



NATAL, RIO GRANDE DO NORTE 16 A 18 DE DEZEMBRO DE 2011

# ANAIIS

## CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS



Ministério da  
Educação



**Presidente da República**

Dilma Viana Rousseff

**Ministro da Educação**

Fernando Haddad

**Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica**

Eliezer Moreira Pacheco

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte****Reitor**

Belchior de Oliveira Rocha

**Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação**

José Yvan Pereira Leite

**Pró-Reitor de Administração**

Jucelino Cardoso de Medeiros

**Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional**

Francisco das Chagas de Mariz Fernandes

**Pró-Reitora de Ensino**

Anna Catharina da Costa Dantas

**Pró-Reitor de Extensão**

Wyllys Abel Farkatt Tabosa

**Diretoria de Gestão e Atividades Estudantis**

Solange da Costa Fernandes

**Diretoria de Gestão e Tecnologia da Informação**

Alex Fabiano de Araujo Furtunato

**Diretoria de Gestão Pessoas**

Auridan Dantas de Araújo


**Reitora:** Cláudia Sansil / IFPE**Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação:** Ana Patrícia Falcão / IFPE**Reitor:** João Batista de Oliveira Silva / IFPB**Pró-Reitora de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação:** Nelma Mirian Chagas de Araújo Meira / IFPB**Reitor:** José Ferreira Costa / IFMA**Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação Tecnológica:** José Hilton Gomes Rangel / IFMA**Reitor:** Cláudio Ricardo Gomes de Lima / IFCE**Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação:** Glória Maria Marinho Silva / IFCE**Reitor:** Ailton Ribeiro Oliveira IFSE**Pró-Reitora de Pesquisa e Extensão:** Ruth Sales Gama de Andrade / IFSE**Reitor:** Francisco das Chagas Santana / IFPI**Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação:** Valdira de Caldas Brito Vieira / IFPI**Reitora:** Aurina Oliveira Santana / IFBA**Pró-Reitora de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação:** Rita Maria Weste Nano / IFBA**Reitor:** Edson Ary Oliveira Fontes / IFPA**Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação:** Otávio Fernandes Lima da Rocha / IFPA**Reitor:** Edvaldo Pereira da Silva / IFRR**Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação e Inovação Tecnológica:** Daygles Maria Ferreira de Souza / IFRR**Reitor:** Francisco Nairton do Nascimento / IFTO**Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação:** Augusto Cesar dos Santos / IFTO**Reitor:** João Martins Dias / IFAM**Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação:** Ana Mena Barreto Bastos / IFAM**Reitor:** Sergio Teixeira Costa / IFAL**Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação:** Carlos Henrique Almeida Alves / IFAL**Reitor:** Marcelo Minghelli / IFAC**Pró-Reitor de Inovação:** Luís Pedro de Melo Plese / IFAC**Reitor:** Sebastião Edson Moura / IFBAIANO**Pró-Reitor de Pesquisa:** Vandemberg Salvador de Oliveira / IFBAIANO**Reitor:** Raimundo Vicente Jimenez / IFRO**Pró-Reitor de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação:** Artur de Souza Moret / IFRO**Reitor:** Sebastião Rildo Fernandes Diniz / IFSERTÃO PERNABUCANO**Pró-Reitor de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação:** Cícero Antônio de Souza Araújo / IFSERTÃO PERNABUCANO**Comissão Organizadora**

José Yvan Pereira Leite

Jerônimo Pereira Souza Santos

André Luiz Calado Araújo

Samir Cristino Souza

 O conteúdo dos artigos publicados é de inteira responsabilidade de seus autores.

VI Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Educação Tecnológica – CONNEPI - 2011

Copyright 2011 da Editora do IFRN

Todos os direitos reservados

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia, gravação ou qualquer tipo de sistema de armazenamento e transmissão de informação, sem prévia autorização, por escrito, da Editora do IFRN.

Divisão de serviços Técnicos

Catalogação da publicação na fonte.

Biblioteca Sebastião Fernandes (BSF) – IFRN

Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Educação Tecnológica – CONNEPI (VI.: Natal: 2011:Rio Grande do Norte. RN)/ José Yvan Pereira Leite...[et al.] Natal: SETEC/MEC, 2011. 14.217p.

ISBN 978-85-8161-016-0

1. Artes Letras e Linguísticas. 2. Ciências Agrárias. 3. Ciências Biológicas. 4. Ciências da Saúde. 5. Ciências Exatas da Terra. 6. Ciências Humanas. 7. Ciências Sociais Aplicadas. 8. Engenharias. I. Araújo, André Luis Calado. II. Santos, Jerônimo Pereira. III. Souza. Samir Cristino. IV. Leite, José Yvan Pereira

IFRN/BSF

CDD – 370.1

# Apresentação

O VI Congresso Norte-Nordeste de Pesquisa e Inovação da Rede Federal de Educação Tecnológica (CONNEPI) ocorreu em Natal-RN, entre 16 e 18 de dezembro de 2011, no Campus Natal-Central do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN). Integrado ao evento, houve ainda o VII Congresso de Iniciação Científica do IFRN (CONGIC) e a EXPOTEC, movimentando, no total, um público estimado em torno de 6 mil pessoas.

Assim, o VI CONNEPI assinala uma nova fase da ampliação e consolidação da Pesquisa e Inovação no âmbito dos Institutos Federais, demarcado pela apresentação de 1.799 artigos científicos e a realização de mostra tecnológica, quatro plenárias, 12 minicursos, além de reuniões de articulações para formação de redes, discussão de políticas de planejamento científico, organização de arranjos institucionais dos NITs da Rede Federal, entre outras atividades.

Com relação aos trabalhos científicos, estes foram apresentados por pesquisadores e estudantes bolsistas advindos dos programas institucionais de pesquisa dos Institutos Federais do Norte-Nordeste, dos Programas do CNPq (PIBITI, PIBIC, PIBIC-Af, PIBIC-EM, entre outras), CAPES (PIBID, PET), Petrobrás (PFRH) e Fundações de apoio. No quadro a seguir, pode-se observar a distribuição dos trabalhos por área temática, contemplando os vários ramos do conhecimento, com destaque para as áreas tecnológicas, que representam 64,2% das contribuições recebidas.

Áreas Temáticas	Quantidade	(%)
Artes, Letras e Linguística	73	4,1
Ciências Agrárias	274	15,2
Ciências Biológicas	163	9,1
Ciências da Saúde	85	4,7
Ciências Exatas e da Terra	363	20,2
Ciências Humanas	310	17,2
Ciências Sociais Aplicadas	176	9,8
Engenharia I	135	7,5
Engenharia II	64	3,6
Engenharia III	38	2,1
Engenharia IV	118	6,6
Total	1799	100

Já a mostra foi abrlhantada por 16 expositores, dentre os quais a Editora do IFRN, FUNCERN, Campi do IFs Rio Grande do Norte, Tocantins e Sertão Pernambucano, FAPERN, ProQuest, Shimadzu, Agilent, Projeto Caatinga Viva, Projeto Cultura e Projeto PETROTEC.

As plenárias, por sua vez, forneceram o espaço para discussões a respeito dos arranjos produtivos locais, das relações da Anprotec com a Rede Federal, da expansão do ensino profissional, das mudanças climáticas e da biomassa como fonte alternativa de energia.

Na oportunidade, aconteceu, ainda, o lançamento do repositório de livros do IFRN, de livros das Editoras do IFRN e do IF Sertão Pernambucano.

Em vista dos resultados alcançados, não poderíamos deixar de manifestar nossos agradecimentos a todos que contribuíram para o êxito do evento. Assim, a Comissão Organizadora do VI CONNEPI agradece às equipes de Tecnologia da Informação do IF de Sergipe, das Pró-Reitorias de Administração, de Ensino, de Extensão e de Pesquisa e Inovação do IFRN, bem como aos 400 avaliadores ad hoc que, de forma silenciosa, garantiram a qualidade dos trabalhos apresentados.

Agradece também às Reitorias dos Institutos Federais do Rio Grande do Norte e de Sergipe e à Secretaria de Educação Profissional Tecnológica pela confiança e pelo apoio político e financeiro, bem como à FUNCERN e aos gestores de Pesquisa e Inovação dos Institutos Federais do Norte-Nordeste, sem os quais não seria possível a realização desse grande evento.

Uma significativa parte de toda esse esforço interinstitucional, especificamente os 1.799 trabalhos científicos, é agora disponibilizada sob a forma destes Anais do VI CONNEPI, na expectativa de colaborar para a difusão do conhecimento nos ambientes acadêmicos e, por conseguinte, para o desenvolvimento da pesquisa e inovação na Rede.

Prof. José Yvan Pereira Leite  
Comissão Organizadora – VI CONNEPI

# Administração

## A DVA COMO INSTRUMENTO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS: UM ESTUDO DE CASO EM SOCIEDADES COOPERATIVAS

A. S. Sousa<sup>1</sup> e P. T. S. Braga<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Pau dos Ferros e <sup>2</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Zona Norte

andreza.sousa@ifrn.edu.br – paulo.braga@ifrn.edu.br

### RESUMO

O presente estudo de caso foi desenvolvido em Sociedades Cooperativas do Ramo de Saúde com sede e atuação no município de Natal/RN. A escolha do tema se deu pela notada representação das cooperativas para a economia local e por seu dinamismo na geração de trabalho e renda, hoje, pauta de políticas públicas de inclusão social. O cerne deste estudo se reporta ao uso e/ou adoção da Demonstração do Valor Adicionado - DVA nos processos de tomadas de decisões gerenciais e prestações de contas. Com base na necessidade do mercado as informações devem ser cada vez mais precisas e confiáveis para se tornarem premissas básicas para a adoção das estratégias que promovam a governança corporativa. Os critérios adotados para a definição da amostra tiveram por base as seguintes condições: ser cooperativa do ramo de saúde; ser cooperativa registrada na OCB/RN; encontrar-se adimplente com todas as obrigações junto a OCB/RN, atuar na cidade de Natal/RN e, por conseguinte, atender aos questionamentos necessários ao desenvolvimento da pesquisa, objetivando conhecer a distribuição de riqueza entre os agentes econômicos destas Sociedades Cooperativas e evidenciar o uso da Demonstração do Valor Adicionado – DVA como, também, ressaltar sua importância na elaboração do Balanço Social. O estudo conclui a importância do uso e/ou adoção desta Demonstração Contábil e recomenda outros estudos relacionados ao cooperativismo a partir de suas conclusões, em especial, no que se refere à temática geração de trabalho e renda

**Palavras-chave:** Demonstração do Valor Adicionado. Prestação de Contas. Cooperativas.

## 1. INTRODUÇÃO

As cooperativas se destacam por sua dupla natureza, social e econômica, no entanto, enaltecem o desenvolvimento e crescimento da sociedade, por serem sociedades de pessoas e não de capital. O balanço da Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB Nacional, em 2008, mostra que no Brasil existem aproximadamente 7,6 mil cooperativas, com 7,8 milhões de cooperados, estas Sociedades Cooperativas empregam em torno de 255 mil pessoas, o que proporciona um dinamismo para a geração de trabalho e renda. Pois, enfatiza os trabalhadores em detrimento do lucro, subsidiando o aumento desses trabalhadores no mercado. Com este desempenho em 2008, o cooperativismo brasileiro mantém sua faixa de participação de 6% (seis por cento) no Produto Interno Bruto Nacional.

