a alguém, quando na verdade Deus coloca as pessoas em nosso caminho para nos ajudar! Paty, agradeço de coração por ter cruzado o meu caminho!!! Você não me conhece, não sabe nada da minha história, mas dispensou comigo, uma pessoa "estranha", um carinho e uma atenção inexplicáveis, o que só pessoas com muita luz*

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

são capazes de fazer. Além disso, seu livro me tocou onde precisava e como você me disse hoje a tarde, realmente eu sou a nova Tayna! Desejo todo o sucesso do mundo pra você e saiba que pode contar comigo para o que precisar!!! Você ajudou a começar minha semana de uma forma diferente!!!! Sem saber e sem querer você mudou meu dia, provavelmente minha semana e talvez até a minha vida!!! Beijos, beijos, beijos e muuuito sucesso!!!". Até a presente data foram vendidos praticamente 600 livros sem estar em livrarias físicas ou virtuais (em livraria física apenas quando realizo manhã/tarde de autógrafos), isso aponta um alto índice de aceitação, visto que em média um escritor anônimo vende essa mesma quantidade com mais de 1 ano de divulgação e além de realizar em menos do período comum para uma escritora "anônima", ainda considero que existem mais de 1.000 pessoas que já leram o livro, pois também recebo retorno dos leitores compradores "li e já emprestei para...". Diante de toda a experiência que obtive acima, cheguei a conclusão que seria mais viável ter buscado uma editora que publicasse em nível Brasil, particularmente é o que estou buscando fazer com o meu segundo livro "Durante o café" (também segue o mesmo perfil do primeiro livro que é de ajudar o próximo), mas isso também me ensinou claramente que para entrarmos em um mercado, seja ele qual for é preciso realizar muitas e muitas pesquisas antes, pois sempre haverá um caminho mais viável, pois a publicação do "Antes de dormir" de forma independente me trouxe essa visão e as vezes me pergunto quantas pessoas mais poderia estar ajudando neste Brasil? Quantas delas ainda precisam descobrir o que acontece? Essa é sinceramente uma pergunta que ainda fica, mas essa pergunta me desafiou ainda mais a abrir novos caminhos e buscar oportunidades principalmente nas ações de marketing, onde personalizei almofadas porta-livros, realizo fotos com os leitores com uma placa que tem a seguinte frase "essa pessoa vai descobrir o que acontece Antes de dormir" e divulgo nas redes sociais, rifas com o kit livro + almofada porta-livros, parceria com livrarias e sebos para divulgação do livro com manhã/tarde de autógrafos, café com o escritor, *fanpage*, pois a única forma de chegar até um cliente é se divulgar.

REFERÊNCIAS

LOURENÇO, Lilian Patricia. São Paulo: HN, 2015, 48 p.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

PROJETO "MEU ALUNO": uma experiência baseada na metodologia da problematização com o Arco de Maguerez

Autores: Grupo Polo de Informação São José do Rio Preto

Resumo: Com o objetivo de aplicar práticas educacionais inovadoras, conforme preconizado na Proposta Pedagógica do Senac São Paulo, os integrantes do grupo Polo de Informação da unidade do Senac São José do Rio Preto criou o projeto "Meu Aluno", baseado na metodologia da problematização com o Arco de Maguerez, como uma forma de vivenciar e internalizar os conceitos que envolvem o processo de ensino-aprendizagem por meio de projetos.
Palavras-chave: Trabalho por Projetos. Problematização com Arco de Maguerez. Práticas Pedagógicas.

Abstract: Aiming to apply innovative educational practices, according to the Pedagogical Propose of Senac Sao Paulo, members of the Polo Group of Information of Senac São José Rio Preto created the project "My Student", based on the problematization methodology with Maguerez Arc, as a way to experience and internalize the concepts that involve the process of learning through projects. **Keywords**: Work on Projects. Problematization Methodology with Maguerez Arc. Pedagogical Practices.

INTRODUÇÃO

O atual cenário Educacional do país tem trazido grandes reflexões a respeito de como os profissionais serão colocados ou recolocados no mercado de trabalho. Tal desafio provoca, nas instituições de ensino, uma busca por metodologias de aprendizagem que possibilitem o desenvolvimento educacional em um formato vivencial e significativo como maneira de contribuir para a formação de seus aprendizes.

O Senac São Paulo aponta, em sua Proposta Pedagógica, a preocupação com a formação de seus estudantes e com as metodologias utilizadas.

> O Senac São Paulo propõe-se a práticas pedagógicas inovadoras, que estimulam o aluno a construir o conhecimento e a desenvolver competências. Metodologias que são mais participativas, estruturadas na prática, baseadas em situações reais de trabalho, através de estudos de caso, pesquisas, solução de problemas, projetos e outras estratégias, especialmente algumas apoiadas em recursos da tecnologia educacional. (SENAC, p. 13)

O desafio é integralmente aceito pela equipe de educadores do Senac unidade São José do Rio Preto que encontrou na metodologia baseadas em projetos um caminho para inovação e preparação das pessoas e dos profissionais que acreditam e buscam sua qualificação para garantir sua colocação no mercado de trabalho.

Importante destacar que estes educadores se desenvolveram nas metodologias de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

ensino mais tradicionalistas e adotar uma prática inovadora implica, muitas vezes, na alteração de modelos mentais já consolidados. Este fato dificulta uma perfeita compreensão da metodologia de projetos, como consequência sua correta aplicação.

A presente experiência é o resultado do trabalho de um grupo de educadores que se permitiram vivenciar em sua plenitude a metodologia de projetos como uma maneira de incorporar, com segurança, tal metodologia as suas práticas educacionais.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Segue o relato da experiência.

Histórico

Em 2012 a unidade do Senac São José do Rio Preto foi convidada pela Gerência de Desenvolvimento – área social – do Senac São Paulo para participar de um projeto piloto denominado PEDS - Programa Educação, Desenvolvimento e Sustentabilidade. Este projeto tem como objetivo:

> Contribuir com o desenvolvimento humano e social das cidades e regiões onde o Senac atua e garantir a sustentabilidade financeira, por meio de ações educacionais articuladas e orientadas por diagnósticos locais

Para desenvolver este projeto foi criado um grupo denominado Polo de Informação. Este grupo poderia ser formado por pessoas da unidade, convidados de outras áreas e até mesmo alunos e comunidade.

O grupo iniciou com 10 pessoas, sendo o gerente, o representante do setor técnico de desenvolvimento profissional e docentes de diversas áreas (exemplo TI, pós-graduação, aprendizagem, entre outras).

O grupo se reunia às terças-feiras durante 1hora. Tinham em mãos apenas os objetivos, as premissas e as atribuições do grupo, que foram a luz do projeto por muito tempo.

Iniciou-se o trabalho lendo e discutindo sobre a Proposta Pedagógica da instituição, sempre fazendo um paralelo com os objetivos do PEDS. O estudo da proposta pedagógica situou o grupo no sentido do que já era feito, do que não era feito e do que ainda precisava fazer.

O grupo não tinha um caminho desenhado para seguir, mas tinha muita vontade de fazer uma educação diferente do que estava fazendo. Cada integrante do grupo Polo de Informação, à sua maneira, buscava refletir e pesquisar sobre metodologias de ensino aprendizagem.

Após pesquisas o grupo encontrou a Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez, com aplicações práticas em cursos desta unidade do Senac.

No decorrer das reuniões ficou evidente angústia dos docentes sobre a dificuldade dos alunos em escrever projetos, com isso, sugeriu-se intencionalmente a vivência

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

pelos integrantes do grupo Polo de Informação em desenvolver um projeto que propiciasse a vivência do início ao fim.

Definiu-se que o título do projeto seria "O meu aluno", tendo como tema gerador os alunos da unidade de cada docente participante do grupo e a metodologia utilizada a Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez.

Metodologia Utilizada

Foi adotada a Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez que segundo Berbel (2012, p. 15) consiste em 5 etapas, quais sejam: 1-observação da realidade, etapa 2-pontos-chave, etapa 3 Teorização, etapa 4-Hipótese de Solução e etapa 5-Aplicação à Realidade (prática).

Figura 1. Arco de Maguerez (apud BORDENAVE; PEREIRA, 1989).

A etapa inicial é destinada à observação da realidade pelos participantes, a fim de que verifiquem os problemas existentes nesse cenário. A partir dessa observação define-se o problema que será objeto de estudo com foco no levantamento de informações e investigação do problema para que alguma ação possa ser colocada em prática para a solução do mesmo, segundo Berbel (2012, p.73) observada sobre diversos ângulos, a realidade manifesta-se, para alunos e professores, por meio dos fatos concretos e daí são extraídos os problemas. Posteriormente é feito um levantamento de pontos chave que determinam a natureza do problema, possíveis desdobramentos, perguntas, aprofundamentos do tema, tópicos, ou outros que permitam uma segunda análise acerca da reflexão inicial. Em seguida parte-se para a terceira etapa, a Teorização, que tem como objetivo o embasamento e fundamentação teórica, através de pesquisas e discussões. A quarta etapa é de Hipótese de Solução onde elabora uma ou mais soluções para o problema em estudo. Dentre das hipóteses propostas pode-se escolher uma ou mais para fazer a última etapa, a de Aplicação à realidade. Nesta etapa o aluno junto a equipe de docentes deve executar o que foi planejado na etapa de hipótese de solução, fazendo assim uma intervenção à realidade.

Segundo Berbel (2012, p. 73)

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

> "A metodologia da Problematização, além de estimular o raciocínio, o desenvolvimento de habilidades intelectuais e a aquisição de conhecimento, mobiliza o potencial social, político e ético dos profissionais em formação, proporcionando-lhes a estes amplas condições de relação teoria/prática e estimulando o trabalho junto a outras pessoas da comunidade, no local onde os fatos ocorrem; provocam algum tipo de alteração em todos os sujeitos, mesmo durante o processo, além das possibilidades de aplicação das hipóteses de solução. Alunos e professores saem dos muros da Universidade e aprendem com a realidade concreta, aumentando as chances de estimular nos alunos uma postura de cidadãos mais conscientes, críticos e comprometidos com o seu meio".

RESULTADOS E CONCLUSÕES

Dificuldades Encontradas

Segue abaixo as principais dificuldades encontradas pelo grupo:

- O grupo se alterou durante o projeto. Algumas pessoas foram se integrando ao grupo e outras deixando de participar, porém, é possível afirmar, que houve uma construção coletiva, em todas as etapas do processo;
- Pouca familiaridade com a Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez. Isso atrasou algumas entregas; fez com que o projeto fosse se alongando, ou seja, se estendeu além do prazo, alterando assim o cronograma por algumas vezes;
- Nem todos participaram da definição das situações problema;
- Foram formados grupos de trabalho, e em função das situações já apresentadas, os grupos ficaram desiguais, no que se refere a número de componentes;
- Como é um experimento, não se pode afirmar que o tempo destinado a cada uma das fases do processo, seja o mais adequado;

Aprendizado

É notável que as experiências, as vivências trazem a quem delas participe um aprimoramento em relação ao que se experimenta e/ou vivencia.

Nas reuniões do grupo POLO da unidade do Senac de São José do Rio Preto/SP (SJR), o grupo, em sua maioria composto por docentes, se reuniu por várias vezes nas tardes de terça-feira para conversar a respeito de educação, metodologias de ensino, pesquisa, projetos, dentre outros assuntos pertinentes, com o objetivo de alcançar uma forma melhor entendida e ajustada à realidade local de se trabalhar por projetos, utilizando metodologias que contribuam para isso, uma delas Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez.

Após a última etapa, pode ficar a pergunta: e aí resolveu? Melhorou? A resposta para isso pode, dependendo dos resultados, se tornar em uma "nova rodada" Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez, iniciando assim um processo cíclico, porém com finalização quando detectado em uma nova observação da realidade que não há uma necessidade de alteração, intervenção, "do jeito que está, está bom".

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A Metodologia da Problematização com o Arco de Maguerez é, portanto, uma metodologia voltada para projetos, desenvolvimento de projetos.

Uma reflexão para um desafio: O brasileiro "pensa" por projetos? Identifica- se aí um eminente choque cultural, visto que estatísticas, como "Retratos da Leitura no Brasil", elaborado em parceria pelo Instituto Pró-Livro e IBOPE Inteligência no ano de 2012, demonstram que o hábito de ler não é algo regularmente praticado no cotidiano do brasileiro, e o sistema educacional nas bases e em outras etapas do processo educacional, em sua maioria, trabalha em plataforma onde a fonte do conhecimento é o professor, e não um universo de informação bem mais amplo, no qual o professor tem um papel de grande importância, o de ser mediador entre o universo da informação e o aluno que busca a possível solução não no professor, mas na pesquisa, com a ajuda do professor nos momentos pontuais.

O professor, o educador, é nessa visão metaforicamente uma ponte que facilita o acesso, o entendimento para o educando, e não um depósito que descarrega informações.

Para praticar a metodologia, foi proposto aos docentes desenvolver o projeto "Meu Aluno" e neste trabalho foi possível identificar alguns equívocos cometidos em sala de aula pelos docentes da unidade Senac SJR, o grupo percebeu que o projeto funciona como um fio condutor dos conhecimentos trabalhados em sala de aula.

No desenvolvimento de competências através de projetos o aluno sentirá a necessidade de buscar conhecimentos específicos para desenvolver o trabalho, sendo assim, ele tenta desenvolver algo, mas para isso, precisa buscar conhecimentos e práticas técnicas.

Em vários momentos, foi possível perceber que haviam várias interpretações diferentes do que era trabalhar por projetos e após várias discussões o grupo acredita estar caminhando para um entendimento mais uniforme. Neste momento um importante desafio é o compartilhar com o restante da equipe as discussões ocorridas nesses encontros.

O grupo amadureceu o conceito de que trabalhar por projetos, é um caminho assertivo na busca de uma educação mais qualitativa, e na vivência, na prática, visto um contexto mais amplo, mais membros é igual a mais problemas, mais soluções, mais experiências, mais conhecimento, mais amadurecimento, melhores resultados, melhor compreensão, visto que o próprio "cotidiano educacional" vai tomando forma de um (ou mais) projetos, sem necessariamente receber um "rótulo" para isso.