Por esta notada representação na economia e pela dinâmica do mercado, na qual o processo de transformação nas relações dos negócios é dinâmico, a exigência da transparência é que torna essencial o desenvolvimento do trabalho da contabilidade, o qual tem como objeto o fornecimento de informações organizadas que atendam a natureza econômica, financeira, física e social das sociedades. A contabilidade busca através de suas demonstrações dotar os usuários, internos e externos, dessas informações em tempo hábil.

Deste modo, os gestores precisam estar atentos e buscarem alternativas para reduzir esses graus de riscos, elevar as sobras e, sobretudo remunerar seus agentes econômicos. Logo, a necessidade das informações precisas e confiáveis dos negócios torna-se premissa básica para a adoção das estratégias que serão implementadas, garantindo a continuidade da cooperativa e/ou empresa. Essas estratégias poderão conter regras disciplinares entre seus agentes econômicos e promoverem a governança corporativa. A governança corporativa é uma importante ferramenta para agregar de valor à sociedade, por tratar das relações existentes entre os agentes econômicos nas cooperativas.

A adoção de suas práticas nas Sociedades Cooperativas é essencial para embasar seus agentes econômicos de diversas informações acerca dos atos administrativos e das práticas gerenciais, propiciando assim, a minimização dos conflitos, quando os interesses dos cooperados e/ou da gerência e/ou do Conselho de Administração são distintos. Os dados da governança corporativa e de suas melhores práticas poderão estar expostos na publicação do Balanço Social, o qual busca apresentar a comunidade direta ou indiretamente, os benefícios que são promovidos através das empresas, na geração de trabalho e conseqüentemente renda e demais melhorias nas comunidades onde estão inseridas, por pagarem tributos, por consumirem recursos locais e utilizarem infra-estrutura pública. Por conseguinte permite avaliar a permanência de uma empresa em uma determinada região.

Deste modo, contribui para uma sociedade mais harmoniosa e democrática. Seu surgimento se deu pela necessidade de prestar contas a empregados assim como a sociedade, como um todo. Segundo Santos, Gouveia e Vieira (2008, p. 253), “O Balanço Social propõe um canal de discussão entre os agentes relacionados ao desenvolvimento da Cooperativa, pois anuncia o alcance ou não do objetivo social da Entidade, prestar serviços aos seus cooperados”. Uma das razões que levam as empresas a elaborarem e publicarem o Balanço Social é o fato de poderem apresentar para os agentes econômicos e a sociedade, como um todo, como estão gerando riqueza, assim como sua distribuição, utilizando a Demonstração do Valor Adicionado - DVA, deste modo tornam mais transparentes seus processos produtivos, interna e externamente, a sociedade poderá avaliar sua imagem.

A contabilidade no exercício de suas funções sociais busca identificar e aproximar as relações entre os usuários diretos e indiretos, seja de uma empresa ou sociedade cooperativa, não podendo mensurar apenas se estas apresentaram lucro ou prejuízo, e/ou sobras ou perdas, no período analisado ou atender meramente a legislação fiscal. As demonstrações contábeis obrigatórias cumprem adequadamente seu objetivo, quando evidenciam o resultado da empresa ou cooperativa aos seus agentes econômicos e atendem a legislação fiscal vigente, no entanto, não evidenciam o quanto de riqueza a empresa ou cooperativa consegue gerar, nem como estas a distribuem. Em atendimento a essa necessidade dos agentes econômicos, surgiu a Demonstração do Valor Adicionado, para evidenciar

a geração de riqueza e sua distribuição entre seus agentes econômicos, esta por sua vez não deverá ser confundida com a Demonstração de Resultado de Exercício – DRE, pois possuem finalidades distintas. No entanto, partindo desse pressuposto que a DVA surge como instrumento contábil capaz de fornecer informações que atendam às aspirações financeiras e sociais de seus agentes econômicos.

O referido estudo busca conhecer A Demonstração do Valor Adicionado das Sociedades Cooperativas do ramo de saúde e a distribuição de riqueza entre seus agentes econômicos. Pretendem-se com este questionamento identificar uso ou adoção desta demonstração contábil, como ferramenta complementar aos processos de tomada de decisões gerenciais e de prestação de contas aos agentes econômicos geradores de riqueza, assim como conhecer percentualmente a distribuição da riqueza gerada pelas Sociedades Cooperativa e sua distribuição entre seus agentes econômicos, no período de 2005 a 2008.

Para atender as estes questionamentos a pesquisa tem por base característica bibliográfica e documental, possui uma abordagem do problema classificada em quantitativa e qualitativa. Seu universo é constituído pelas cooperativas do ramo de saúde em funcionamento na cidade do Natal, Rio Grande do Norte. Este cadastro é mantido pela Organização Brasileira das Cooperativas no Estado do Rio Grande do Norte – OCB/RN. As informações foram coletas do cadastro das cooperativas assim como, consultas juntos aos responsáveis nas referidas Sociedades Cooperativas quando necessário. O Tratamento dos dados foi baseado na pré-análise, onde se procedeu à escolha e preparação dos documentos, em seguida a exploração deste material visando classificar os dados e, por fim, sendo interpretados, busca-se na interpretação analisar o sentido e as inter-relações no ramo, no qual, as Sociedades Cooperativas encontram-se reunidas.

## **2. A DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO E AS SOCIEDADES COOPERATIVAS**

### **2.1 Cooperativismo**

O contexto de surgimento do cooperativismo, no mundo, data de meados do século XIX, época em que ocorria a revolução industrial. Nesta época, surgiam diversos problemas sociais. O movimento cooperativista surge como uma alternativa à exploração da classe trabalhadora. Enquanto o cerne do capitalismo estabelece a competição, o cooperativismo incentiva a cooperação. Esta experiência exitosa foi difundida, primeiramente na Europa, com a criação de cooperativas de trabalho na França e de crédito na Alemanha e na Itália, depois para o resto do mundo. Almejando além da satisfação das necessidades de produção, consumo, prestação de serviços, as necessidades sociais e educacionais, uma vez que havia diversos ramos a serem impulsionados, pois independente de seu ramo de atuação o foco das cooperativas é o desenvolvimento do seu cooperado.

No Brasil, tem-se registro que o movimento cooperativista teve início em 1847, com o médico francês Jean Maurice Faivre, o qual fundou a colônia Teresa Cristina, com inspiração nos ideais humanistas, junto com outros colonos europeus no Paraná. Seguido dos registros no ano de 1889 em Minas Gerais através dos funcionários públicos, militares e no Rio Grande do Sul através do padre jesuíta Theodor Amstad, em 1902.

O cooperativismo de saúde tem como finalidade preservar e promover a saúde humana, nas quais os cooperados detêm os meios de trabalho, como clínicas e hospitais. Reúnem profissionais como médicos, dentistas, psicólogos, fonoaudiólogos, fisioterapeutas, enfermeiros, entre outros que chegam a prestar os mais complexos serviços médicos, visando sempre o desenvolvimento do cooperado, o crescimento econômico do empreendimento cooperativo e o zelo pela prestação de serviços a seus cooperados e aos consumidores dos serviços do sistema cooperativista, este modelo enaltece os trabalhadores, em detrimento do lucro, onde estes passam a deter mais participação no mercado, gerando trabalho e renda, fundamental em momentos de crises. Segundo Ambrogi (2007),

As cooperativas estão baseadas em princípios e valores universais que enaltecem e preservam a ética e a democracia na condução do negócio, as sociedades cooperativas são reflexo das angústias e injustiças sociais, servindo como instrumento para reunir e organizar os trabalhadores e, de maneira mais justa, abrir-lhes oportunidades de trabalho e renda, acesso facilitado a crédito, bens de consumo, moradia, educação, insumos básicos, entre outros produtos e serviços com qualidade. [...] Por ser um empreendimento econômico voltado, internamente, à qualidade de vida de seus cooperados e funcionários e, externamente, às causas e problemas da sociedade – aliás, um dos princípios cooperativistas reforça exatamente a preocupação com a comunidade – a cooperativa exercita no seu cotidiano a responsabilidade social social e, justamente por estar acostumada com isso, acaba se descuidando ou dando pouca importância ao registro de suas ações, resultados e impactos sociais.

Deriva-se a partir desta observação, dos poucos registros sobre as ações das cooperativas a necessidade de dar ênfase e publicidade as ações de interesse pela comunidade, tanto da comunidade interna quanto externa, em especial em seus processos de prestação de contas.

Dada a amplitude e o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social e considerando que a sociedade cooperativa atua ao seu entorno, necessário se faz desenvolver um relatório capaz de evidenciar e demonstrar o seu engajamento no assunto (AMBROGI, 2007, p. 12). No entanto, os relatórios contábeis exigidos pela legislação societária vigente – Lei 6.404, de 15/12/76 – não contemplam a evidência destas ações sociais, fato que o Projeto de Lei 3.741/2000 procura corrigir, inserindo no instrumento legal um novo relatório contábil denominado Demonstração do Valor Adicionado. O Conselho Federal de Contabilidade, por meio da Resolução nº 1010 de 2004, aprovou a NBC T 3.7 acerca das regras de apresentação da DVA, esta, no entanto, foi revogada pela Resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC, nº 1.138 de 2008.

## 2.2 Prestação de Contas

Conforme a Lei nº 5.764/71, em seu art. 44, incisos I e II, as Sociedades Cooperativas são obrigadas a realizar Assembléias Gerais Ordinárias, no primeiro trimestre após o término do exercício social, para deliberar acerca dos seguintes assuntos:

I - prestação de contas dos órgãos de administração acompanhada de parecer do Conselho Fiscal, compreendendo: a) relatório da gestão; b) balanço; c) demonstrativo das sobras apuradas ou das perdas decorrentes da insuficiência das contribuições para cobertura das despesas da sociedade e o parecer do Conselho Fiscal.

II - destinação das sobras apuradas ou rateio das perdas decorrentes da insuficiência das contribuições para cobertura das despesas da sociedade, deduzindo-se, no primeiro caso as parcelas para os Fundos Obrigatórios.

Deste modo, a simetria de informações entre seus agentes econômicos: cooperados, empregados, governo e financiadores efetiva a participação consciente e política destes agentes econômicos, no processo de tomada de decisões, acompanhamento e controle no desenvolvimento atividades dos negócios das cooperativas e fortalecem o sistema cooperativista. Logo, a prestação de contas torna-se importante instrumento de transparência e acompanhamento da gestão cooperativa. É o acesso a informação que legitima o segundo princípio da gestão democrática subsidiando aos agentes econômicos o acesso a informação. Informação esta que contribuirá para tomada de decisões garantindo o exercício do direito dos cooperados em conhecer os atos praticados por seus dirigentes.

A prestação de contas é o momento de oferecer informações acerca da situação atual da cooperativa, em todos os seus aspectos, sociais, econômicos e financeiros, pois garante aos agentes econômicos, no sistema cooperativista, sua participação e controle sobre os atos administrativos praticados por seus dirigentes.

A governança corporativa é promovida pela transparência, pelo fornecimento de informações, pois ao tornar público os atos praticados, por seus dirigentes, aos agentes econômicos das Sociedades



Cooperativas, garante a legitimidade e o exercício da participação política, econômica e social do cooperado e demais agentes econômicos do sistema cooperativista. No entanto, se faz necessário a criação de padrões de confiabilidade, para garantir a integridade destas. A prestação de contas se apresenta como mecanismo de avaliação e de divulgação de resultados e trata-se de um, dentre os quatro princípios da boa governança corporativa.

De acordo, com Santos, Gouveia e Vieira (2008, p. 224) “a governança corporativa envolve o conjunto das relações existentes entre as partes relacionadas de uma entidade, constituindo-se numa importante ferramenta de agregação de valor à Sociedade”.

### 2.3 Demonstração do valor adicionado e o balanço social

De acordo com De Luca (1998, p. 28), “A Demonstração do Valor Adicionado, é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração”.

Conforme Braga (2008, p. 24-25), “[...] a análise da distribuição do valor adicionado ajuda a compreender a contribuição da empresa para a renda da sociedade e a identificar os seus principais beneficiários diretos, baseados nos resultados desse demonstrativo.” Sendo assim, a empresa pode planejar e executar um conjunto de atividades que resultem em benefícios para os empregados e para a comunidade em geral.

Segundo Ambrogi (2007, P. 15), “[...] a DVA representa uma possibilidade para as Sociedades Cooperativas, que orientadas pelos seus princípios doutrinários buscam a realização do social pelo econômico, em revelar suas ações referentes à responsabilidade social”.

Consoante a De Luca (1998, p. 32), “A DVA é estreitamente relacionada com o conceito de responsabilidade social, esta surgiu para atender às necessidades de informações dos usuários sobre o valor da riqueza criada pela empresa e sua utilização”. O Balanço Social surge da necessidade de ofertar informações aos empregados e à sociedade de forma geral. Observa-se em Braga (2008, p.25) “A Demonstração do Valor Adicionado é uma parte do Balanço Social e com ela é possível ter uma visão sobre a geração de riqueza pela empresa e a forma pela qual essa riqueza é distribuída aos agentes que contribuíram para a sua geração”.

Cabe as empresas oferecer dados sobre as atividades no campo social a entidades autônomas e independentes da sociedade civil. São imprescindíveis o acompanhamento, a análise e a participação nesse esforço conjunto. O balanço não pode ser uma peça de marketing, mas uma demonstração responsável de investimentos sociais realizados pelas empresas. Souza (1997 apud SANTOS, 2007, p. 24).

#### 2.3.1 Metodologia de determinação do valor adicionado

As cooperativas utilizaram o enfoque contábil para demonstrar a DVA, por apreender que o cálculo do valor adicionado fundamentado nas prestações de serviços, por meio da Demonstração do Resultado do Exercício – DRE, se propõe trazer maior confiabilidade, uma vez que estas demonstrações contábeis, do período analisado, foram submetidas à apreciação dos Conselhos Fiscal e Administrativo.

[...] o cálculo do valor adicionado pode ser utilizado sob dois enfoques: o enfoque contábil e o enfoque econômico. Na área econômica, o conceito de riqueza gerada pode ser obtido a partir da produção, enquanto que no primeiro enfoque, o contábil, pode-se evidenciar com base no montante das vendas. [...] existem dois métodos para o cálculo do valor adicionado: o método da Adição e o método da Subtração. O primeiro agrega uma série de rendas que acumulam os lucros ou sobras derivadas da atividade organizacional, como exemplo a seguir, conforme. Cosenza (2003 apud FAGUNDES; DAMKE; KROETZ 2005, p.4)

Tabela 01: Esquema do Método de Adição

COMPONENTES R\$	Mil	%
-----------------	-----	---

+ Gastos financeiros	780.000	12,8
+ Tributos e impostos sobre lucros	120.000	2,0
+ Depreciação, Amortização, Exaustão e Provisões	3.450.000	56,5
+ Lucros ou Prejuízos do Exercício (saldo DRE antes da destinação dos lucros)	1.304.000	21,4
= VALOR ADICIONADO BRUTO EMPRESARIAL	6.104.000	100,0
(-) Depreciação, Amortização, Exaustão e Provisões	(3.450.000)	(56,5)
= VALOR ADICIONADO LÍQUIDO EMPRESARIAL	2.654.000	43,5

Fonte: Cozenza (2003, p.12 apud FAGUNDES; DAMKE; KROETZ 2005, p. 4)

Ainda segundo Cozenza (2003 apud FAGUNDES; DAMKE; KROETZ 2005, p.4), “O método da Subtração pode ser calculado a partir da soma de todos os fluxos positivos procedentes das atividades empresariais, deduzidos dos consumos intermediários derivados das entregas dos bens ou prestações de serviços de terceiros”.

Este método tem gerado algumas dificuldades no seu preenchimento. Entre elas, a dificuldade enfrentada pelas empresas no que diz respeito à separação dos itens que compõe o custo dos produtos vendidos. No entanto é também o método que apresenta um maior nível de detalhamento da informação, facilitando o processo decisório.

Segundo Fagundes et. al. (2005, p.4) Ao se pretender utilizar a Demonstração como um relatório gerencial, alguns inconvenientes se apresentam devido à falta de padronização, o que pode gerar controvérsias em relação ao cálculo do valor adicionado. Entre estas, pode-se citar o tratamento contábil utilizado para o registro das operações, dificultando a análise comparativa entre diversas empresas. Alguns pontos positivos e negativos da DVA no Quadro 1.

Quadro 01: Pontos positivos e negativos da DVA

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
Permite obter uma dupla visão da realidade empresarial: econômica, relativa ao valor gerado, e a social, correspondente às rendas distribuídas.	Apresenta dificuldades de entendimento por causa de sua não normatização e standardização.
Possibilita desenvolver um efetivo sistema de avaliação dos gestores e unidades.	Pode levar à tomada de decisões incorretas quanto à maximização do valor adicionado, em lugar dos lucros.
Tem uma linguagem aceita por todos os seus destinatários e que se faz compreensível ao conhecimento de qualquer usuário.	Pode levar à tomada de decisões incorretas quanto à maximização do valor adicionado, em lugar dos lucros.
Reflete a lucratividade e a eficiência das operações e atividades da entidade, como também a evolução econômica em seu conjunto.	Pode motivar uma certa dificuldade na hora de se realizarem análises de desempenho empresarial no setor econômico a que a companhia pertence.
Fornecer dados para a tomada de decisão e o sistema de controle e desempenho.	Necessita de informações contábeis atualizadas e confiáveis e, se possível, auditadas.
Permite conhecer a contribuição econômica da empresa para a renda nacional ou para seu ambiente econômico ou social.	Pode ser demasiadamente trabalhoso em ambientes de grandes incertezas e complexidades monetárias, tributárias e econômicas.
	É limitada para medir e informar e eficácia alcançada na distribuição social dos lucros gerados.

Fonte – Cozenza (2003, p.16 apud FAGUNDES; DAMKE; KROETZ 2005, p. 5)

## 2.4 Metodologia

Este estudo tem por método de investigação pesquisa bibliográfica e documental por pesquisar e analisar as Demonstrações do Valor Adicionado – DVA, as Demonstrações de Resultados do Exercício – DRE e os Balanços Patrimoniais encaminhados pelas cooperativas a Organização das Cooperativas Brasileiras no Estado do Rio Grande do Norte - OCB/RN.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. [...] A pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa (GIL, 2006, p. 44-45).

Conforme Martins (2002 apud AMBROGI, 2007, p.72) “[...] pesquisa bibliográfica consiste em conhecer as contribuições científicas sobre determinado assunto, tendo como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre ele”.

O desenvolvimento do presente estudo ocorreu da seguinte forma: revisão da literatura com pesquisas bibliográfica referente aos conceitos de cooperativismo, demonstração do valor adicionado e prestação de contas, para compreensão dos conteúdos do referido tema. Para isso, procedeu-se uma análise com base em livros, dissertações de mestrado e artigos científicos conjuntamente com a análise dos dados das demonstrações contábeis relativas ao período de 2005 a 2008.

O estudo é restrito as Sociedades Cooperativas do Ramo de Saúde, no estado do Rio Grande do Norte, com sede em Natal, as quais enviam anualmente seus demonstrativos contábeis a Organização Brasileira das Cooperativas no Estado do Rio Grande do Norte, no período de 2005 a 2008. A delimitação desse período foi definida em virtude da consistência dos dados.

A população, objeto deste estudo constitui-se de 12 (doze) Sociedades Cooperativas, ativas e registradas na OCB/RN, atuantes em todo o estado do Rio Grande do Norte, as quais formam o Ramo de Saúde no Estado. No cadastro da OCB/RN constam 15 (quinze) Sociedades Cooperativas, sendo que 3 (três) encontram-se com suas atividades paralisadas não sendo possível adicioná-las ao presente estudo.

Conforme Stevenson (1981 apud BRAGA 2008, p. 37) define: “[...] amostra envolve o estudo de apenas uma parte e elementos do grupo”. Para este estudo a amostra foi delimitada pelas Sociedades Cooperativas Singulares<sup>1</sup> com sede em Natal/RN e que se encontravam regulares com suas obrigações junto a OCB/RN. A referida amostra compreende um total de 4 (quatro) Sociedades Cooperativas Singulares, as quais atendem aos requisitos anteriormente mencionados, após esta apuração desta amostra observou-se que estas Sociedades Cooperativas detêm uma parcela significativa no mercado de prestação de serviço de saúde do município. Logo, é importante ressaltar que a amostra corresponde a 1/3 (um terço) da população e compreende 100% (cem por cento) das Sociedades Cooperativas ativas e regulares com suas obrigações junto a OCB/RN. Para este estudo estas receberam a definição de cooperativa A, B, C e D.

O modelo utilizado para este estudo trata-se do modelo descrito pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM em ofício circular CVM/SNC/SEP/nº01, 2007, no entanto 50% (cinquenta por cento) das Sociedades Cooperativas adotam modelos adaptados as nomenclaturas próprias do Sistema Cooperativista. Logo, é importante ressaltar a necessidade do reconhecimento da natureza das cooperativas e a necessidade de adotar nomenclaturas próprias de natureza cooperativista, assim como no roteiro para Balanço Social das Sociedades Cooperativas – Organização das Cooperativas no Estado de São Paulo –OCESP e Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de São Paulo – SESCOOP/SP.