Considerações Finais

"Não é no silêncio que os homens se fazem, mas na palavra, no trabalho, na ação-reflexão". Frase, dita por Paulo Freire, demonstra o resultado deste trabalho. Para que a aprendizagem ocorra, é preciso haver prática, reflexão, significado. E ao encerrar a primeira etapa deste, já é perceptível que o aprendizado se fez, a reflexão sobre a prática trouxe melhores condições de trabalhar com o aluno em sala de aula

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

e compreender que ele é o protagonista da aprendizagem. O professor é apenas o mediador de um caminho que deve ser trilhado pelo aluno.

Ao dialogar na equipe de trabalho sobre a prática, um novo profissional vai se fazendo. Passa-se a refletir que trabalhar coletivamente pode haver grandes dificuldades, desafios, no entanto, possíveis de superação se o esforço, empenho e acima de tudo o respeito pelo outro existir.

Usar da empatia para compreender os sentimentos e comportamentos do aluno, também é um dos aprendizados deste trabalho. Os alunos, assim como os professores, têm dificuldades emocionais, intelectuais, sociais e afetivos, que muitas vezes atrapalham e desenvolvimento como esperado e desejado no contexto escolar de cada um e isso, deve ser uma das primeiras reflexões a ser feita antes do início de qualquer projeto.

É possível concluir que a relação aluno-professor, deve estar pautada no diálogo constante, na comunicação alinhada, no respeito pelo papel de cada um e acima de tudo, no ser humano que cada um pode ser. Como diz Rubem Alves: **"Eu quero desaprender para aprender de novo. Raspar as tintas com que me pintaram. Desencaixotar emoções, recuperar sentidos".** Educar é se construir a cada nova oportunidade, a cada novo encontro, com a consciência de que para assimilar novos conhecimentos, é preciso reformar ou até mesmo se desfazer de outros e que ensinar e aprender pode ser também uma maneira de cuidar de suas emoções e de si mesmo.

REFERÊNCIAS

BERBEL, N.A.N. **A metodologia da problematização com o Arco de Maguerez: uma reflexão epistemológica**. – Londrina: EDUEL, 2012

SENAC. **Proposta Pedagógica**. Disponível em http://www.sp.senac.br/pdf/53727.pdf. Acesso em 30/09/2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

RELATO DE EXPERIÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO PROJETO "EM BUSCA DO EU"

Angelina Martins (Assistente Social do Senac São José do Rio Preto, mestranda em Serviço Social, Programa de Pós Graduação em Serviço Social Unesp Franca); angelinamartins.b@gmail.com

Ingrid de Campus Truzzi (Monitora de Educação Profissional do Senac São José do Rio Preto); ingridgctruzzi@sp.senac.br

Letícia Negretti Guirado (Monitora de Educação Profissional do Senac São José do Rio Preto); leticia.nguirado@sp.senac.br *

Luiz Fabiano de Lemos Marcolin (Monitor de Educação Profissional do Senac São José do Rio Preto); luiz.fmarcolin@sp.senac.br

Rodrigo Uliana Ferreira (Técnico de Desenvolvimento Profissional); rodrigouferreira@sp.senac.br

Resumo: Este relato de experiência tem como objetivo disseminar uma boa prática que uma equipe interdisciplinar do Senac São José do Rio Preto vem desenvolvendo no ano de 2015. Este grupo é composto por docentes das áreas de saúde e bem-estar, assistente social e coordenador educacional, que após constatações dos professores da necessidade de desenvolver as potencialidades dos alunos em relação ao saber ser e saber conviver, iniciaram um projeto para que os estudantes pudessem refletir sobre si mesmos e autoconhecer-se para posteriormente conseguirem realizar o trabalho coletivo e em equipe. Além disso, as profissões das áreas de humanas, especificamente saúde e bem-estar lidam diretamente com o cuidar, e para que isso seja realizado com êxito é necessário cuidar de quem cuida e percebeu-se que isto é também responsabilidade do Senac, ou seja, da escola formadora, que não proporciona apenas o fazer e o conhecer, mas que se preocupa com valores – com o ser e o conviver. Este projeto acontece por meio da metodologia da problematização com uso do Arco de Maguerez, em que após observação da realidade, estudo teórico dos pontos chaves apreendidos do real empírico observado, elaboração das hipóteses de solução, realizou-se a aplicação na realidade a partir do desenvolvimento deste trabalho. O projeto surge como resultado de um processo de amadurecimento da equipe em relação ao Educar, problematizando qual a função da educação, o papel do professor e como deve se dar o processo de ensino-aprendizagem em uma escola que está preocupada com a formação integral do ser humano. O trabalho vem demonstrado bons resultados, o que tem ampliado as ações e impactado na vida de nossos alunos.

Palavras-chave: autoconhecimento. educação. interdisciplinaridade. mediação.

INTRODUÇÃO

O projeto "Em busca do EU" desenvolvido pela equipe do Senac São José do Rio Preto tem a proposta de levar cada aluno a pensar e falar sobre si, expor suas angustias, seus medos, suas alegrias, suas necessidades e que reconheça o quão necessário é trabalhar o EU interior, pois se faz necessário autoconhecer-se para desenvolver relações coletivas.

Vive-se em uma sociedade que leva o indivíduo a individualidade, e não ao entendimento que individuo é o ser humano, que compõe determinada coletividade, fazendo parte integrante da mesma, e que, portanto, incide diretamente sobre ela. O ser humano é levado a "esquecer" de que é responsável pela própria história, é

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

conduzido a alienação e desmotivado para valorizar o humano, as relações intra e interpessoais.

As mudanças nas áreas da tecnologia e da informação muitas vezes distanciam as pessoas que estão próximas e aproxima de forma efêmera as pessoas que estão longe e as relações não se tornam importantes.

A incapacidade de tolerância e de resiliência demonstram a possível crise de valores da atual sociedade, que se expressa por vezes na fragilidade emocional das pessoas, o que desafia os profissionais a pensarem situações de reflexão e de possibilidade de mudança a partir de si mesmo.

O projeto traz em seu bojo todas estas questões e tem a intencionalidade de provocar nos alunos o autoconhecimento e a convivência com o outro, levando em consideração o princípio da alteridade (se reconhecer no outro).

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Desde o ano de 2012 o Senac São José do Rio Preto, por meio de um projeto de Desenvolvimento Local, vem desenvolvendo reflexões acerca das metodologias ativas de aprendizagem com a intenção de provocar mudanças de mentalidades acerca da Educação em todos que fazem parte do Senac, tais como mudar o olhar sobre o aluno, a forma de trabalhar a educação e a forma de ser professor.

A relação de ensino-aprendizagem passa a ser significativa, o professor deixa de ser transmissor de conhecimento para ser um mediador, o conhecimento passa a ser construído e todos ensinam e aprendem em uma relação dialética.

A escola Senac a partir de então passa a trabalhar os quatro pilares do conhecimento: saber conhecer, saber fazer, saber ser, saber conviver (DELORS, 2000).

O ensino técnico sempre teve enraizado a cultura de apenas executar o saber fazer e o saber conhecer, no entanto, o Senac entende que além destes é preciso trabalhar o saber ser e o saber conviver, pois podem desenvolver a capacidade crítica do educando, trabalhando valores e questões que estão para além do imediatismo da formação teórica e técnica. Desde então tais atribuições vem sendo trabalhadas cotidianamente.

A partir do momento que se aceita que cada pessoa que compõe o ambiente escolar traz para este novo contexto toda sua história, passa-se a considerar que cada ser é um ser integral e que precisa ser conhecido a fim desenvolver suas potencialidades.

Neste sentido, no ano de 2015, verificou-se em sala de aula pelos docentes das áreas da saúde e bem-estar, a dificuldade com os saberes Ser e Conviver pelos alunos, como também questões emocionais que refletiam no comportamento dos mesmos no ambiente escolar, como por exemplo, faltas recorrentes das aulas, atrasos com horários, insônia, desmotivação, apatia, síndrome do pensamento acelerado, entre

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

outros. Portanto, planejou-se trabalhar com grupos por meio de palestras e oficinas. Denominou-se este projeto de "Em busca do eu".

O projeto começou a ser desenvolvido por meio da escuta ativa, a fim de conhecer as reais necessidades dos alunos, para realizar possíveis orientações e encaminhamentos de forma contínua, capazes de promover o acesso a direitos e a dignidades destes alunos.

O projeto tem o intuito de refletir sobre um dos maiores desafios dos profissionais da área da saúde e bem-estar que está relacionado com a arte do cuidar. Segundo o dicionário Aurélio, cuidar significa interessar-se por, tratar de. A palavra de ordem neste contexto é relacionamento.

As relações consigo mesmo e com os outros se tornam cada vez mais necessárias e delicadas. O autoconhecimento passa a ser primordial para melhor relacionar-se.

No entanto, para desenvolver relações interpessoais satisfatórias, ou seja, relações produtivas, de compreensão, de boa comunicação, é necessário antes ter conhecimento intrapessoal.

Conhecimento interpessoal faz alusão à relação entre duas ou mais pessoas, marcado pelo contexto do ambiente em que está inserido.

Conhecimento intrapessoal é a comunicação que uma pessoa tem consigo mesma, corresponde ao diálogo interior onde debate-se suas dúvidas, perplexidades, dilemas, orientações e escolhas. Ele está de certa forma, relacionada com a reflexão. (HILSDORF, 2012).

É um trabalho desafiador saber sobre si, suas emoções, seus valores e crenças. Compreender a si mesmo pode facilitar a compreensão "do outro", tornar- se mais sensível ao tocar e sentir as necessidades alheias.

Trabalhar questões no âmbito interpessoal e intrapessoal é um processo reflexivo, de aceitação, de humildade, de reconhecimento da necessidade de ajuda e de resiliência. É necessária uma força interior para continuar lutando pelo objetivo maior, que é autoconhecer-se.

A primeira atividade desse projeto desenvolvido pela equipe interdisciplinar do Senac São José do Rio Preto, teve como finalidade proporcionar o autoconhecimento resgatando o EU interior e a autoestima, por meio de palestras e oficinas.

A palestra inicial teve como tema "O verdadeiro significado da vida" realizada por uma docente desta instituição. Em continuidade a palestra, desenvolveu-se a oficina "Mapa dos sonhos". Esta partiu da seguinte reflexão:

"Todo conhecimento começa com o sonho. O sonho nada mais é que a aventura pelo mar desconhecido, em busca da terra sonhada. Mas sonhar é coisa que não se ensina, brota das profundezas do corpo, como a alegria brota das profundezas da terra. Como mestre só posso então lhe dizer uma coisa. Contem-me os seus sonhos para que sonhemos juntos." Rubem Alves.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

A oficina teve como objetivo levar os participantes a refletirem sobre si mesmos, seus sonhos e os seus objetivos que pretendem alcançar. Trabalhar o autoconhecimento, suas emoções e comportamentos para melhor se relacionarem.

Ao final do evento, os alunos participantes foram convidados a dar um feedback por meio de avaliações individuais, onde percebeu-se a necessidade de dar continuidade a esta ação e expandir esse trabalho a outras turmas.

A segunda palestra realizada - "O que realmente importa", provocou os alunos a despertarem o chamado que vem de dentro, a fim de viver uma vida com mais propósito. A oficina realizada logo após, trabalhou o projeto de vida de cada um, retomando a oficina dos sonhos, pois a partir do que esperam para suas vidas e depois de pensarem o que realmente importa para cada um, fizeram um plano de ação com objetivos e metas pessoais.

É importante ressaltar a necessidade que todo o ser humano tem de ser cuidado, de criar laços afetivos, vínculos, a fim de garantir o respeito e qualidade de vida.

Nas relações intrapessoais, todos revelam suas emoções, seus valores e sua visão de mundo. Espera-se que o profissional saiba lidar com tudo isso de maneira assertiva e também isso o projeto visa contemplar.

RESULTADOS E CONCLUSÕES

O desenvolvimento deste projeto demonstra como a equipe vem de fato se preocupando com o aluno em sua integridade, valorizando sua história, sua essência e entendendo a necessidade de trabalhar e desenvolver os saberes, pois a partir destes conhecimentos os seres humanos podem desenvolver a alteridade, se autoconhecerem e assumirem a condução como responsável da própria vida, entendendo a importância das escolhas, decisões, e os caminhos a serem trilhados para alcançar os seus objetivos.

Observar a realidade que nossos alunos vêm vivenciando, partilhar destes sentimentos, auxiliar no encontro dos significados e na reflexão dos valores, crenças e comportamentos, coloca a equipe como mediadores destes processos e torna o ensino-aprendizagem um momento coletivo, em que há construção do conhecimento de todos os envolvidos.

Além disso, essa proposta se caracteriza como uma medida de prevenção à evasão escolar, pois ao passo que o aluno se identifica com o que é discutido na escola, a educação se torna significativa para os envolvidos no processo e pode ser transformadora.

Conclui-se com isso que os alunos, em especial os alunos da área de saúde e bem-estar, necessitam desenvolver os quatro saberes, aprimorando os conhecimentos inter e intrapessoal a fim de garantir não somente o desenvolvimento pessoal, mas também o profissonal e com isso garantir seu espaço no mercado de trabalho.

Este trabalho ressalta a importância de várias áreas atuando juntas, ou seja, como a

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

interdisciplinaridade possibilita que diferentes conhecimentos se conversem e consigam juntos equalizar uma resposta que atenda as necessidades das pessoas envolvidas. São áreas que a partir de suas especificidades conseguem dialogar de forma a construir novos conhecimentos e caminhos de solução.

O projeto leva a equipe a compreender o quanto cada situação não pode ser individualizada, mas sim discutida no coletivo, entre os pares.