Para análise dos dados deste estudo,

[...] foi considerada a distribuição de riqueza em termos percentuais, facilitando, portanto, a comparabilidade dos valores distribuídos entre os agentes econômicos da sociedade. Desta forma a distribuição de riqueza entre tais agentes, para cada empresa da amostra, perfaz um somatório de 100% (cem por cento).

Para facilitar a descrição dos dados e análise dos resultados, as variáveis do modelo adotado na pesquisa, poderão também ter as seguintes designações correspondentes ao seu respectivo agente econômico (BRAGA, 2008, p. 43).

**Quadro 02 - Itens de distribuição de riqueza e correspondentes agentes econômicos.**

Variáveis (itens do modelo de DVA)	Agente Econômico Correspondente
Pessoal e encargos	Pessoal <sup>2</sup>

1 Sociedades Cooperativas Singulares são aquelas constituídas de no mínimo 20 (vinte) pessoas.

2 Incluiu-se das despesas com funcionários e remuneração dos cooperados no exercício de suas atividades.

Impostos, taxas e contribuições	Governo
Juros e Aluguéis Financiadores	Financiadores
Juros sobre o capital próprio e dividendos	Cooperados <sup>3</sup>
Lucros retidos / prejuízo do exercício	Cooperados <sup>3</sup>

Fonte: Do Autor.

### 3. ANÁLISE DOS DADOS

#### 3.1 Análise da distribuição de riqueza aos agentes econômicos

As Sociedades Cooperativas, do Ramo de Saúde elaboraram seus cálculos de distribuição de riqueza levando em consideração os períodos de 2005 a 2008, partindo dos dados das Demonstrações do Valor Adicionado. De acordo, com o modelo adotado neste estudo e respeitando o trabalho já desenvolvido por aquelas que adotam modelos próprios. No Governo, Financiadores e Cooperados. A apreciação descritiva da distribuição de riqueza pelas Sociedades Cooperativas é apresentada da seguinte forma: ano a ano pelo agente econômico: Pessoal. Sendo apresentado o gráfico e as suas respectivas apreciações de sua distribuição da riqueza.

##### 3.1.1 Distribuição de Riqueza – Agente Econômico: Pessoal

Observa-se que apenas 25% (vinte e cinco por cento) das Sociedades Cooperativas em 2005 e 2008 estiveram abaixo da média de distribuição de riqueza, fator este justificado pela conjuntura econômica vivenciada nestes períodos, em virtude da especificidade da prestação de serviços destas Sociedades. No entanto, o referido fato não transmite significantes observações. Em geral, as Sociedades Cooperativas distribuíram riqueza ao agente econômico Pessoal, de forma uniforme, tendo suas variações médias oscilando entre 73,75% (setenta e três vírgula setenta e cinco por cento) em 2006 e 77,25% (setenta e sete por cento vírgula vinte e cinco por cento) em 2005. O que demonstra que as Sociedades Cooperativas cumprem com seu papel na sociedade, gerar de trabalho e renda em detrimento do lucro.

##### 3.1.2 Distribuição de Riqueza – Agente Econômico: Governo

Observa-se que apenas 25% (vinte e cinco por cento) das Sociedades Cooperativas em 2005 estiveram acima da média de distribuição de riqueza, fator este justificado por ajustes a sua atividade o que logo foi sanado nos anos subsequentes.

Nota-se em geral que as Sociedades Cooperativas distribuíram ao agente econômico Governo uma média aproximada de 8,4% (oito vírgula quatro por cento) de sua riqueza, no período em estudo. No entanto, necessita de um estudo que, consoante a Constituição Federal, as assegurem o adequado tratamento tributário, o que certamente implicará numa carga tributária menor se comparada com à de outras sociedades. As Sociedades Cooperativas, assim como outras, distribuem riqueza ao agente econômico governo. Estas registram em 2008 a variação média de 5,75% (cinco vírgula setenta e cinco por cento) e em 2005 o percentual de 12,5% (doze e meio por cento).

##### 3.1.3 Distribuição de Riqueza – Agente Econômico: Financiadores

A distribuição de riqueza pelas Sociedades Cooperativas do Ramo de Saúde ao agente econômico Financiadores, na forma de juros e aluguéis, em todo o período compreendido pelo estudo. Observa-se que 50% (cinquenta por cento) das Sociedades Cooperativas estiveram acima da média

---

<sup>3</sup> Juros sobre o capital próprio e dividendos e Lucros retidos / prejuízo do exercício terão a designação de Cooperados como agente econômico correspondente, pois tais variáveis representam a distribuição de riqueza aos sócios, sendo distribuídos a tais ou retidos na Sociedade Cooperativa.

dessa distribuição de riqueza. O fato decorre de mudanças organizacionais e de instalações físicas. As Sociedades Cooperativas distribuíram ao agente econômico Financiadores uma média de 4,5% (quatro e meio por cento) em 2005 e em 2008 8% (oito por cento) de sua riqueza, no período em estudo.

### **3.1.4 Distribuição de Riqueza – Agente Econômico: Cooperados**

A distribuição de riqueza pelas Sociedades Cooperativas do Ramo de Saúde ao agente econômico Cooperados, na forma de juros sobre capital próprio e dividendos, em todo o período compreendido pelo estudo, demonstra que 25% (vinte e cinco por cento) das Sociedades Cooperativa se mantém acima da média, no período de 2005 e 2008 e 50% (cinquenta por cento) no período de 2006 a 2007, nesta distribuição de riqueza. Este mecanismo é defendido como necessário para enfrentamento das intempéries do mercado, assim como já demonstrados nos gráficos 1 e 2.

Ressalta-se que a distribuição de riqueza para o agente econômico Cooperados, distribuído na forma de juros sobre capital próprio e dividendos pelas Sociedades Cooperativas, possui variabilidade para cada Sociedade Cooperativa, ou seja, existe diferenças significativas entre elas, em função de seu funcionamento e ações organizacionais. As Sociedades Cooperativas distribuíram ao agente econômico Cooperados uma média em 2005 de 5,5% (cinco vírgula cinco por cento) e de 13% (treze por cento) em 2006 de sua riqueza, no período em estudo.

## **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir da Demonstração do Valor Adicionado - DVA, este estudo buscou evidenciar esta demonstração como eficiente ferramenta de análise, a qual poderá ser utilizada por todos os que pretendam entender um pouco melhor as relações das Sociedades Cooperativas e seus agentes econômicos.

Diante da necessidade das Sociedades Cooperativas em divulgar suas informações com maior transparência, a DVA demonstrou-se um importante instrumento nas prestações de contas e em seus processos de tomada de decisões, tendo em vista que demonstra a origem e a distribuição de riqueza gerada por seus agentes econômicos e promove a governança corporativa.

Para que ocorram estudos mais especializados será necessário que as Sociedades Cooperativas divulguem suas informações padronizadas, pois este procedimento possibilitará aos usuários maior transparência, assim como contribuirá para estudos comparativos com as demais empresas que atuam no mesmo segmento. Recomenda-se a utilização do modelo para cooperativas, pois reconhecendo a natureza das cooperativas, torna-se necessário adotar nomenclaturas próprias de natureza cooperativista, assim como no roteiro para Balanço Social – OCESP/SESCOOP-SP.

O uso e/ou adoção da Demonstração de Valor Adicionado nas Sociedades Cooperativas, assim como do Balanço Social contribuirá para consolidação do movimento cooperativista por subsidiar os agentes econômicos de informações econômicas e sociais.

A DVA por apresentar em seus extratos informações de análise de desempenho econômico das Sociedades Cooperativas e demonstrar a distribuição de riqueza entre seus agentes econômicos, torna-se instrumento importante junto aos responsáveis políticos para assegurar a criação de políticas públicas que garantam o reconhecimento da sua dupla natureza e a sustentabilidade das Sociedades Cooperativas.

Consoante ao cerne deste estudo o qual busca identificar o uso ou adoção desta demonstração contábil, que apresenta a distribuição de riqueza pelas Sociedades Cooperativas do ramo de saúde, constatou-se que 50% (cinquenta por cento) das Sociedades Cooperativas elaboram e utilizam suas informações. Portanto, recomenda-se a adoção e a evidenciação do uso desta demonstração.

Diante da importância já mencionada da DVA sugere-se para pesquisas futuras a análise de Sociedades Cooperativas com demais empresas deste segmento, assim como, com outros ramos da economia, podendo assim identificar quem são os maiores contribuintes para formação do Produto

Interno Bruto – PIB em seus respectivos ramos de atuação econômica, os referidos estudos poderão contemplar ainda comparações entre demais setores da economia.

Conclui-se que a DVA é mais um instrumento contábil que pode ser utilizado também para demonstrar as relações entre capital e trabalho. Pode-se inferir através da DVA que as Sociedades Cooperativas são propulsoras de inclusão social por meio da geração de trabalho e renda, fator este constatado neste estudo, uma vez que as cooperativas distribuem em média 70% (setenta por cento) de sua riqueza ao agente econômico pessoal.

Recomenda-se estudos mais aprofundados nas áreas sociais acerca deste assunto, observando as características do cooperativismo, em especial, na formulação ou avaliação de políticas públicas de geração de trabalho e renda.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AMBROGI, Alexandre. A responsabilidade social das sociedades cooperativas brasileiras: uma proposta de uso da demonstração do valor adicionado – DVA. 2007. 116f. Dissertação Mestrado. Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, São Paulo. Disponível em: <<http://200.169.97.105/biblioteca/imagens/000004/0000048B.pdf>>. Acesso em 20.12.2009.

BRAGA, Paulo de Tarso Silva. Demonstração do valor adicionado (DVA): um estudo comparativo do perfil de distribuição de riqueza pelas empresas estatais e privadas do Brasil. 2008. 98f. Dissertação Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Universidade Federal da Paraíba – UFPB e Universidade de Brasília – UnB, Natal.

BRASIL. Lei n. 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das Sociedades Cooperativas e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5764.htm)>. Acesso em: 04.02.2010.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.

FAGUNDES, Jair Antonio; DAMKE, Claiton Jose; KROETZ, Cleber. A demonstração do valor adicionado – DVA como ferramenta para análise gerencial de custos: aplicando em uma cooperativa de produção e uma cooperativa de crédito. IN: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CUSTOS, 9., 2005, Anais. Florianópolis, 2005. Disponível em:<[http://www.intercostos.org/documentos/custos\\_532.pdf](http://www.intercostos.org/documentos/custos_532.pdf)>. Acesso em: 20.01.2010.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. 8.reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

SANTOS, Ariovaldo dos. DVA – Uma demonstração que veio para ficar. Revista Contabilidade e Finanças – USP, São Paulo, n. 38, p. 3, Maio/Agosto 2005. Disponível em:< <http://www.eac.fea.usp.br/CADERNOS/COMPLETOS/CAD38/EDITORIAL.PDF>> Acesso em: 20.01.2010.