REFERÊNCIAS

BERBEL, Neusi Aparecida Navas. **As metodologias ativas e a promoção da autonomia de estudantes.** Semina: Ciências Sociais e Humanas, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2011.

_____. **A problematização e a aprendizagem baseada em problemas: diferentes termos ou diferentes caminhos?** In: Interface — Comunicação, Saúde, Educação, v.2, n.2, 1998.

DELORS, J. et al. **Educação: um tesouro a descobrir**. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. 4.ed. São Paulo: Cortez/UNESCO, 2000.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia – Saberes necessários à prática educativa**. 24.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

HILSDORF, C. 2012/05.Disponível< http://carloshilsdorf.com.br/> Acesso em 01 set 2015.

OLIVEIRA, J. J. A. de. **O trabalho do professor universitário: Percepções e sentimentos de**
assistentes sociais. Tese de Doutorado. UNESP Franca, 2004.

ON, M. L. R. O Serviço Social e a perspectiva interdisciplinar. **In: O uno e o múltiplo nas relações entre as áreas do saber**. Maria Lucia Martinelli et al (org.). São Paulo: Cortez, 1995.

RASMUSSEN, Bruna. **Educação Fora da Caixa: conheça escolas onde o aprendizado vai muito além da lousa e do caderno.** Disponível< http://www.hypeness.com.br/2015/01/como-iniciativas-de- educacao-inovadoras-buscam-transformar-o-ensino-no-brasil/> Acesso em 10 ago 2015.

TÉBAR, Lorenzo. **O perfil do professor mediador. Pedagogia da Mediação.** SP: Editora Senac São Paulo, 2011.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

VISITA TÉCNICA: ESCRITÓRIOS DE ARQUITETURA, MUSEUS E PATRIMÔNIOS CULTURAIS

Dalva Olivia Azambuja Ferrari (Cento Universitário Senac);
dalva.aferrari@sp.senac.br *
Glaucia Augusto Fonseca (Universidade Federal do Rio de Janeiro);
glauciaaugusto@gmail.com

Resumo: Este relatório tem como principal escopo a descrição de viagens técnicas realizadas no período de 26 de junho a 23 de julho de 2008. Em virtude de sua riqueza arquitetônica, o país escolhido foi à Espanha, que abriga importantes produções do arquiteto Frank Gehry, principal objeto de nossa pesquisa. Neste país, encontramos significativa gama de projetos do artista canadense, mundialmente reconhecido por suas criações pós-modernas e uso de tecnologias no processo criativo arquitetônico, visto que nosso objetivo é investigar os recursos tecnológicos aplicados em suas obras, analisando suas possíveis influências e/ou modificações significativas nas diferentes etapas da criação. Estudando seu processo criativo (influências artísticas, ideológicas e processos pelos quais passam suas criações), pretendemos discutir e aplicar essas análises nos processos de criação de joias em geral, haja vista a complexidade de conhecimentos necessários aos designers dessa área. Por isso, analisamos também as possíveis alterações na forma final do objeto projetado em relação a seu processo de criação. A pesquisa foi enriquecida com visitas programadas de estudos, participação em congressos, curso de especialização, que evidenciaram a diferenciação entre projetos arquitetônicos em grande escala e processo de criação a partir de maquetes. Neste contexto, visitamos alguns locais de trabalho de importantes arquitetos na Espanha e Itália. Dos diversos escritórios de arquitetura, alguns chamam atenção por serem ao mesmo tempo residência e local de trabalho de grandes arquitetos, certamente, esse aspecto confere à criação a paixão e a dedicação vistas no produto final. A pesquisa buscou também propiciar pontos de referência no sentindo de desvelar as contribuições da utilização das tecnologias como alternativas no processo marcado por influências de correntes do ideológico-culturais como surrealismo e desconstrutivismo.

Palavras-chave: Arquitetura. Processo Criativo. Escritórios
Abstract: This report has as main purpose the description of technical trips carried out from June 26 to July 23, 2008. Because of its architectural wealth, the chosen country was Spain, which houses important productions of architect Frank Gehry, the main object our research. In this country, a significant range of Canadian artist projects, recognized worldwide for its post-modern creations and use of technology in the architectural creative process, since our goal is to investigate the technological resources applied in his works, analyzing their possible influences and / or significant

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

changes in the different stages of creation. Studying his creative process (artistic influences, ideological and processes by which spend their creations), we intend to discuss and apply these analyzes in jewelry creation processes in general, given the complexity of knowledge needed by designers that area. Therefore, we also analyzed the possible changes in the final form of the designed object relative to its creation process. The research was enriched with scheduled visits of study, participation in conferences, specialization course, which highlighted the differentiation between large-scale architectural projects and creation process from models. In this context, we visited some of important architects workplaces in Spain and Italy. The various architecture firms, some call attention for being both residence and place of work of great architects, certainly, this aspect gives the creation passion and dedication seen in the final product. The survey also sought to provide reference points in the feeling of revealing the contributions of the use of technologies as alternatives in the process marked by influences of ideological and cultural currents such as surrealism and deconstruction.
Keywords: Architecture. Creative process. Offices

INTRODUÇÃO

Nosso roteiro transcorreu as seguintes cidades: Barcelona, Bilbao, San Sebastian, Figueres, Portbou, Madrid, Bordeaux e Milão.

Os locais visitados tornaram-se especiais pela diversidade de pessoas e culturas, difícil de serem compreendidas pelos caminhos tradicionais. A história documentada da cidade de Barcelona remonta à criação, no seu solo, de uma colônia romana no século II a.C... A Barcelona moderna cresceu com a industrialização, na segunda metade do século XIX, e a exposição universal, de 1888, foi um símbolo da capacidade de trabalho e da projeção internacional da cidade. Uma das manifestações mais claras do modernismo foi alcançada pela cultura e pelas artes que até os dias atuais florescem em Barcelona e em toda a Catalunha.

Apesar das obras arquitetônicas modernistas, a cidade ainda conta com relevantes obras pertencentes a outros períodos históricos e estilos, como exemplo, a Catedral de Barcelona e a Igreja de Santa Maria do Mar, caracterizadas pela sua austeridade e harmonia nas proporções. A inacabada Sagrada Família de Galdi expressa caminhos de uma contracultura, espaço de poucas fronteiras entre o belo- belo e o belo-horrível, no sentido de sua unicidade e de sua capacidade de mobilização do público. Suas hipérboles, sua narrativa gótica e suas pontiagudas torres remontam ao complicado modo de estar no mundo do homem gótico.

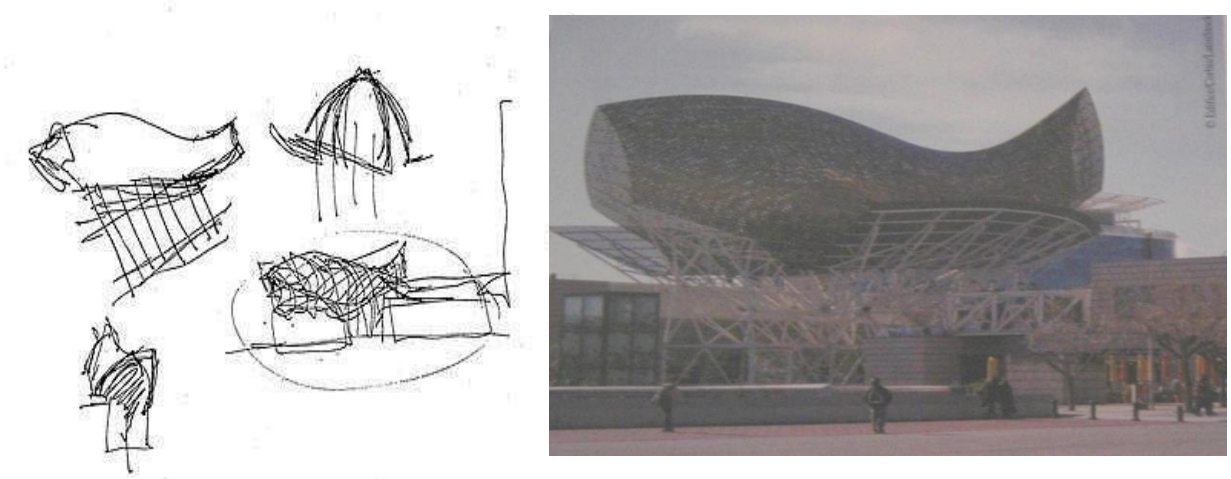
Como mostra de arquitetura modelo espanhol, podemos destacar o Pavilhão Alemão de Barcelona de Mies van der Rohe (1929), a Fundação Joan Miró do arquiteto catalão

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Josep Lluís Sert. A partir de 1992, grandes transformações deram origem às obras como Palácio de Esportes San Jordi de Arata Isozaki, Torre de Collserola de Norman Foster, Torre de Montjuïc de Santiago Calatrava, ampliação do Aeroporto de Barcelona por Ricardo Bofill, Museu de Arte Contemporânea de Barcelona de Richard Meier, Torre Agbar de Jean Nouvel, Torre do Triângulo Ferroviário de Frank Gehry. Em virtude do Forum Universal das Culturas surgem outros edifícios como Fórum de Jacques Herzog e Pierre de Meuron.

Projetado na orla de Barcelona para as Olimpíadas de 1992, a escultura "*The Fish*" é a primeira obra de Frank Gehry executada com uso de alta tecnologia. Para tanto, o arquiteto empregou o CATIA, software de última geração, que propicia o cálculo de formas arrojadas, características de sua s obras, no que se refere ao desenho e ao controle de custos.

Foto 1: Escultura The Fish – Frank Gehry.



Fonte: http://archirecord.blogspot.com.br/2007/03/digital-project-frank-gehrys-vision.html

Assim é Barcelona, assim é Frank Gehry em Barcelona. Uma cidade corajosa e desprovida de preconceitos, que abrigou um arquiteto canadense também corajoso e totalmente aberto ao que o futuro pode lhe oferecer de desafiador.

ESCRITÓRIOS DE ARQUITETURA

1.1 Escritório de Arquitetura Metrogramma – Milão - Julho de 2008

METROGRAMMA
Via Cadolini, 30 20137 Milano
tel. +39 02 27209346 fax +39 02 45409333
mga@metrogramma.com

Andrea Boscheti e Alberto Francini são os fundadores e gestores do planejamento

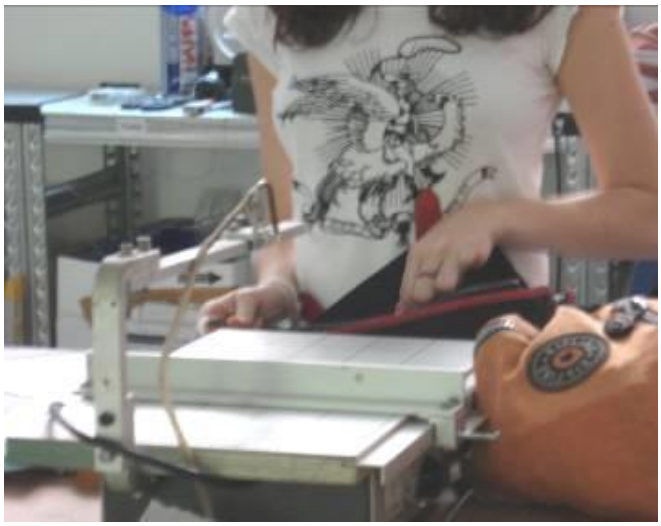
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

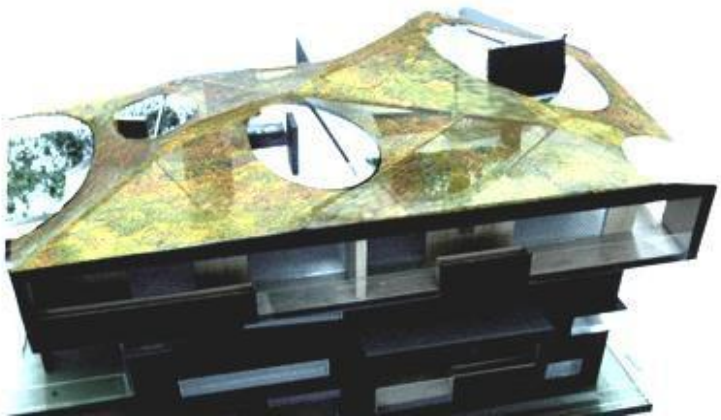
urbano do Escritório de Arquitetura Metrogramma e Estúdio de Design. Atuando desde 1998, a empresa é vencedora de vários concursos nacionais e internacionais.

Os designers da Metrogramma optam por trabalhar mais com o tradicional 3D modelos, que proporciona liberdade para ver com mais clareza o que precisa ser reformulado e se algum detalhe de modelos específicos pode ser alterado separadamente.

O mais interessante é que as pessoas que se empregam na Metrogramma têm algo para mostrar, e eles não precisam necessariamente do título de arquitetos, apenas precisam ter ideias próprias.

Foto 3: Mesa de montagem e maquetes do Escritório Metogramma





Fonte: Acervo pessoal

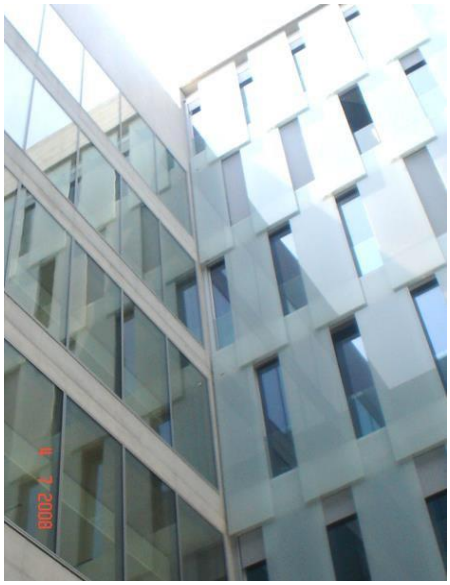
Foto 2: Canteiro de Obras Metrogramma

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: Acervo pessoal

Obra visitada – Università Bocconi

Foto 3: Università Bocconi.



Fonte: Acervo pessoal

Escritório de La Hoz Architectos – Madrid – Julho de 2008

Foto 4: Escritório Rafael de La-Hoz Arquitectos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: Acervo pessoal

No estúdio de arquitetura Rafael de La-Hoz Arquitectos, são executados projetos de urbanismo e importantes obras arquitetônicas na Espanha, Portugal, Polônia, Romênia, Hungria e Emirados Árabes. Muitos dos seus projetos resultaram de competições nacionais e internacionais de arquitetura.

Rafael é professor visitante da universidade Camilo José Cela, membro do conselho editorial da revista Architectural COAM. Participante de várias conferências, painéis e atividades de julgamento. Suas obras são publicadas em livros e revistas de arquitetura do mundo todo.

"*A referência do projeto não é a arquitetura heterogênea de seu entorno, mas sim sua localização: um jardim. Portanto, não se trata de substituir um jardim de um edifício, mas sim da transformação de um jardim em um jardim habitável*", declarou Rafael de La Hoz em entrevista realizada em seu escritório em Madrid, no dia 13 de julho de 2008.

Foto 5: Arquiteto Rafael de La Hoz e maquete de seu projeto.
Foto 6: Maquete – Projeto Rafael de La Hoz

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: Acervo pessoal .

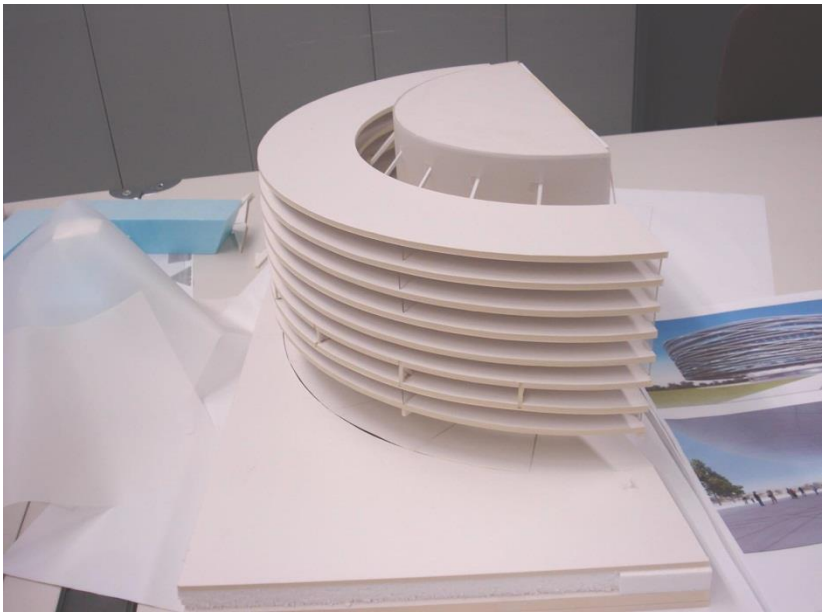


Foto 7: Rafael del Pino Edifício Auditório, Madrid.

Fonte: Acervo pessoal

O Arquiteto Rafael de La-Hoz projetou o *New Rafael del Pino,* Auditório do edifício ao lado do Madrid Paseo de la Castellana. No projeto, se destaca o aço (metálico) e a estrutura arbórea que sustenta o edifício, em ambos os lados. Isto foi possível graças à aplicação de novas tecnologias em sistemas de corte a laser e à aplicação de novos sistemas de computador e sistemas de topografia, o que permitiu a sua montagem, bem como as formas curvas e inclinação.

Foto 8: Rafael del Pino Edifício Auditório, Madrid.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Escritório de prototipagem Gilberto Ruiz – Madrid – Julho de 2008

Foto 9: Gilberto Ruiz.

Fonte: Acervo pessoal

Gilberto Ruiz iniciou sua carreira como maquetista, ainda no Brasil. Em Madri, ele foi reconhecido profissionalmente ao elaborar projetos por meio de maquetes obtidas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

através do processo de fabricação digital como a prototipagem rápida, a tecnologia foi sua grande aliada desde a criação dos projetos até o corte preciso do acrílico pelo raio laser.

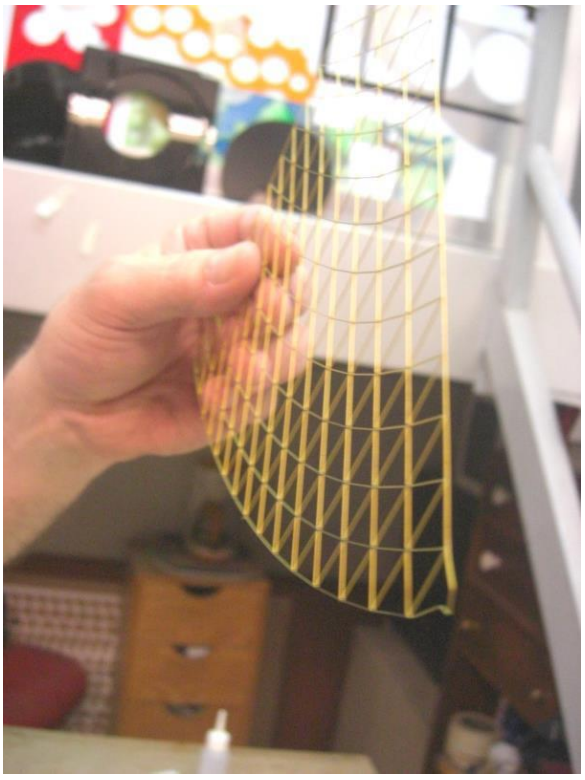
Seu objetivo é desenvolver projetos arquitetônicos inovadores, que atendam às aspirações e necessidades dos arquitetos criadores. Foi impossível não nos encantarmos com seus trabalhos, a riqueza e a quantidade de detalhes são impressionantes e, segundo o próprio Gilberto Ruiz, é o que garante a fidelidade do projeto e novos clientes.

O interessante em suas maquetes é a sensação do desejo da compra de modo a proporcionar qualidade de vida, valorização do meio ambiente e da sociedade. Em seu escritório, Gilberto Ruiz desenvolve e executa projetos para arquitetos utilizando técnicas e opções disponíveis para conseguir criar modelos 3D com variações da chamada modelagem por subdivisão, que consiste na deformação de primitivas geométricas que são transformadas em objetos e elementos mais complexos.

Ruiz sonha que seu escritório de maquetes seja reconhecido pela qualidade dos projetos e sucesso na solução dos problemas propostos, sempre em busca de inovação e atendimento às aspirações dos arquitetos que procuram pelo seu trabalho.

Na visita, foi possível conhecer vários trabalhos e percebemos que sua metodologia de trabalho se assemelha conceitualmente ä nossa proposta de pesquisa, já que trata de variações em padrões.

Foto 10: Malha cortada a laser.



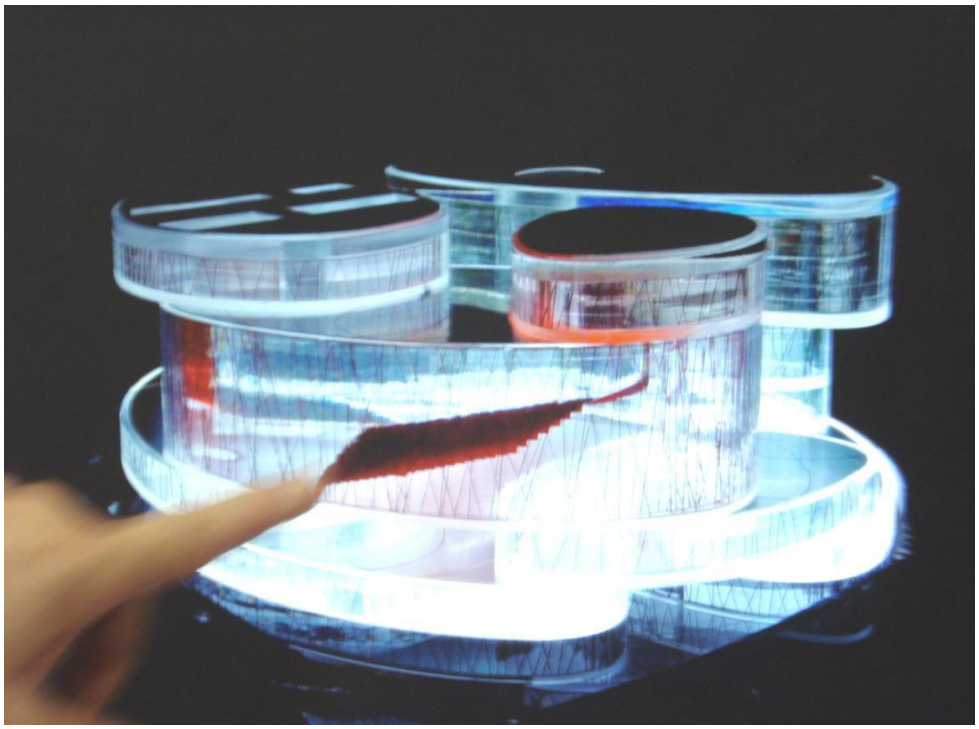
Fonte: Acervo pessoal

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 11: Equipamento de prototipagem.

Fonte: Acervo pessoal

Foto 12: Maquete em acrílico.



Fonte: Acervo pessoal

Foto 13: Bancada para modelagem.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Fonte: Acervo pessoal

Considerações Finais

Nas visitas, foi possível constatar a evolução na concepção de projetos nos escritórios europeus. À utilização das tecnologias amplamente empregadas mesclam-se incentivos e competições, buscando inovar e fortalecer o processo criativo. Dessa mistura, nascem projetos arrojados e sofisticados.

Percebemos atenção à exequibilidade do projeto, amparado quase sempre em maquetes elaboradas com detalhado acabamento às quais não se poupam pesquisas, tecnologias e investimentos em matéria-prima de qualidade.

Os profissionais das oficinas visitadas foram receptivos à aguçada curiosidade e questionamento, disponibilizando períodos de produção para explicar os novos desafios e empreitadas na arquitetura.

Para a pesquisa, esse item colaborou no que se refere especificamente às vanguardas europeias e à relação entre "tecnologia e processo criativo".

Referências Bibliográficas

Disponível em: <http://archirecord.blogspot.com.br/2007/03/digital-project-frank-gehrys- vision.html/>,Acesso em 5 de set 2008.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

VISITA À INDÚSTRIA DE JOIAS

Dalva Olívia Azambuja Ferrari (Centro Universitário Senac);
dalva.aferrari@sp.senac.br *
Fernando Martins Silva (Centro Universitário Senac);
fernando.msilva@sp.senac.br

Resumo
Este relatório tem como principal escopo descrever reflexões sobre as experiências a indústria joalheira e a visita a uma indústria do ramo em São José do Rio Preto. Mostra, resumidamente, o processo de concepção de uma joia pelo meio manual até às modernas técnicas de design auxiliado por software.

Palavras-chave: Joia. *Computer Aided Design*. Criação de Joias.

INTRODUÇÃO

Ao longo dos séculos e por todo o mundo, as joias fascinam tanto homens como mulheres, sempre usadas como uma demonstração pública de riqueza e de cultura, bem como, sob um aspecto mais íntimo, de gosto próprio e distinção. Desde as criações tradicionais de povos tribais aos produtos mais sofisticados, podemos encontrá-las nas joalherias mundialmente famosas em Nova Iorque, Paris, Londres e Roma.

No entanto, a criação da joia implica muito mais do que um simples desejo de revelar riqueza e de estabelecer ou seguir uma determinada moda. As técnicas de fabricação se mantiveram quase que inalteradas ao longo de gerações e têm sido tradicionalmente considerado muito artesanal. Na maior parte das cidades do mundo, se encontram, em caves e em ruelas, oficinas que produzem os resplandecentes ornamentos exibidos nas mostras de lojas da moda. Hoje existem centenas de homens e mulheres especializados e outros trabalhando em condições e com métodos que pouco variaram ao longo dos séculos. Para alguns a sua oficina pouco mais é do que um cepo de madeira assente em areia e algumas ferramentas muito simples.

Na joalheria ou em outros ofícios que envolvem a concepção de objetos,o ponto de partida da descrição e consequente representação costuma ser o esboço feito à mão livre, desenvolvido com o lápis sobre o papel, diferenciando o produto em relação aos concorrentes. Qualquer objeto, seja ele uma joia ou uma arquitetura, pode ser descrito de muitas formas, com palavras escritas ou faladas, com desenhos ou apenas com um simples gesto.

Quando se desenha à mão livre, é possível maior liberdade no processo de criação. Quando a criação é transferida para o meio virtual, pode-se complementar com informações mais precisas como espessuras, peso e convexidades, possibilitando a apresentação rápida de alternativas como alterações de cores, texturas, gemas e acabamentos e imagens com *renderizações*, permitindo a visualização tridimensional e o dimensionamento do objeto.

Com o avanço tecnológico, as empresas começaram a adquirir novas ferramentas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

como fresadoras de alta velocidade e sistemas de Prototipagem Rápida (RP), capazes de criar peças com pequenas cavidades internas e geometria complexa, modelos construídos com o auxílio dos softwares CAD - Computer-aided design, Rhinoceros 3D, Flamingo 3D, Jewel e 3D Max aplicados para projetar e construir protótipos de joias, além de laminadores e prensas pesadas, que permitem a obtenção de folhas de metal muito fino, sistemas de eletrodeposição e de fotogravura, que produzem em minutos aquilo que antigamente levava horas. Os equipamentos sofisticados de fundição produzem acabamentos de alta qualidade e Rapid Tooling (RT) para construção de moldes.

Desenhos realizados à mão como ilustrações*, sketch up*, *renderings* e vistas ortográficas, depois de aprovados, também podem ser transferidos para o meio virtual. Os softwares possuem banco de dados relativo a gemas, cores de metais, tipos de cravações, acabamentos e texturas, que facilitam a transposição de imagem.