\_\_\_\_\_. Demonstração do valor adicionado: como elaborar e analisar a DVA. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SANTOS, Ariovaldo dos; GOUVEIA, Fernando Henrique Câmara; VIEIRA, Patrícia dos Santos. Contabilidade das Sociedades Cooperativas, aspectos gerais e prestação de contas. São Paulo: Atlas, 2008.

## A GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM) EM UMA ORGANIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR

J. S. Mendes<sup>1</sup>; C. C. G. Silva<sup>2</sup>; G. L. de Souza<sup>3</sup> e A. C. Santos<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

josiete05@hotmail.com – clayton.gestao@gmail.com – gloriamilk@gmail.com – alan2santos@gmail.com

### RESUMO

As organizações do terceiro setor apresentam deficiências no que se refere à gestão no seu cotidiano. A gestão de relacionamento com o cliente, não está fora desse contexto. Esse artigo tem o objetivo de descrever os conceitos básicos referentes à gestão de relacionamento com o cliente (CRM) no terceiro setor. Visa também identificar em uma empresa do terceiro setor a existência de ações voltadas para o gerenciamento do seu relacionamento com os clientes, a fim de propor estratégias para que a gestão de relacionamento com os clientes dessa empresa possa ser melhorada, baseado na revisão bibliográfica. O estudo foi feito na Fundação de Educação Tecnológica e Cultural da Paraíba - FUNETEC-PB, localizada na cidade de João Pessoa. Como procedimento metodológico foi realizado uma entrevista, e em seguida aplicado um questionário com os gestores responsáveis. Pode-se inferir desse estudo que a empresa, embora apresente ações direcionadas para o gerenciamento com seus clientes, necessita consolidar e aperfeiçoar essas ações.

**Palavras-chave:** CRM, marketing de relacionamento, clientes, terceiro setor

## 1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais as empresas estão se conscientizando que de nada adianta gastar com campanhas publicitárias e de marketing, se não for possível manter os clientes fiéis aos seus produtos/serviços. O tempo de vida dos relacionamentos dos clientes aumentará em proporção da facilidade deles fazerem negócios com uma empresa. (OLIVEIRA, 2000, *apud* CAMARAGO, 2002).

Para Pires e Figueiredo (2002) citado por Camarago (2002), novas pesquisas mostram que fidelizar e manter clientes chega a ser de cinco a dez vezes mais barato do que conseguir novos clientes. O estudo do terceiro setor, ou das organizações sem fins lucrativos, é, atualmente, um dos temas que mais desperta interesse nas escolas e faculdades de Administração no Brasil. (PESSANHA *et al.*, 2006).

Esse estudo é motivado pela identificação das ações realizadas para a gestão do gerenciamento com os clientes em uma empresa do terceiro setor. Como objetivos visa-se explorar os conceitos de gestão de relacionamento com o cliente e de terceiro setor, com o intuito de identificar ações voltadas para essa área na organização em estudo e propor estratégias para o aperfeiçoamento da gestão relacionamento com o cliente de acordo com a literatura específica.

## 2. GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM): CONCEITOS

Com base em Camarago (2002), pode-se afirmar que o CRM é uma iniciativa que visa melhorar o relacionamento com clientes não só durante as vendas. Com o desenvolvimento de novas tecnologias essa atividade vem se tornando mais fácil para as empresas.

Para Kotler (2006) a gestão de relacionamento com o cliente trata-se do gerenciamento cuidadoso de informação detalhadas sobre cada cliente e de todos os pontos de contatos com ele, a fim de maximizar sua fidelidade.

De acordo com Almeida (2000) citado por Camarago (2002), o CRM não é uma simples questão de implementação de tecnologia. Sem tecnologia não se implementa um CRM com sucesso, mas apenas com tecnologia também não se chega a lugar algum. O autor esclarece que diferente dos sistemas tradicionais que tem como filosofia colocar em primeiro lugar os processos de produção e os produtos, a CRM usa um pensamento corporativo voltado totalmente para o cliente, colocando-o no centro das preocupações da empresa.

O autor Camarago (2002, pg. 33), reforça que o CRM:

“é mais rentável e lucrativo vender para os clientes existentes. Reafirmando, a CRM deve ser visto como um modelo definido a partir das políticas de relacionamento com o cliente e com o objetivo de conquistar e manter este consumidor, sempre. Partindo do princípio que o cliente é a principal fonte de renda de uma empresa, a filosofia de CRM permite a construção de relações sustentadas de longo prazo com o mesmo, ou seja, o relacionamento deste cliente com a empresa não será apenas algumas transações, mas sim, ao longo da sua vida.”

Os autores Peppers e Rogers (2001) *apud* Kotler (2006) descrevem alguns fundamentos do CRM da seguinte forma:

- Identificar seus clientes atuais e potenciais
- Diferenciar os clientes em termos de suas necessidades e seu valor para a empresa
- Interagir com os clientes individualmente para melhorar seu conhecimento sobre as necessidades de cada um e construir relacionamentos mais sólidos
- Customizar produto e serviços para cada cliente.

Já os autores Pizzinato (2005) e Dominguez (2001) *apud* Neves (2009) destacam como benefícios da implantação do CRM o aumento da lealdade e confiabilidade do cliente, diminuição dos custos e



aumento da lucratividade, aumento do conhecimento sobre o cliente e aperfeiçoamento do processo decisório ao cliente.

Consolidando os conceitos pode-se definir a gestão de relacionamento com o cliente como um sistema integrado que busca maximizar o valor do cliente, através da criação de um relacionamento com o consumidor e sua fidelização ao longo prazo. (SRIUSBAS, 2006)

## 2.1 TIPOS DE GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM)

Da gestão de relacionamento com o cliente de acordo com os mais diversos conceitos existentes pode-se extrair dois elementos importantes que o constitui: estratégia de negócio e tecnologia. O CRM é visto como estratégia, pois visa entender e prever necessidades dos clientes potenciais e atuais de uma empresa. Do ponto de vista tecnológico o CRM também tem função de capturar, organizar, consolidar e analisar os dados dos clientes da empresa, gerando resultados e informações importantes para a mesma, a fim de interagir melhor com seus clientes (SILVA, GARDESANI e SACRAMENTO, 2007).

De acordo com Handen (2001) *apud* Silva *et al.* (2007), o CRM apresenta quatro tipos do ponto de vista estratégico:

- Prospecting* – conquista de clientes em potencial
- Share of customer* – aumento da participação de clientes
- Cross-sel* – venda de produtos ou serviços complementares a um produto inicial
- Up-sell* – venda de produtos ou serviços mais sofisticados na mesma categoria do produto ou serviço inicial

Como tecnologia, segundo Pepper e Rogers Group (2004) *apud* Silva *et al.* (2007), o CRM dividi-se em três tipos:

- Operacional – ferramentas internas que registram as interações realizadas por um determinado cliente.
- Analítico – ferramentas responsáveis pela extração, processamento, armazenamento, captura, interpretação e apresentação dos dados dos clientes a empresa.
- Colaborativo – ferramentas responsáveis pela interação de todos os pontos de contato dos clientes com a empresa.

## 2.2 TERCEIRO SETOR

As organizações sociais no Brasil classificam-se em três setores: o primeiro, representado pelo Estado, o segundo, pela Iniciativa Privada e o terceiro pelas ONGs – Organizações não governamentais, Fundações e ou Entidades Sem Fins Lucrativos – ESFL. Ou ainda, de acordo com uma classificação mais recente segundo a Lei no 9.790, de 23 de março de 1999, que passou a qualificar essas entidades como OSCIP – Organizações da Sociedade Civil Com Interesse Público. (CARNEIRO *et al.* 2006)

Os autores Pessanha *et al* (2006) definem o terceiro setor como o conjunto de iniciativas provenientes da sociedade, voltadas à produção de bens públicos, como, por exemplo, a conscientização para os direitos da cidadania, a prevenção de doenças transmissíveis ou a organização de ligas esportivas.

Reforçam que dentre as diversas organizações que compõem o terceiro setor, encontram-se as associações comunitárias, as organizações não governamentais (ONGs), as instituições filantrópicas, os projetos de caridade, as fundações, as organizações sociais, etc. O termo terceiro setor, no uso corrente, é usado para se referir à ação social das empresas, ao trabalho voluntário de cidadãos, às organizações do poder público privatizadas na forma de fundações e organizações sociais. (PESSANHA *et al* 2006, pg. 3)

Os autores Fernandes (1994), Alves (2002) e Teodósio (2002) *apud* Kiel e Silveira (2006) definem terceiro setor como sendo o conjunto de iniciativas privadas, as quais formam, também, as organizações sem fins lucrativos e não governamentais, cujo objetivo principal é promover ações que visam o benefício público, através de atividades que promovam o bem-estar social e que não possuam intenções lucrativas e estejam fora do aparato do Estado e do setor privado.

Para Oliveira (2003), o terceiro setor é caracterizado por organizações públicas privadas, que não realizam para seus acionistas, e que têm como finalidade a construção de estratégias centradas na busca de melhorias para a comunidade como um todo; entretanto, desvinculada do aparato.

Para Carneiro *et al* (2006) a atuação do Terceiro Setor ocorre principalmente em áreas em que o Estado e a iniciativa privada têm demonstrado pouco interesse ou competência para resolver seus problemas, sendo as principais: educação, saúde, cultura, preservação do meio ambiente, entre outros.

Esses autores reforçam que (CARNEIRO *et al*, 2006, pg. 2):

“Tal atuação vem crescendo nos últimos anos em função de fatores diversos, como: falta de interesse político do governo para com alguns segmentos sociais, falência do Estado, cobrança de uma parcela da população por uma maior responsabilidade social em cima do Segundo Setor e uma conscientização do primeiro e segundo setores de que é necessário apoiar os projetos do Terceiro Setor em seus projetos, pois, se bem executados, podem acarretar em benefícios para todos.”

Há um virtual consenso entre estudiosos e pessoas envolvidas no cotidiano de organizações sem fins lucrativos de que, no Brasil, a deficiência no gerenciamento destas organizações é um dos maiores problemas do setor, e que o aperfeiçoamento da gestão - através da aprendizagem e da aplicação de técnicas oriundas do campo de Administração - é um caminho necessário para atingir de melhores resultados. (PESSANHA *et al*, 2006, pg. 4).

### 3. METODOLOGIA

Essa pesquisa tem uma abordagem qualitativa. Quanto aos seus objetivos caracteriza-se como descritiva, tendo como método de pesquisa um estudo de caso da Fundação de Educação Tecnológica e Cultural da Paraíba - FUNETEC-PB, localizada na cidade de João Pessoa. Para coleta de dados foi realizada uma entrevista semiestruturada com o intuito de levantar informações sobre a instituição e aplicado um questionário com os gestores da coordenação de projetos e negócios tendo sua elaboração baseada na literatura específica. Os resultados foram analisados através da técnica de análise de conteúdo temática, com o objetivo de descobrir os sentidos fundamentais que compõem uma comunicação (MINAYO, 2004), de forma a trazer algum significado consistente e pertinente a esta pesquisa.