Em vários ramos da economia industrial, os processos de desenvolvimento de projetos e a produção de protótipos atuam de forma homogeneizada com os avanços tecnológicos. Um exemplo é a utilização, cada vez mais acentuada, dos sistemas CAD, nos quais a velocidade e a capacidade de processamento matemático destes sistemas geram softwares de modelagem tridimensional, acelerando cada vez mais os processos, correspondendo à necessidade de aceleração da colocação de produtos no mercado.

Recentemente, o setor joalheiro incorporou essa tecnologia, em que os softwares permitem aos designers viabilizar suas ideias inovadoras e cumprir prazos cada vez menores para o lançamento de novos produtos. De forma genérica, a possibilidade de desenvolver projetos únicos com design exclusivo são identidades marcantes ligadas ao setor joalheiro.

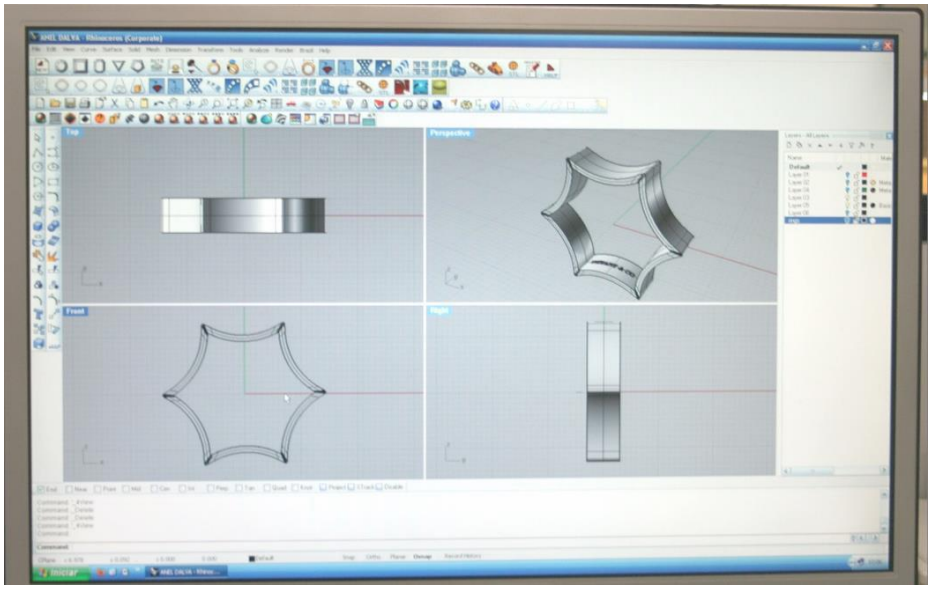


Ilustração 1: Desenho de joia utilizando tecnologia 3D.

É evidente que a tecnologia aplicada ao design de joia e a fabricação oferece um avanço significativo: os designers têm a liberdade de criar, mudar ou ajustar detalhes

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

para a construção de peças de geometria muito complexa e/ou que dependam de padronização de furações em superfícies orgânicas de alta complexidade.

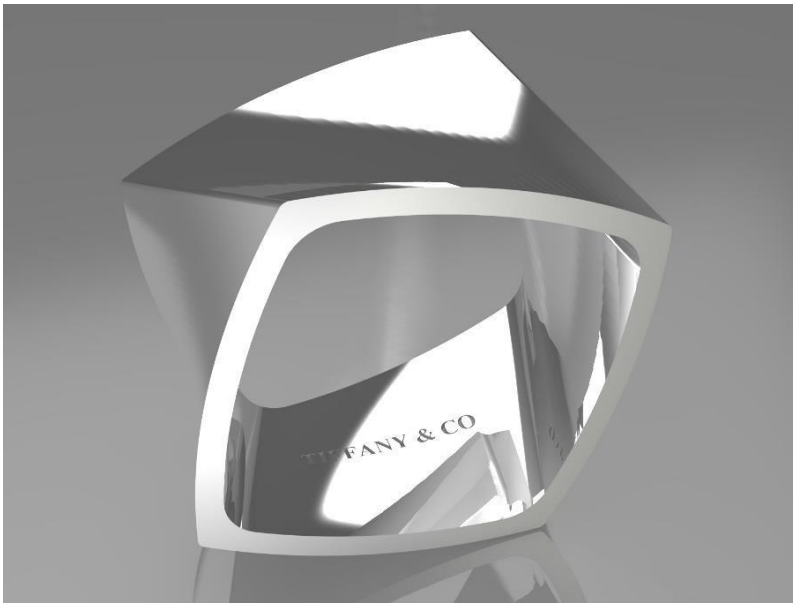


Ilustração 2: Pulseira em titânio da Tiffany – Frank Gehry.

Formas, volumes e espaços, papéis funcionais e ornamentos são termos encontrados nos glossários de arquitetura. Por influência ou analogia, esses itens aparecem na joalheria contemporânea que, junto com a arquitetura, caracteriza a materialização das mudanças de uma era.

A famosa joalheria americana Tiffany convidou o arquiteto Frank Gehry, principal responsável pelas formas do Museu Guggenheim na cidade de Bilbao, na Espanha, para juntar-se à seleta lista de designers que emprestaram seus traços à marca.

Gerhy, inspirado por elementos estruturais, desenvolveu seis coleções de joias, bem diferentes das encontradas na ourivesaria tradicional, que impressionam pela harmonia das curvas e formas. Como acontece em sua arquitetura, para ajudar a dar vida a suas ideias, buscou inspiração nas suas formas complexas e enfrentou o desafio da ourivesaria com uma equipe de nove designers, não se limitando a trabalhar em uma escala completamente nova. Gehry utilizou gemas preciosas, metais como titânio, prata e ouro negro, madeira de Pernambuco, diamantes brutos e outros materiais mais empregados em joalheria. A mistura de formas e materiais incomuns foi tão inovadora que o próprio Gehry teve suas dúvidas quanto ao resultado. De acordo com o designer/arquiteto, formatar modelos tridimensionais e conceituar diferentes possibilidades é a essência do criar em arquitetura ou joalheria. "O impulso é sempre o mesmo: descobrir formas que tenham movimento natural e relevância para a vida contemporânea". Afirma Frank Gehry.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

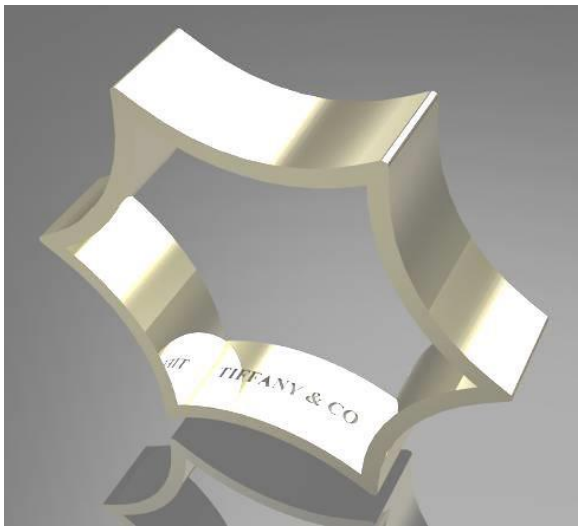


Ilustração 3: Desenho 3D – pulseira de Frank Gehry.

Ilustração 4: Bracelete em titânio da Tiffany – Frank Gehry.

Ilustração 5: Bracelete em cristal da Tiffany – Frank Gehry.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

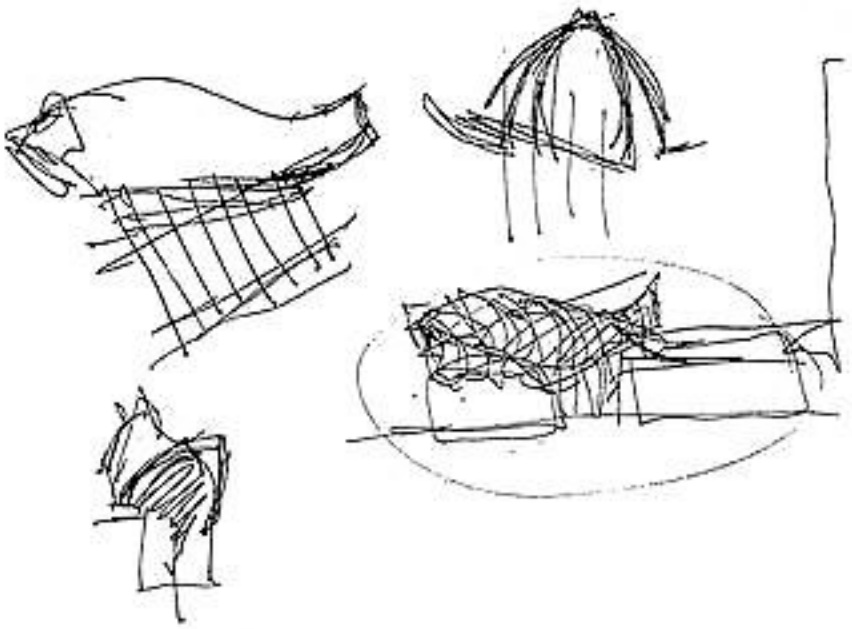
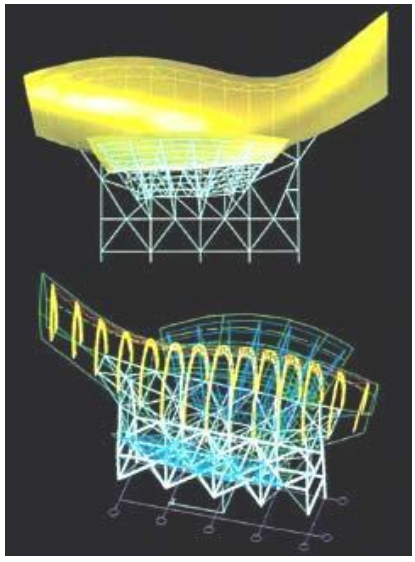


Ilustração 6: Esboços – *Cortesia Gehry Partners*.



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ilustração 7: *Fish* (1989/92) – Primeiro projeto de Gehry a utilizar computador.

O projeto acima é uma enorme escultura do arquiteto Frank Gehry, feita toda em uma malha de metal entrelaçada. Gehry é de fato um grande arquiteto e sua equipe é munida de tecnologia de ponta para atender seus projetos com profissionais não menos qualificados, um time multidisciplinar com reconhecimento mundial da sua arquitetura.

Visita à VT Joias

Período: Julho a dezembro 2009

A Empresa VT Joias – Indústria e Comércio Ltda., desde 1979, atua no mercado joalheiro da cidade de São José do Rio Preto. Em 1992, a empresa mudou-se para a sede própria construída especialmente para melhorar o processo de fabricação e acomodar novos equipamentos, proporcionando melhor qualidade aos produtos desenvolvidos.

Na época, mesmo sem o uso da tecnologia, graças a essa mudança, houve aumento considerável na qualidade e quantidade da produção.

Hoje, a empresa comporta 90 funcionários, dentre eles, gerente, secretária, polidores, cravadores, responsáveis por controle de qualidade e outros. No quadro, um dos destaques é o designer, que desenha à mão livre e em 3D, além de cuidar do departamento de criação. É ele quem comanda o planejamento e desenvolvimento de todas as coleções.

O uso da Tecnologia na Empresa

Desde os primórdios da Humanidade, o homem buscou o belo através de vestimentas e adornos. Com a proliferação das indústrias e o desenvolvimento tecnológico, ferramentas específicas para projetos de produtos foram criadas.

O sistema de produção tem exigido mão-de-obra cada vez mais qualificada, como forma de agilidade, diferenciação e qualidade nos produtos. Os profissionais do setor joalheiro sabem o quanto é necessário a adaptação e atualização das novas ferramentas tecnológicas que possibilitam o uso de sistemas "3D".

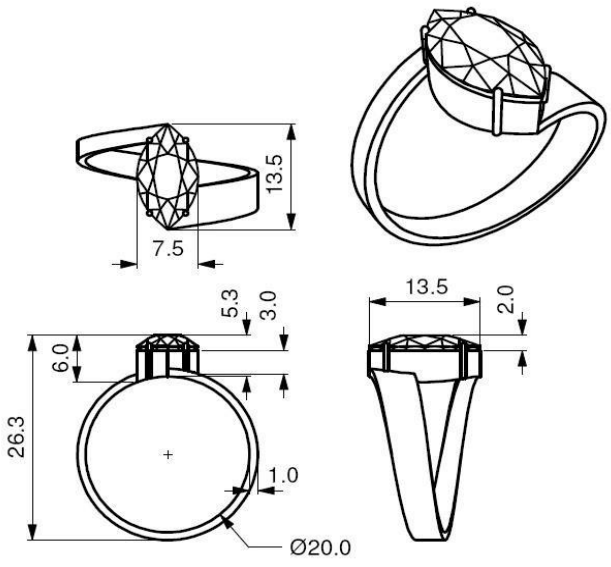
ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ilustração 8: Protótipo executado a laser.

Ilustração 9: Protótipo executado manualmente.

O uso dessas novas tecnologias não tem caráter meramente substitutivo e sim complementar às atividades existentes. Os sistemas automáticos de auxílio funcionam como modernas ferramentas e, por isso, complementam os convencionais.

O software Rhinoceros, programa extremamente potente, é uma das ferramentas que possibilita a concepção de peças para a joalheria. É compatível com a maior parte dos sistemas de prototipagem rápida e possui módulos com funções específicas, como o Flamingo para renderização e o Techgems para ilustração de gemas e modelagem de joia.



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ilustração 10: Modelo desenhada pelo software Rhinoceros (fase inicial).