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Através dessa pesquisa contatou-se que os gestores da empresa estudada, apresentam conhecimento da gestão de relacionamento com os clientes, e na mesma, já se desenvolve algumas ações voltadas para essa área, sendo elas: a diferenciação de clientes de acordo com suas necessidades, interação com os clientes de forma individualizada e a customização de serviços para cada tipo de cliente.

Outra informação relevante desse estudo é que a empresa obteve crescimento muito representativo no número de clientes no último ano, sendo esse aumento de cerca de 20%. Os dados desses clientes são armazenados em um banco de dados, sendo os dados mais utilizados os referentes apenas a identificação desses clientes, no que se refere a nome e endereço. A empresa dispõe de um sistema de informação, mas esse mesmo sistema não gerencia os dados dos clientes. Ressalta-se que embora os dados não sejam gerenciados, os gestores conseguiram utilizar alguns indicadores, a exemplo, o aumento da carteira de clientes.

Identificou-se que em uma escala de 1 a 10 (sendo um péssimo e dez ótimo), no que se refere ao atendimento proporcionado pela empresa, obteve através dos gestores, um pontuação 8 (oito), ou seja, o atendimento se enquadra em um nível bom.

No que se refere aos pontos de contato utilizados pela empresa com seus clientes, foi detectado que o telefone e *e-mail*, são os mais utilizados, em seguida vem o site da empresa, balcão de atendimento, redes sociais, e por último a mala direta.

Foi possível elencar com esse estudo que a empresa já dispõe de ações voltadas para conquista de novos clientes, aumento da participação dos clientes já existentes, venda de serviços complementares aos já oferecidos e venda de serviços mais sofisticados para seus clientes.

Com relação a gestão do relacionamento com o clientes foi possível detectar que em seu cotidiano a empresa utiliza de ferramentas internas responsáveis pelo registro do contatos de seus clientes.

## 5. CONCLUSÃO

Conclui-se que a empresa já tem boas iniciativas voltadas para o gerenciamento do relacionamento com seus clientes, mas precisa consolidar essas iniciativas em práticas mais concretas e eficientes. O crescimento de seus clientes mostra que também a gestão deve buscar novas ferramentas e ações voltadas para melhoria do relacionamento com os mesmos, tais como: melhor identificação de seus clientes e diferenciação de clientes de acordo com o seu valor. Essas ações somadas as já existentes serão impulsionados para que a empresa gerencie o relacionamento com seus clientes de forma eficaz através de CRM. A empresa já dispõe de aparato tecnológico com a implementação de sistema de informação próprio, onde atrelado a um banco de dados melhor utilizado poderia reunir informações mais precisas de seus clientes, tais como: os tipos de serviços utilizados, a frequência de utilização desses serviços e canal de contato mais adequado com cada cliente. Tendo em vista o contexto da empresa, seria interessante explorar melhor as ferramentas internas de registro dos contatos de seus clientes, além de buscar outras ferramentas que analise as informações de seus clientes. Tais ferramentas auxiliariam na criação de novos indicadores de desempenho, servindo como suporte para elaboração de estratégias voltadas para o gerenciamento do relacionamento com seus clientes. Os gestores além de armazenar e analisar os dados de seus clientes deve integrá-los para que de fato esse relacionamento possa trazer resultados positivos para ambas as partes (cliente-empresa).

É evidente que as organizações do terceiro setor apresentam deficiências no que se refere à gestão no seu cotidiano. A gestão de relacionamento com o cliente, não está fora desse contexto. Embora o CRM esteja mais evidente nas organizações privadas, no desenvolvimento desse estudo foi possível detectar em uma organização do terceiro setor que existem iniciativas voltadas para essa área, porém necessitam ser melhores estruturadas e consolidadas por seus gestores. O processo de transformação de conceito em prática exige um esforço que será recompensado através de melhores resultados para empresa. O caminho para implementar o CRM envolve uma mudança de cultura onde proporcionar o melhor para o cliente será o foco de todas as ações da empresa. No contexto de mudanças turbulentas atuais as organizações só se mantêm firmes através das fortes relações criadas com seus clientes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

CAMARAGO, L. **CRM – GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE: UMA ABORDAGEM PRÁTICA:** 2002. 62 p. Monografia (Graduação em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Lavras, Lavras. 2002.

CARNEIRO, W.; CARNEIRO, M. C. C. C.; SANTINI, F. R.; CARNEIRO JR, V. Terceiro Setor: Estudo Diagnóstico Voltado para o Planejamento Estratégico e Gestão de Projetos em 100 ONGs na Cidade de São Paulo. In: SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 9. 2006, São Paulo. **Administração no Contexto Internacional.**

KIEL, E. C.; SILVEIRA, R. B. **Análise da eficácia do marketing social para a promoção das mudanças sociais numa organização do terceiro setor: Um estudo de caso do Centro de Integração Empresa Escola do Estado de Santa Catarina – CIEE/SC.** In: SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 9. 2006, São Paulo. **Administração no Contexto Internacional.**

KOTLER, P.; KOTLER, L. K. **Administração de Marketing.** São Paulo: Prentice-Hall. 2006.

MINAYO, M.C.S. **O Desafio do Conhecimento – Pesquisa Qualitativa em Saúde** (8ª. ed.). São Paulo – Rio de Janeiro: HUCITEC-ABRASCO, 2004.

NEVES, A. **VIABILIDADE DA IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA CRM-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT NA EMPRESA PRÓ-SAÚDE:** 2009. 67p. Relatório de Estágio Supervisionado (Graduação em Administração de Empresas) – Faculdades Rio-Grandenses. 2009.

OLIVEIRA, R. N. **A gestão nas Organizações do Terceiro Setor: Que Formas de Gestão?** Relatório de Iniciação Científica – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2003

PESSANHA, G. R. G.; OLIVEIRA, D. R.; SILVA, A. T. B.; CAMPOS, R. S. Os Impactos da implantação de um sistema transacional em uma organização do terceiro setor. In: SEMINÁRIO EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 9, 2006, São Paulo. **Administração no Contexto Internacional.** Disponível em: [http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado\\_semead/trabalhosPDF/378.pdf](http://www.ead.fea.usp.br/semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/378.pdf). Acesso em: 15 out 2010.

SILVA, A. A. F. da; GARDESANI, R.; SACRAMENTO, E. S. **A Estratégia de CRM na Conquista de Clientes para o Setor de Previdência Privada. Estudo de Casos Múltiplos.** In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 4, 2007, Brasil. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/2007/congresso/artigos/323.pdf>. Acesso: 15 nov 2010.

SILVA, L. V.; LANZONI, E. J. F. **Gerenciamento de CRM: maior entrega de valor no terceiro setor. Estudos e Pesquisas.** Lins, v.10, n. 1, agosto 2007. Disponível em <http://revista.unilins.edu.br/index.php/ep/article/viewFile/160/166>. Acessado 20 out 2010. Acesso em: 10 out 2010.

SRIUBAS, M. **PROPOSTAS DE IMPLEMENTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GERENCIAMENTO DO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE – CRM – NO HOTEL INTERCITY PREMIUM FLORIANOPOLIS:** 2006. 99p. Relatório de Estágio Supervisionado (Curso de Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Educação São José. 2006.

## A GESTÃO PATRIMONIAL DOS BENS MÓVEIS DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA PARAÍBA

P. P. Araújo<sup>1</sup>, A. A. Oliveira<sup>2</sup>, K. M. Oliveira<sup>3</sup> e V. T. N. Sobral<sup>4</sup>  
<sup>1, 2, 3 e 4</sup> Instituto Federal da Paraíba

### RESUMO

O presente artigo aborda a movimentação dos bens móveis em uma Entidade do Judiciário Paraibano. Com o objetivo geral de demonstrar a importância da movimentação dos bens patrimoniais móveis em uma Entidade Judiciária Paraibana e os objetivos específicos de levantar um fluxograma da situação atual da movimentação dos bens patrimoniais móveis na entidade objeto de estudo, investigar as possíveis disfunções ocorridas no acompanhamento da movimentação e analisar as situações de desvio ocasionado pelo não cumprimento das etapas da movimentação dos bens móveis. No que se refere à metodologia, o estudo é caracterizado como descritivo e exploratório, tendo como instrumento de pesquisa um questionário estruturado aplicado ao gestor e colaboradores conforme a Escala Likert utilizando a abordagem quali-quantitativa com foco na movimentação dos bens móveis. Os resultados alcançados demonstram que o gestor e os colaboradores percebem a importância das etapas de movimentação dos bens móveis, mas não a colocam em prática. A entidade estudada tem potencial para controlar as aquisições e transferências dos bens que são de sua responsabilidade de acordo com as resoluções pertinentes.

**Palavras-chave:** patrimônio, bens patrimoniais móveis, movimentação.

## 1. INTRODUÇÃO

O patrimônio, uma vez constituído por bens, é objeto de propriedade pública ou privada, em um sentido amplo são todos os itens tangíveis ou intangíveis que pertencem a qualquer empresa privada ou entidade pública. A movimentação dos bens móveis em um órgão público compete a Administração Patrimonial, a qual compreende uma sequencia de atividades que tem seu início na aquisição do bem e termina quando este for retirado do patrimônio da Entidade.

Em se tratando da área pública, há a necessidade de que as decisões de compra sejam as mais acertadas possíveis, já que os recursos utilizados para tais aquisições são provenientes do erário. Por isso, as compras para investimento, como são chamadas as compras de bens e equipamentos que irão compor o ativo da Entidade devem seguir rigorosamente as Leis referentes ao controle do patrimônio.

Tendo em vista a relevância do tema, o presente estudo pretende saber: Por que é importante uma gestão eficaz da movimentação dos bens móveis em uma Entidade do Poder Judiciário Paraibano?

Neste contexto, tendo como do objetivo geral demonstrar a importância da movimentação de bens patrimoniais móveis em uma Entidade de Justiça do Estado da Paraíba com os seguintes objetivos específicos, levantar um fluxograma da situação atual da movimentação dos bens patrimoniais móveis na entidade objeto de estudo, investigar as possíveis disfunções ocorridas no acompanhamento da movimentação e analisar as situações de desvio ocasionado pelo não cumprimento das etapas da movimentação dos bens móveis.

## 2. GESTÃO DE COMPRAS NO SETOR PÚBLICO

Nas Entidades governamentais de forma geral, sejam da Administração direta ou indireta, o ato de adquirir, alienar, locar bens, contratar a execução de obras e serviços deve ser feito por meio de Licitação Pública, que é um procedimento administrativo obrigatório para todas as Entidades governamentais, com o qual é promovida disputa entre interessados que através dela buscam iniciar e manter determinadas relações de conteúdo patrimonial.