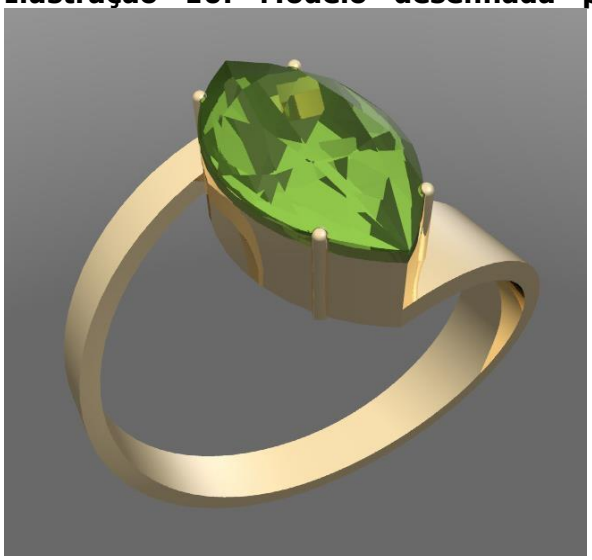


Ilustração 11: Modelo desenhada pelo software Rhinoceros (fase final).

Em todo o mundo, arquitetos, engenheiros e industriais buscam cada vez mais agregar qualidade, rapidez e criatividade aos processos de fabricação e produção.

O setor joalheiro vem se beneficiando desse processo e muitas empresas migraram dos métodos tradicionais, como modelagem em metal e processo de fundição em cera para o processo de prototipagem rápida, utilizando como referência a matemática de sistemas de desenho, auxiliados por computador (CAD), os quais constroem protótipos por meio da superposição de camadas milimétricas de matérias-primas diversas.

Ilustração 12: Modelagem virtual em software 3D.

Com a constante evolução da tecnologia, torna-se evidente a necessidade do domínio de sistemas computacionais de trabalho em todas as atividades da empresa.

A VT Indústria de Joia investe em tecnologia aplicada ao design. Vários funcionários foram treinados com o objetivo de conhecer o processo de prototipagem rápida

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

(tecnologia para construir modelos e protótipos tridimensionais físicos pela adição de matéria-prima). No treinamento, receberam orientações a respeito do melhor uso das ferramentas, de como diminuir o tempo de produção, de como ter mais qualidade em acabamento aliados ao melhor custo/benefício.

A empresa concluiu que para produzir protótipos, a partir desse sistema, seria necessário adquirir equipamento de prototipagem CNC e software específico sem limitações de formas e complexidades que fazem o fatiamento do modelo em camadas ultrafinas sobrepostas até formar o objeto sólido esperado. Este processo consiste na adição de material, em camadas finíssimas sobrepostas, formando peças extremamente complexas.

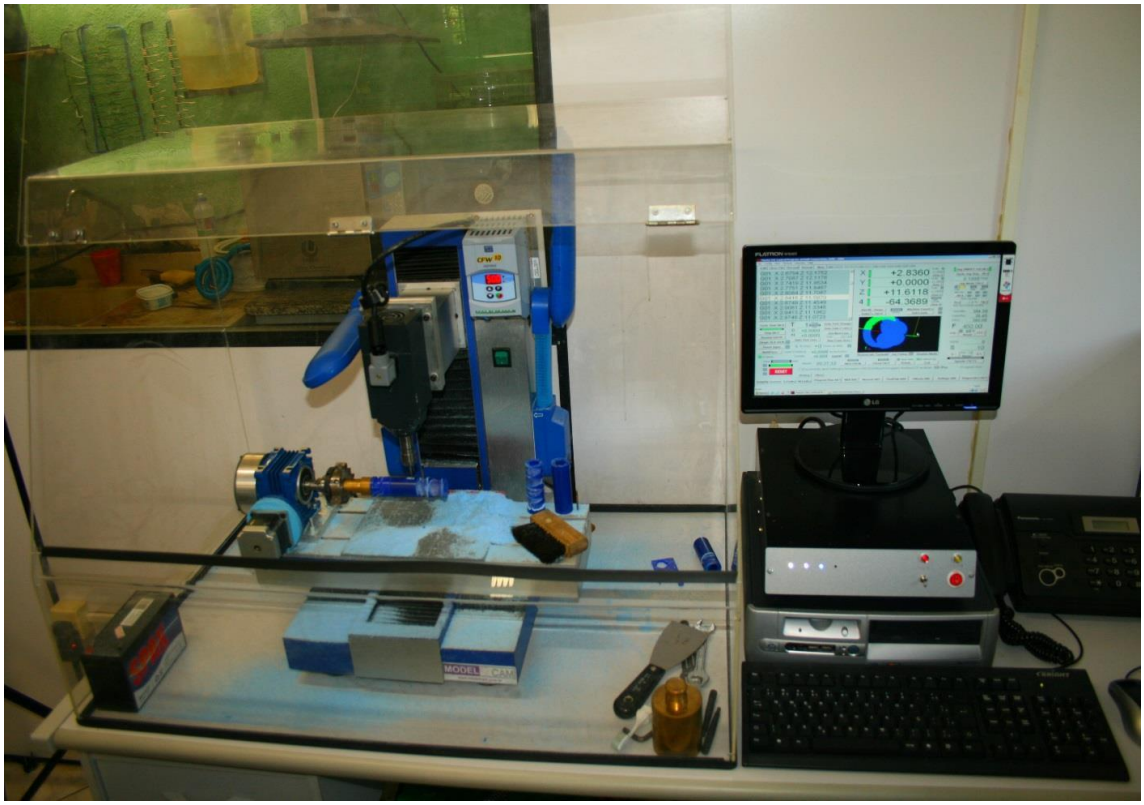


Ilustração 13: Equipamento de prototipagem – CNC.

Alguns equipamentos de prototipagem existentes no mercado deixam pequenas marcas nas camadas que foram impressas. Para o bom acabamento, geralmente, as peças são lixadas ou polidas até que desapareçam. Porém, na joalheria, adiciona-se mais um passo nesse processo: a fundição da matriz na qual o primeiro protótipo é fundido em metal (ouro ou prata), e realizado o acabamento. Essa fundição é importante porque, em geral, nesse mercado, as medidas são muito finas e os protótipos são extremamente frágeis, impossibilitando o acabamento.

Na visita ä VT Indústria de Joia, foi possível conhecer mais dois métodos utilizados: processo de adição de plástico e processo a laser. Ambos os processos precisam dos passos descritos acima com as mesmas especificações, sendo que o diferencial se dá apenas pelo material empregado e pela resistência dos modelos.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O processo de depósito de material consiste na adição de camadas de tipo especial de plástico que se comporta como cera e derrete à temperatura de 80º, podendo passar diretamente pelo processo de fundição em cera perdida sem maiores problemas. A contrapartida é que os protótipos são muito frágeis e necessitam de muita atenção no seu manuseio.

Já o processo a laser consiste na solidificação de fotopolímero líquido, ou seja, líquido fotossensível que fica contido no reservatório. No local em que o feixe de laser toca o líquido ele se solidifica formando camada. Uma plataforma desce preparando-se para a solidificação de mais camadas. O protótipo originado por esse processo é mais resistente.

Essa tecnologia já vem sendo usada há algumas décadas em diversos setores da indústria mecânica, náutica e desenho industrial e há pouco tempo na indústria joalheira.

De acordo com estatística, São José do Rio Preto é considerado o segundo maior pólo industrial de Joias do Brasil, com centenas de empresas atuantes. A VT Indústria Joias e outras indústrias de São José do Rio Preto e região utilizam o software Rhinoceros baseado na tecnologia NURBS (*No Uni- form Rational B-Spline*), programa de modelagem 3D com muitos aplicativos específicos para o setor joalheiro.

O Rhinoceros é o software de desenho mais usados no Brasil pelos designers de joias, pois oferece biblioteca de gemas e modelagem de superfícies complexas; o Flamingo renderiza os modelos gerados pelo Rhinoceros; e o TechGems, que é um plug-in para o Rhinoceros e para o Flamingo.

Ilustração 14: Logomarca do software Rhinoceros.

Na utilização dos softwares, é possível modelar peças, gerar ilustrações realísticas (*renders*), analisar volumes e de massa, executar desenhos técnicos além de gerar arquivos para prototipagem. Pontos, retas, arcos e círculos são os elementos básicos usados para criar os mais complexos desenhos bidimensionais e todas as técnicas de desenho tradicional e de desenho por sistemas CAD/CAM, baseados na construção de elementos geométricos básicos.

Na joalheria, a partir do sistema, também é possível criar modelos de objetos tridimensionais para peças mais complexas.

O uso de técnicas de modelagem em CAD requer entendimento dos sólidos

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

geométricos e a compreensão da geometria de desenho permitindo a construção de esboços claros e geometricamente precisos.

A empresa pesquisou diversos programas em 3D que poderiam ser adaptados para o desenho de joias e descobriu que somente os mais específicos trazem recursos mais sofisticados que facilitam as tarefas, como:

- qualidade na apresentação;
- maior fidelidade ao resultado final;
- facilidade e precisão para repetir detalhes;
- fácil percepção de erros e defeitos em qualquer fase do projeto;
- visualização real detalhada em cores para ser impressos ou enviada por e-mail;
- troca de materiais;
- experimentação fácil;
- simulação de texturas;
- modelos com alto grau de detalhamento;
- cálculo simulado de peso das peças de acordo como o material;
- execução precisa de pré-cravações.

Existem outras tecnologias no mercado, mas, por vários motivos técnicos ou de custos, a indústria joalheira não se utiliza delas. Com esses processos, as empresas certamente conseguem um excelente resultado, ou seja, protótipos com excelente custo/benefício.

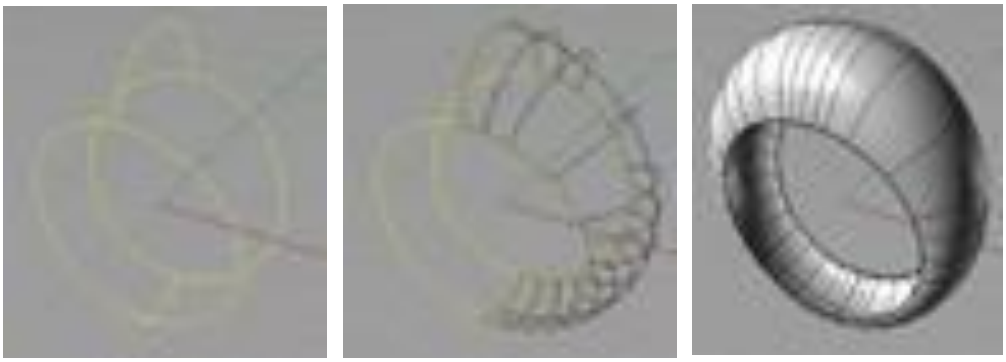
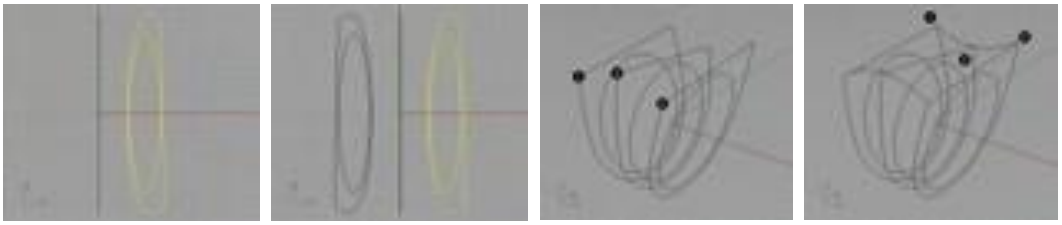


Ilustração 15: Sequência do projeto.



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

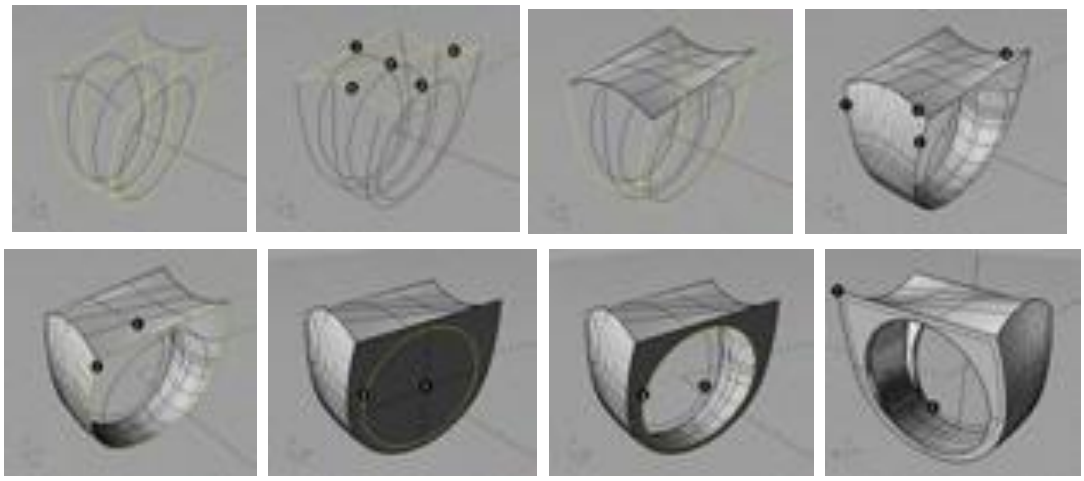


Ilustração 16: Modelagem em 3D Rhinoceros.

Resumindo, essa tecnologia permite a criação de modelos tridimensionais de anéis, pingentes, broches e peças inusitadas e inovadoras, adaptação às tendências da moda atual, alterações no design, visão de peças antes de serem fabricadas e aumento das vendas.

Ilustração 17: Auditório Walt Disney – Frank Gehry.

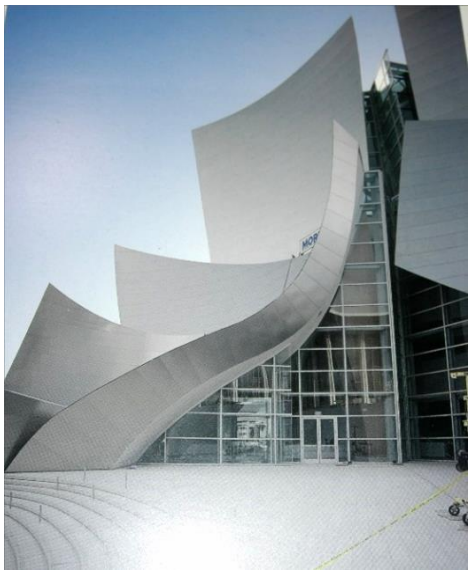
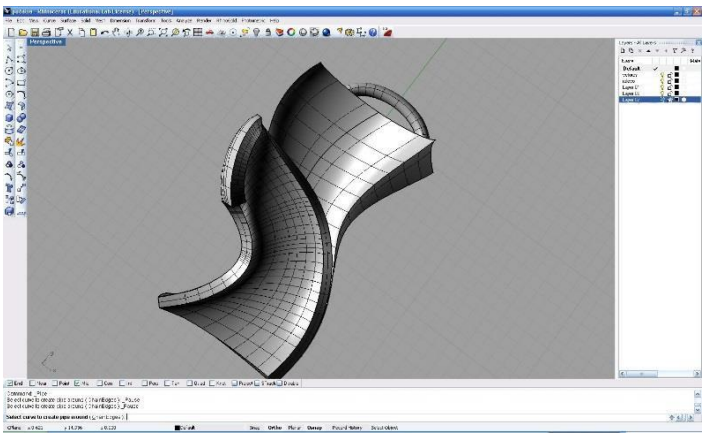


Ilustração 18: Desenho de Joia – designer Dalva Ferrari.



ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Ilustração 19 Projeto de Joia – modelagem 3D.

Considerações Finais

Mais do que produzir artigos de glamour, o setor joalheiro trabalha incessantemente para nunca perder o brilho de suas criações. As joias precisam mesclar manufatura, design, alta qualidade e divulgação para se manterem vivas e desejadas.

Pensando no binômio – qualidade e produtividade – a indústria estudada adota o sistema CAD no processo de desenvolvimento de novos produtos.

CAD: *Computer Aided Design* ou desenho auxiliado por computador: nome genérico de softwares utilizados para projetos e desenhos técnicos com capacidade de desenhar curvas e figuras em 2D (espaço) e desenhar curvas, superfícies e sólidos em 3D (objetos). Dois tipos de tecnologia são usados na modelagem 3D, por polígonos e por NURBS que possui intercâmbio entre os modelos bidimensionais e tridimensionais. O software oferece ferramentas poderosas de forma livre de modelagem que permitem a liberdade na criação de desenhos artísticos e elegantes. Estas ferramentas são flexíveis e intuitivas e podem ser facilmente aprendidas e usadas.

Ainda, é possível através do CAD gerar uma imagem de visualização detalhada de cores que podem ser impressos ou enviada por e- mail, possui saídas de todos os tipos de arquivos compatíveis com qualquer CAM do dispositivo, gerando modelos com dimensões exatas. CAM: Computer Aided Manufacturing ou manufatura auxiliada por computador, nome dado a qualquer processo auxiliado por micro controlador ou por um controlador numérico. O sistema CAM trabalha com base em modelos matemáticos provenientes do sistema CAD. Através deste sistema, gera-se arquivo de caminho para que a ferramenta modele a peça. Com duas versões, uma genérica para modelagem e desenho de produto e outra, JewelSmith, específico para joalheria, com ferramentas que facilitam a modelagem de engastes complexos, pavês, texturas e anéis, além de *renderizar* de forma realista os metais e as pedras, permitindo obter como produto o desenho técnico vetorial, a imagem realista e o modelo 3D, em formato universal (STL) compatível como todos os si.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

O *DARK SIDE* NA TRAGÉDIA DA AVIAÇÃO BRASILEIRA: O ESTUDO DE CASO DA AIRBUS A-320 DA TAM

Irzângela Ramos – Docente UNIPAC Uberlândia- Irzangela@hotmail.com

Resumo

Palavras-chave: *Dark side*. Tragédia. Aviação Brasileira.

INTRODUÇÃO

O presente resumo relata um estudo que partiu do principio da importância de olhar para o lado sombrio das organizações, especificamente, as obscuridades que ocorrem em acidentes e tragédias no setor de aviação, aonde priorizamos uma visão social sobre a temática, demonstrando que existe um 'processo natural' nas estruturas e contextos organizacionais, e, portanto, sujeito a diversas influências do meio interno e externo às empresas.

As tragédias ocorrem nas organizações, mas são pouco estudadas devido a pouca importância que a literatura, sobre as organizações, dá às situações que não podem ser explicadas. A relevância do estudo se da, devido à gravidade que os desastres aéreos causam na sociedade; além da frequência de acontecimentos, que de acordo com o Economia IG (2014), os Desastres da aviação brasileira fatalizaram três mil e quinhentas pessoas, num cenário com 460 (quatrocentos e sessenta)quedas de aeronaves desde 1928 (ano que o avião foi inventado).

Ressalta-se que várias catástrofes ocorreram no Brasil, no setor de aviação, como por exemplo, os episódios de 29 de setembro de 2006, no estado do Mato Grosso, aonde 154 (cento e cinquenta) pessoas a bordo do Boeing da Gol, entre tripulantes e passageiros, morreram no acidente com o jato Legacy e em Junho de 1982, na Serra da Aratanha, no Estado do Ceará, 137 (cento e trinta e sete) pessoas foram vítimas fatais no choque de um Boeing 727-200 da Vasp contra uma montanha da Serra, a 30 km (trinta quilômetros) de Fortaleza (ECONOMIA IG, 2014).

A problemática do presente estudo, baseou-se no fato que Para o analista organizacional, a opção pelo olhar sobre os acidentes decorre do fato de eles serem um tipo de evento que alcança uma situação limite, quando o burlesco sai de cena e os reais valores se manifestam.

Alves e Guimarães (2010) ao recorrerem aos ensinamentos de Turner, alegam que a realidade é caracterizada por problemas pouco estruturados, de difícil enunciado. Para as organizações, restaria tão-somente adotar seus próprios critérios para selecionar o que olhar e o que não olhar. Em termos sintéticos, os autores dizem que o argumento de Turner dizia que os esforços estavam sendo direcionados, de forma predominante, para o entendimento do que havia acontecido de errado. A preocupação ficava circunscrita às manifestações aparentes, em uma autêntica investigação da gênese do evento.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Segundo de Turner de acordo com Alves e Guimalhães (2010), a partir de tal modelo, o que vinha a tona eram falhas de natureza humana ou tecnológica, havendo sempre um culpado bem delineado, fosse um trabalhador fosse um equipamento. Por esse caminho, o autor era "desmascarado" e recebia a execração pública em múltiplas arenas. Na sequência, novos eventos de natureza similar tinham vez, sem que houvesse vozes capazes de prevê-los, até por que, afinal, não seria viável a antecipação da vontade humana (ALVES e GUIMARÃES, 2010).

Para Turner, a circularidade do pensamento não era cabível e condenava parcelas da sociedade ao fenecimento. Claramente, algo estava equivocado e necessitava ser revisto. Sua proposição básica consistiu no redirecionamento dos holofotes, no sentido de deixar um pouco na penumbra os elementos restritos do instante da tragédia e tentar iluminar os percursos que desembocaram no evento. Somente assim poder-se-ia identificar o fenômeno criado e compreender os motivos pelos quais ele não foi previsto (ALVES e GUIMARÃES, 2010).

OBJETIVOS

O presente resumo apresenta como objeto de estudo o acidente da Airbus A-320 (trezentos e vinte) da TAM, cujo objetivo geral foi analisar toda obscuridade ocorrida a tragédia, que de 17 (dezessete) de julho de 2007, na cidade de São Paulo, no aeroporto de Congonhas.

MÉTODOS

A pesquisa bibliográfica realizada demonstrou que as práticas organizacionais ilegais e obscuras, chamadas de *dark side*, temática que vem sendo explorada cada vez mais, ocorrem em diversas organizações de vários setores e países que praticam crimes e acidentes, sejam eles, sociais, ambientais e econômicos. Neste sentido, Eurides (2014, p.3) "o termo *dark* significa escuro, ou seja, melhor entendido como sombrio ou não transparente e claro. Portanto, a discussão não necessariamente aborda temas ilegais".

Segundo Eurides (2014), o *Dark Side* refere-se a situações organizacionais sem resposta ou sem explicações que possam esclarecer o que existe subjacente a essas práticas. Isso porque, falar do lado sombrio das organizações implica em trazer à tona práticas e eventos que são negligenciados e, portanto, permanecem sem questionamentos.

A metodologia utilizada neste estudo teve um delineamento qualitativo, sobre um caso ocorrido há quase 10 (dez) anos no Brasil, cujos efeitos são percebidos até os dias de hoje. Para atender ao objetivo da pesquisa, o procedimento de coleta de dados utilizado foi a pesquisa documental, que se utiliza de fontes documentais, isto é, fontes de dados secundários (GIL, 2007).

A coleta de dados ocorreu mediante intensa pesquisa documental em *websites* de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

jornais e revistas, tais como: notícias uol, G1, Folha uol e vídeos no *youtube*, todos os instrumentos de coleta de dados de cunho popular, que noticiaram o caos aéreo e principalmente seus desfecho judicial, com relatórios técnicos e sentenças sobre os reais culpados pelo sinistro.

Os dados secundários foram selecionados de acordo com sua riqueza e qualidade das informações, cujo objetivo foi constatar o impacto que o caso gerou para as vítimas, sociedade e para as empresas envolvidas.

RESULTADOS

O estudo considerou que o termo *dark side*, remete a qualquer obscuridade organizacional, ou seja, práticas empresariais que não possuem respostas ou explicações, assim como ocorreu com a tragédia mencionada, aonde 199 (cento e noventa e nove) pessoas morreram, sendo, portanto, considerada um dos maiores acidentes do cenário nacional de aviação. No presente case, encontram-se vinculadas duas organizações: TAM e AIRBUS (fabricantes das aeronaves), que na tentativa de se defenderem, delegam a culpa uma à outra.

A Airbus alega duas hipóteses causadoras do acidente, imprudência dos pilotos por não terem alertado a tripulação sobre a assimetria ou falha da INFRAERO, que permitiu uma pista (no aeroporto de Congonhas) muito curta e o asfalto estava fora das especificações. Já a companhia aérea (TAM), informa possíveis irregularidades no projeto da aeronave da AIRBUS. Mediante inquérito a justiça Brasileira, não encontrou provas que apontem um causador da tragédia e a Aeronáutica ao investigar o caso, alegou que o acidente ocorreu devido ao ambiente permissivo e desorganizado que se encontra a aviação civil no Brasil.

CONCLUSÃO

A pesquisa confirmou que, a obscuridade e o "jogo de empurra", por parte das organizações envolvidas é uma forma de livrar-se de uma possível culpa que além de denegrir a imagem e credibilidade na sociedade, acarreta custas de diversas indenizações solicitadas por parente das vítimas, logo a transferência da responsabilidade, fato que para a literatura é compreensível devido à capacidade que as empresas têm em silenciar assuntos que lhe incomodam ou que ferem sua autoimagem, é algo comum e acontece como parte das operações e da dinâmica das empresas, que se camuflam o tempo todo no intuito de não se prejudicarem, demonstrando, portanto, o seu lado sombrio.

REFERÊNCIAS

ALVEZ, Mario Aquino. GUIMARÃES, Paulo Cesar Vaz. **Prometeu Revisitado: Acidentes e a Teoria Organizacional**. Publicado em Setembro de 2010. In: XXXIV Encontro da ANPAD. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Paulo_Cesar_Guimaraes/publication/260517919_Prometeu_Revi

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

sitado_Acidentes_e_a_Teoria_Organizacional/links/004635317d47e8e1c8000000.pdf. Acesso em 01/10/2015.

ECONOMIA IG. **Airbus A380: maior avião do mundo encalha e fabricante dá desconto**. Publicado em: 10/08/2014. Disponível em: http://economia.ig.com.br/empresas/2014-08-10/airbus-a380-maior-aviao- do-mundo-encalha-e-fabricante-da-desconto.html. Acesso em 25/08/2015.

EURIDES, Gustavo Prudente. **O Fim da Escuridão: Explorando o *Dark Side* das Organizações na Sétima Arte**. In: II Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais. Publicado em: Novembro de 2014. Disponível em: http://iicbeo.com.br/anais/1328GT3.pdf. Acesso em: 20/09/2015.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

MUSEUS EUROPEUS

Dalva Olívia Azambuja Ferrari (Centro Universitário Senac);
dalva.aferrari@sp.senac.br *
Gláucia Augusto Fonseca (Universidade Federal do Rio de Janeiro);
glauciaaugusto@gmail.com

Resumo

Este relatório tem como principal escopo descrever reflexões sobre as nossas experiências em visitas programadas a museus. Os países escolhidos por nós foram Espanha e Itália, em virtude de sua riqueza cultural que abriga significativa gama de obras arte de vários artistas, mundialmente reconhecidos. A prática destas visitas foi analisada através de fotografias, relatos escritos, visuais e orais e o que destacou em especial foram vivenciados nos Museus: *Museo Egízio* - Turim, *Museo Naczionale del* Cinema - Turim, Museu *Guggenheim* -Bilbao, Gala-Salvador Dalí Fundação – *Figueres.* Em pesquisa mais ampla, investigamos algumas dinâmicas e interações das ações dos visitantes frente às linguagens expositivas presentes nos museus, a influência do contato com acervos e linguagens museológicas na concepção de memória, patrimônio e história, explorou em cada obra argumentos ou linhas de interpretação que interessavam no nosso tema. Após as visitações, analisando fotografias do nosso acervo, percebemos que estas visitas/viagem de estudo trouxeram uma série de efeitos formativos como conhecimento, aprendizagem pela observação, ampliação da nossa formação acadêmica e profissional e ainda permitiram investigar a hipótese da circularidade da cultura europeia, em especial suas dimensões estéticas e políticas.

Palavras-chave: Museu. Cultura. Investigação.