Segundo Mello (2005), licitação é o procedimento administrativo no qual um ente governamental que pretenda alienar, adquirir, realizar obras de serviço ou de uso exclusivo de bem público, convoca empresas interessadas para que apresentem propostas a fim de que a mais conveniente seja selecionada.

A licitação tem por objetivo avaliar e selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração, considerando os princípios básicos da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (VIANA, 2000). Tal procedimento obedece à princípios específicos a saber que caracterizam seu aspecto seletivo.

Princípio do Procedimento formal que indica que a licitação obedece restrições legais em todos os seus atos. Princípio do sigilo das propostas tem o intuito de garantir a competitividade e a imparcialidade entre os concorrentes. O princípio da igualdade garante o tratamento igual entre as partes licitantes.

O princípio da legalidade estabelece que todo o procedimento está vinculado à Lei 8.666/1993 e as leis correlatas. A impessoalidade prevê que o mesmo tratamento será dado aos administrados. A moralidade deve estar presente através dos princípios éticos. Já a publicidade define que não deve haver licitação sigilosa.

Todos os procedimentos licitatórios devem ser pautados na honestidade e boa-fé caracterizando o princípio da probidade administrativa há também o princípio da Vinculação no instrumento convocatório que torna obrigatório o respeito ao procedimento do edital e o princípio do julgamento objetivo que estabelece que o edital deve estabelecer os critérios necessários para a seleção a que se destina.

A Modalidade de Licitação Pública é o procedimento pelo qual a licitação é realizada, e não se confunde com os tipos de licitações que são os critérios de julgamento utilizados pelas entidades na seleção de propostas mais vantajosa. Os tipos de Licitação estão especificados em Lei e são: Menor Preço, Melhor Técnica, técnica e Preço e o menor Lance ou Oferta.

Já as modalidades de Licitação são :

- Concorrência: modalidade utilizada na contratação de obras, serviços e compras, celebração de contratos de concessões de serviços públicos e alienação de imóveis públicos. É o instrumento utilizado para concessão de direito de uso e licitações internacionais. A concorrência é um modelo padrão e as demais modalidades repetem seu procedimento no que for pertinente.

- Tomada de Preço: para a celebração de contratos relativos a obras, serviços e compras de menor vulto. Esta modalidade exige habilitação prévia que nada mais é que o cadastramento dos interessados.

- Convite: modalidade utilizada para as contratações de obras, serviços e compras de menor valor do que o estipulado na Tomada de Preços. Não é exigido cadastro para habilitação prévia. O convite pode ser usado também em licitações internacionais na ausência de fornecedores do bem ou serviço no Brasil.

- Concurso: modalidade que se presta à escolha de trabalho técnico, científico ou artístico. Possui procedimento próprio uma vez que são compostos por avaliadores, servidores públicos ou não que comprovem experiência para fazer tal escolha.

- Pregão: é a mais recente modalidade de licitação sendo utilizada para a aquisição de bens e serviços comuns. Não é relevante o vulto do contrato que devem ser comuns. A habilitação dos participantes se dá após abertura e julgamento das propostas.

## 2.1 AQUISIÇÃO DE BENS PERMANENTES

Segundo Correia *at al* (2009), o processo de aquisição de bens permanentes, juntamente com seu devido registro, conservação e controle do acervo de um órgão público ou que tenha este tipo de controle exigido regimentalmente é da responsabilidade da gestão patrimonial. É na gestão patrimonial que é feito o controle patrimonial, que consiste no registro (tombamento), na identificação da utilização e do estado da conservação dos bens e na sua localização no espaço físico da organização ou fora dela e também na retirada (baixa) do bem do acervo.

A aquisição de um bem permanente se inicia com a requisição descrevendo o material que posteriormente será incorporado ao acervo patrimonial do órgão requisitante. Nesta etapa o bem é classificado contabilmente para depois ser codificado nos registros patrimoniais, partindo então para um processo licitatório, e finalmente recebido pelo gestor patrimonial que confronta as especificações contidas na requisição inicial com o que foi apresentado na licitação e na respectiva nota fiscal (CORREIA *at. al*, 2009).

## 2.2 CLASSIFICAÇÃO DOS BENS PERMANENTES

Como afirma Correia *at al* (2009), a classificação do bem permanente é feita após o recebimento e aceitação do bem, dentro de um sistema de gestão patrimonial que toma por base a classificação contábil dada no início do processo de aquisição, então o bem adquire numeração seqüencial específica, com registro e afixação de plaqueta individual no corpo do bem. Nesta etapa é levada em consideração a natureza do bem, sua complexidade técnica de utilização e sua instalação definindo o grupo ao qual o bem será cadastrado. Deste cadastro serão gerados relatórios específicos que quantificarão, quais bens compõem o acervo do órgão.

O objetivo da classificação de um bem permanente é dar ao mesmo sua primeira caracterização para a posterior codificação do bem.

A codificação e catalogação do bem é o processo de numeração dando um registro seqüenciado único para o mesmo. A numeração adotada é de livre escolha do gestor patrimonial, priorizando a maior facilidade de agrupamento do mesmo em relatórios específicos, como os inventários. Após a definição desta codificação, o bem deverá ser incorporado à relação geral de bens do órgão, com a posterior destinação à unidade setorial detentora de sua guarda (CORREIA *at al* 2009).

O objetivo da codificação é analisar os materiais para propiciar aos envolvidos na gestão dos bens maior facilidade e agilidade em sua manipulação e movimentação facilitando a comunicação interna, evitando duplicidade dos itens em estoque de modo a facilitar a padronização e o controle contábil (VIANA, 2000).

De acordo com o esquema utilizado por Correia *at al* (2009), o registro, tombamento e incorporação de um bem permanente são feitos através de:

- Identificação- número seqüencial constante de relação específica e impresso em plaquetas, etiquetas, carimbos.
- Termo de Responsabilidade: documento que consolida a carga patrimonial e efetiva a responsabilidade pela guarda e uso do material pelo consignatário.



- Controle Físico – lançamento em sistema próprio (manual ou eletrônico) das características própria do bem, assim como de seu registro, localização, estado de conservação, e outras informações importantes para a gestão patrimonial eficiente.

A incorporação é o processo de inclusão do bem através da sua identificação e valor, no acervo da unidade gestora. Que é realizada por lançamento contábil específico, após a aceitação do bem.

### **2.3 MOVIMENTAÇÃO INTERNA DE BENS**

A movimentação interna dos bens é toda alteração de local de um bem patrimonial, ainda que temporária, que deve ser informada ao gestor patrimonial para que seja efetivada a atualização das respectivas cargas patrimoniais do setor.

Caso esta mudança seja um empréstimo, esta formalidade poderá ser dispensada, obrigando, porém, à reposição do bem ao seu local de origem. Ocorrendo um empréstimo para um determinado fim, com tempo definido, o gestor patrimonial deverá registrar tal empréstimo em um Termo de Responsabilidade Temporário. Para as movimentações definitivas se faz necessária a autorização específica das unidades envolvidas (CORREIA *at al*, 2009).

### **2.4 INVENTÁRIO FÍSICO**

Ainda citando Correia *at al* (2009), inventário físico de bens patrimoniais consiste no levantamento físico e financeiro de todos os bens móveis do órgão, nos locais determinados cuja finalidade é a equiparação do registrado com o existente, bem como sua utilização e conservação. É neste procedimento que é verificado a integridade do bem, a correta afixação da plaqueta de identificação. É também no inventário que identifica se um determinado bem está em pleno funcionamento, ou se encontra ocioso, ou apresenta alguma avaria que o impossibilita da utilização otimizada. (CPCON, 2009).

O inventário pode ser denominado como geral ou rotativo. Diz-se geral, o inventário que realizado ao fim de cada exercício fiscal com a contagem de todos os itens de uma só vez. Para tal é necessário que o processo operacional da empresa seja suspenso. O inventário rotativo acontece durante o ano fiscal da empresa e localiza-se em um grupo de itens para que não interrupção do funcionamento da empresa (POZO, 2001).

## **3. METODOLOGIA**

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória, uma vez que buscou informações através de um roteiro de observações tendo como estratégia de pesquisa o estudo de caso.

O questionário elaborado pelas pesquisadoras foi aplicado aos colaboradores internos e ao Gestor da Coordenação de Patrimônio do Tribunal de Justiça da Paraíba. Na amostra os colaboradores atuam nas funções auxiliar administrativo, inventariadores, registradores de sistema.

O instrumento de pesquisa para a coleta de dados foi um questionário estruturado seguindo a Escala de Likert e analisado através da abordagem quali-quantitativa enfatizando a movimentação de bens móveis.

## **4. ANÁLISES DOS RESULTADOS**

No estudo aplicado na área de patrimônio de uma entidade de Justiça da Paraíba, num universo de oito funcionários (entre colaboradores e gestor), utilizou-se a amostra de oito funcionários (07 colaboradores e 01 gestor), procurando se fixar na visão do gestor e dos colaboradores.

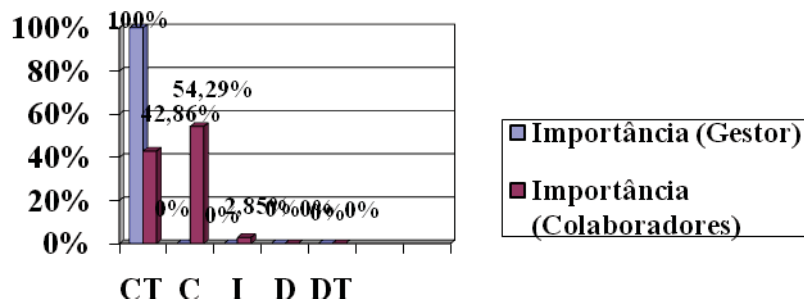
Foram abordadas nessa pesquisa questões referentes a um fluxograma das atividades, etapas da movimentação dos bens móveis e sobre tombamento.

A partir dessas informações obteve-se um diagnóstico, onde se detectou como problema principal a movimentação dos bens móveis.

Para analisar o problema principal proposto enfocaram-se quanto à movimentação dos bens móveis os seguintes aspectos: eficiência, otimizar o tempo, controle no processo e produtividade dos colaboradores.

Para melhor entendimento categorizamos a pesquisa em grupos: visão do gestor e visão dos colaboradores em relação à importância de se padronizar as etapas para a movimentação dos bens patrimoniais móveis.