Abstract

This report's main scope describe reflections on our experiences in scheduled visits to museums. The countries chosen by us were Spain and Italy, due to its cultural richness which houses significant range of art works of various artists, world-renowned. The practice of these visits was analyzed through photographs, written, visual and oral reports and said that in particular were experienced in Museums: Museum Egizio - Turin, Naczionale Museo del Cinema - Turin, Guggenheim Museum - Bilbao, Gala-Salvador Dalí Foundation - Figueres. In broader research, we investigate some dynamics and interactions of the actions of forward visitors to the exhibition present languages in museums, the influence of contact with collections and museums languages in the design of memory, heritage and history, explored in each work arguments or lines of interpretation interested in our topic. After the visitations, analyzing photographs of our collection, we realize that these visits / study trip brought a series of formative effects such as knowledge, learning by observing, expanding our academic and professional yet allowed to investigate the possibility of circularity of European culture, especially its aesthetic and political dimensions.

Keywords: Museum. Culture. Research.

INTRODUÇÃO

Importante descrever que visitamos vários museus localizados na Espanha e Itália. Tivemos a oportunidade de conhecer o *Museo Egízio* em Turim, segundo mais importante do mundo na divulgação da arte, história e cultura do antigo Egito, com um acervo extraordinário de arte do antigo Egito e com uma das maiores coleções de

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

antiguidades egípcias "fora do Egito".

Em visita ao *Museo Naczionale del* Cinema em Turim, constatamos que a torre que o abriga, é a mais alta estrutura na Europa. Inicialmente, foi planejada a construção de uma sinagoga judaica no local, mas o projeto não foi finalizado e deu lugar à torre *Antonelliana.*

Visita obrigatória na Espanha e centro de atenções para toda a Europa, visitamos o Museu *Guggenheim* em Bilbao – inaugurado em 1997 – projetado pelo arquiteto Frank O. Gehry, obra de revitalização da cidade de Bilbao.

Procurando por uma Instituição cultural privada encontramos Gala-Salvador Dalí Fundação, que possui como missão promover, divulgar, honrar, proteger e defender as obras do artista surrealista Salvador Dalí, e seus bens e direitos de qualquer natureza, seus projetos intelectuais e culturais, sua memória e reconhecimento universal da sua grande contribuição para as artes plásticas, cultura e pensamento contemporâneo.

1. *Museo Egizio – Galleria Sabauda* – Turim

Foto 1: Acervo Pessoal - Fachada do museu Museo Egizio.

O *Museo Egízio, Galleria Sabauda,* em Turim, é o segundo mais importante do mundo na divulgação da arte, história e cultura do antigo Egito, só perdendo para o Museu de Cairo. Possui um acervo extraordinário de arte do antigo Egito, com uma das maiores coleções de antiguidades egípcias fora do Egito.

No andar térreo, encontram-se expostas diversas esculturas, como a estátua do faraó Ramsés II e a maquete da tumba do arquiteto Kha e sua mulher Mirit. No segundo andar, estão maquetes, papiros e pertences da população egípcia, como instrumentos para caça e pesca, alimentos como pão e óleo completamente conservados. Na coleção

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

de papiros, se destaque o Papiro que lista todos os faraós da 17ª Dinastia e o "Livro dos Mortos", com receitas para obter favores de entidades divinas para alcançar a felicidade eterna.

No andar superior encontram-se, também, diversas pinturas de parede, hieróglifos da época além de joias e munias.

Foto 2: Acervo Pessoal - Interior do *Museo Egizio.*

Foto 3: Acervo Pessoal - Estátua do faraó Ramsés II.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

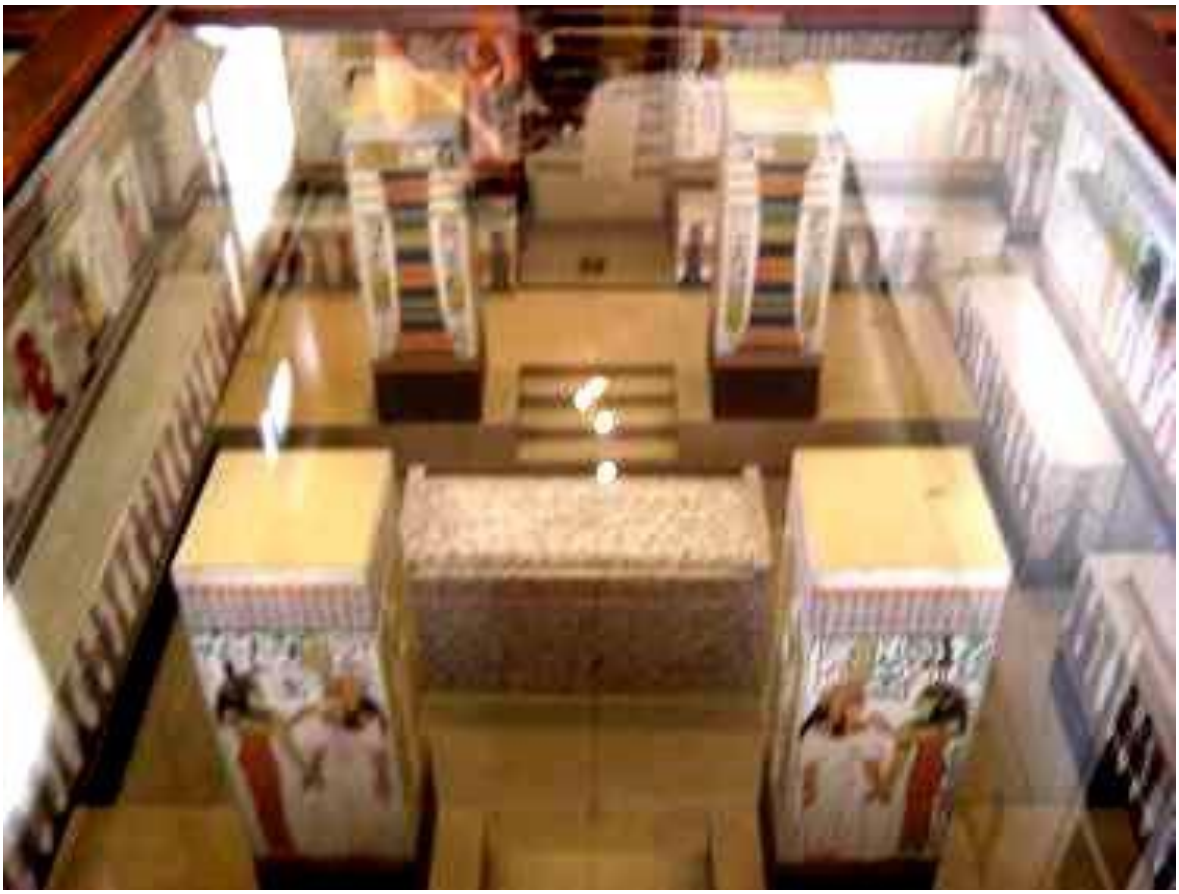


Foto 4: Acervo Pessoal - Maquete da tumba de Nefertari.

Foto 5: Acervo Pessoal - Múmia egípcia.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 6: Acervo Pessoal - Sarcófago

I

Foto 7: Acervo Pessoal - Colar – Pendente em ouro.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 8: Acervo Pessoal - Modelagem de joias egípcia em cera.

Foto 9: Acervo Pessoal - Modelagem de joias egípcia em cera.

2. *Museo Nazionale del* Cinema – Turim

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Até recentemente, a torre que abriga o *Museo Naczionale del* Cinema, foi a mais alta estrutura na Europa. Inicialmente, foi planejada a construção de uma sinagoga judaica no local, mas o projeto não foi finalizado e deu lugar à torre Antonelliana Mole que significa "construção maciça". A torre foi projetada por Alessandro Antonelli e é um marco histórico de Turim.

O museu articula-se em cinco grandes espaços: Arqueologia do Cinema, A Máquina do Cinema, A Coleção de Cartazes, A Vídeo Instalação e A Grande Aula do Tempo.

Foto 10: Acervo Pessoal - Fachada do *Museo Nazionale del* Cinema.

Foto 11: Acervo Pessoal - Maquete do *Museo Nazionale del* Cinema.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 12: Acervo Pessoal - Área interna do *Museo Nazionale del* Cinema.

Museu Guggenheim – Bilbao

Foto 13: Acervo Pessoal - Museu Guggenheim – Bilbao.

O Museu Guggenheim Bilbao, projetado pelo arquiteto Frank O. Gehry, foi inaugurado em 1997, como parte de esforço de revitalização da cidade de Bilbao, convertendo-se desde logo num centro de atenções para toda a Europa,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

um local de visita obrigatória na Espanha.

Edificio marcante, centro de apreciação de arte, quer na coleção permanente, apresentada de modo completamente dinâmico, quer nas numerosas exposições temporárias e temáticas, concebidas com critérios ecléticos, esta obra de Frank Gehry denota uma visão global da arte do século do XX e XXI e da história da arte em geral.

Sua construção se iniciou em 1992 e foi concluída em 1997. Duas equipes, uma em Bilbao e outra em Los Angeles, trabalharam conjuntamente na elaboração do projeto, que só foi possível graças ao uso do software CATIA nos cálculos estruturais. Alguns especialistas questionavam a possibilidade de execução da obra, por causa de suas formas extremamente complexas.

Primeiramente, com o auxílio do software, foram escaneados e mapeados os esboços e modelos do edifício, em seguida detalhados os cálculos da estrutura e os modelos virtuais em 3D das peças construtivas. Desse modo, foi possível erguer as estruturas formadas por curvas complexas e torcidas.

O próprio edifício é um monumento da arquitetura vanguardista do século XX, um marco arquitetônico por seu design inovador e pelo cenário que oferece para exposição de arte contemporânea.

Foto 15: Acervo Pessoal - Museu Guggenheim Bilbao.

Nesta visita, foi possível fazer breve análise sobre o estilo de Gehry, que é caracterizado por formas curvas, aparentemente desadaptadas do contexto e da função, rompendo mesmo com o contexto, muitas vezes parecendo

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

construído por agregação, com a aparência de inacabado, mas de extrema harmonia.

Externamente, o museu é coberto por superfícies de titânio curvadas em vários pontos, que lembram escamas de peixe, mostrando a influência das formas orgânicas presentes em muitos trabalhos de Gehry. Do átrio central, com 50m de altura, em forma de flor cheia de curvas, partem passarelas para os três níveis de galerias. Visto do rio, o edifício parece ter a forma de barco, homenageando a cidade portuária de Bilbao.

Os reflexos metálicos, sobre as placas de titanio que cobrem o Museu Guggenheim, assumem ora os tons cinzentos do céu, ora os dourados do sol poente, ou os azuis da água que o ladeiam e do céu nos dias descobertos. As formas exuberantes surpreendem, e os desenvolvimentos em ondas de novos volumes encantam.

A frequente utilização de metais por Gehry não é novidade. O uso de revestimentos de chapa e materiais metálicos ou com aparência metálica é comum em suas obras. O arquiteto é intenso conhecedor de materiais nobres, bem como de técnicas construtivas mais elaboradas, conjugando tudo em obras ao mesmo tempo desconcertantes e surpreendentes, mas de extremo requinte de formas, concepção e realização.

Desde que começou a ser construído, o Museu Guggenheim recebeu várias críticas pelo aspecto vanguardista restrito à fachada exterior, uma vez que as salas de exposição são quase todas iguais a de qualquer outro museu, ou seja, a acusação é de que se inovou no exterior, mas não na função básica do museu, que é conservar e expor obras de arte. Para outros, porém, isso é uma das caracteristicas mais marcante desta obra de Gehry. E por ser o museu tão inovador uma crítica que ele recebe é justamente ser, como edificio, mais atraente que as próprias obras expostas

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 16: Acervo Pessoal - Interior do Museu Guggenheim Bilbao.

Fundação Gala – Salvador Dalí – Figueres

Foto 17: Acervo Pessoal - Placa de identificação do museu Gala I Salvador Dali.

Gala-Salvador Dalí Fundação é uma instituição cultural privada, que possui como missão promover, divulgar, honrar, proteger e defender as obras do artista surrealista Salvador Dalí, e seus bens e direitos de qualquer natureza, seus projetos intelectuais e culturais, sua memória e reconhecimento universal da sua grande contribuição para as artes plásticas, cultura e pensamento contemporâneo.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 18: Acervo Pessoal - Átrio externo do museu Gala I Salvador Dali.

A Dalí Fundação é composta por objetos de diferentes períodos da vida de Dalí, além de inúmeras obras de diversas técnicas, materiais e suportes: pinturas, desenhos, esculturas, gravuras, instalações, joias, hologramas, fotografias, estereoscópios, etc. Grande parte dessas obras é exposta na coleção permanente do Teatro-Museu Dalí, e outros fazem parte das exposições temporárias organizadas dentro e fora do museu, tanto em projetos pela Fundação e enquanto a título de empréstimo para outras instituições a nível mundial.

No subsolo do Teatro-Museu, há outro museu de Dalí, dedicado às joias que o artista projetou. Algumas, como o "Olho do Tempo", são ricas em detalhes. Anexo ao prédio principal está a Torre Galatea, onde o artista morreu.

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

Foto 20: Acervo Pessoal - Joias de Salvador Dali.

Foto 21: Acervo Pessoal - Joias de Salvador Dali.

Considerações Finais

Quanto à astronômica diferença entre arte, monumentos públicos e objetos particulares produzidos pelo homem, seja na grandeza de museus como o Guggenheim na cidade Bilbao, seja na delicadeza das joias expostas no subsolo do Teatro Museu da Fundação Gala Salvador Dalí na cidade de Figueres, foi possível investigar linguagens expositivas presentes nos museus, com influência dos acervos e linguagens de memória, patrimônio e história de cada local visitado resultando em efeitos formativos como conhecimento,

ISSN 2316-5650 v.1 n.4 - 1015

aprendizagem pela observação, ampliação da formação acadêmica e profissional.