**Gráfico 1** - Visão gerencial/colaboradores sobre a importância de etapas para a movimentação de bens móveis

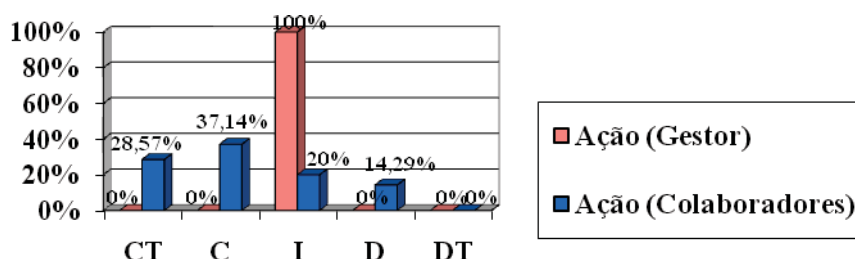


Fonte: Pesquisa direta, 2010

Constata-se um grau de concordância (CT+C) na ordem de 100% na visão do gestor e de 97,15% na visão dos colaboradores no que se refere à percepção da importância de etapas para a movimentação de bens patrimoniais móveis.

Através de conversa informal foi observado que o gestor compreende a importância das etapas para a movimentação dos bens patrimoniais móveis, mas não utiliza de um fluxograma para cumprir as etapas. Já os colaboradores realmente compreendem a importância dessas etapas, mas falta a normatização do fluxograma das etapas para a movimentação.

**Gráfico 2** - Visão gerencial/colaborador sobre realizar as etapas para a movimentação de bens patrimoniais móveis.

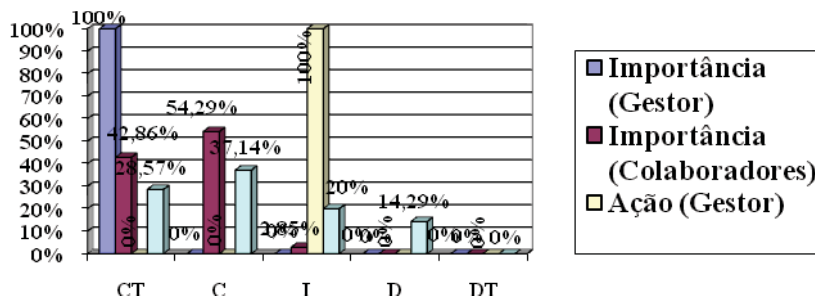


Fonte: Pesquisa Direta, 2010

Quanto à ação efetiva dos aspectos relacionados às etapas para movimentação de bens patrimoniais móveis, foi observado um grau de concordância (CT+C) na ordem de 0% na visão do gestor e de 65,71% na visão dos colaboradores, no que se refere às etapas para movimentação de bens móveis.

Para os colaboradores existe a utilização das etapas, referindo-se a guia de movimentação onde é discriminado o móvel, a codificação, a saída e o destino. Contudo, diante da resposta positiva dos colaboradores foi observado na entidade objeto de estudo que os setores não utilizam a Guia de Movimentação (GM) e Termo de Responsabilidade de Entrega ou Recebimento (TER)

**Gráfico 3:** Visão gerencial/colaboradores sobre a importância e execução das etapas para movimentação de bens patrimoniais móveis na entidade.

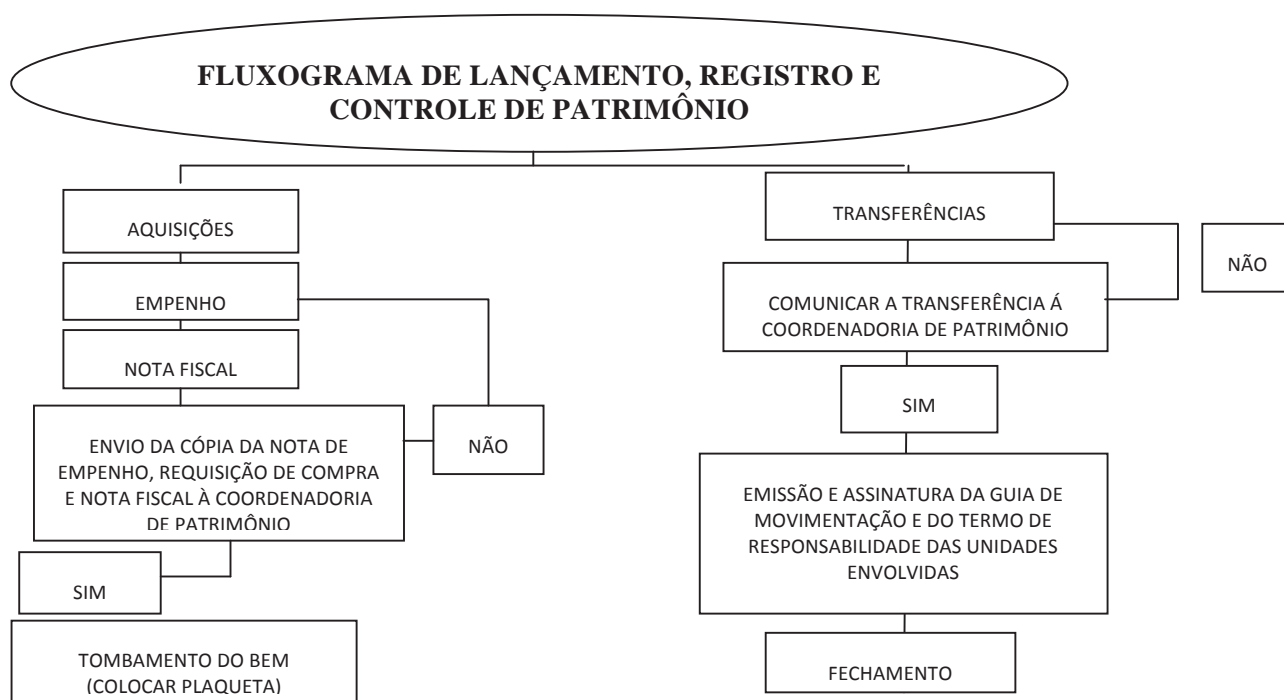


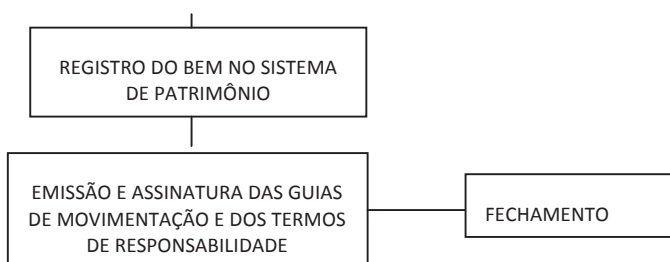
Fonte: Pesquisa direta, 2010

Para melhor entendimento da visão do gestor e dos colaboradores sobre a importância e a execução das etapas para a movimentação de bens patrimoniais móveis, este gráfico reforça o que foi observado pelas pesquisadoras.

Há o fluxograma elaborado pela Entidade, mas não é do conhecimento de todos os colaboradores e por isso não é utilizado. Foi elaborado pelas pesquisadoras o fluxograma a seguir, que propõe a atualização e o melhoramento das atividades.

**Figura 2:** Fluxograma melhorado





Fonte: Pesquisa direta, 2011.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado mostrou que o gestor e os colaboradores percebem a importância das etapas de movimentação dos bens móveis, mas não a colocam em prática. A entidade estudada tem potencial para controlar as aquisições e transferências dos móveis e imóveis que são de sua responsabilidade. Existiu um comprometimento na realização do planejamento das etapas de movimentação, contudo não se tem uma implementação.

Com relação ao Termo de Responsabilidade e a guia de movimentação onde é discriminado o móvel, a codificação, a saída e o destino é de extrema necessidade o uso desses recursos sem exceção.

No fluxograma fizemos uma alteração na etapa de envio da cópia da nota de empenho, requisição de compra e nota fiscal à coordenadoria de patrimônio tanto na atividade de aquisição quanto na de transferência que não aconteciam todas às vezes. Colocamos como indispensável à entrega desses documentos para se ter uma continuidade positiva no fluxograma.

O complexo do Patrimônio do Poder Judiciário foi criado para fazer o tombamento e para ser de forma eficiente e eficaz e com esse propósito foi criada a resolução nº 46 que trata sobre a comissão encarregada de receber os bens e tombá-los e o modo como é feita a identificação dos bens. E diante dessa observação, vimos à necessidade de ser feito um treinamento com os colaboradores que interferem no processo, para que os mesmos cumpram o que diz a resolução.

É importante uma gestão eficaz dos bens móveis patrimoniais em uma entidade pública devido às etapas de movimentação interna desses bens, uma vez que a ausência de tais procedimentos ocasiona desconforto, desordem e falta de comunicação que são evitados com a implementação de um fluxograma detalhado com as atividades da Coordenação de Patrimônio e as etapas de movimentação dos bens móveis, onde terá um maior controle e melhor detalhamento dos bens patrimoniais pertencentes a entidade e suas respectivas localizações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORREIA, Wilza Claudia Vaz; PERRUCHO, Delmano; LOPES, Marcelo; DIAS, Erick; VALE, Gláucia. **Tribunal de Contas do Estado de Sergipe. MANUAL DE PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE, INSPENÇÃO E AUDITORIA. (APROVADO PELA RESOLUÇÃO Nº 189, DE 23/12/2009). Disponível em:** <

[http://www.aracaju.se.gov.br/userfiles/controle\\_interno/downloads/MANUAL\\_GESTAO\\_DE\\_PATRIMONIO\\_-\\_SEMCI2009.ppt](http://www.aracaju.se.gov.br/userfiles/controle_interno/downloads/MANUAL_GESTAO_DE_PATRIMONIO_-_SEMCI2009.ppt)>. Acesso em: 24 de abr de 2010.

CPCON.**Gestão Patrimonial – Inventário Físico dos Bens.** Disponível em: <<http://www.cpccon.eng.br/gestao-patrimonial/gestao/gestao-patrimonial-inventario-fisico-bens/>>. Acesso em: 17 de jun de 2010.

**LEI nº 8.666/1993. Disponível em:** <<http://www3.dataprev.gov.br/SISLEX/paginas/42/1993/8666.htm>> Acesso em: 06 de jun de 2010.

MELLO. Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo Brasileiro.** 22ª Ed. São Paulo: Malheiros, 2005, p.492

**INVENTÁRIO FÍSICO DE BENS PATRIMONIAIS.** Disponível em: <<http://www.tj.pr.gov.br/depat/dcp/inventario.htm>>. Acesso em: 24 de abr de 2010.

POZO. Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais. Uma abordagem logística** São Paulo. Editora Atlas, 2001.

VIANA. João José. **Administração de Materiais. Um enfoque Prático.** 2ª edição. São Paulo. Editora Atlas, 2000.

## **A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS: UM ESTUDO DE CASO NAS CLÍNICAS MÉDICAS DO MUNICÍPIO DE LAGARTO/SE**

**Luciana Correia PASSOS**  
Faculdade José Augusto Vieira  
correia528@hotmail.com

### **RESUMO**

Este trabalho tem como tema “A importância da gestão de custos na prestação de serviços: Uma análise nas clínicas médicas do município de Lagarto/SE” e objetiva analisar a gestão de custos em clínicas médicas, com a finalidade específica de diagnosticar as formas de sua utilização e possível contribuição para que as empresas foco desse estudo se tornem cada vez mais competitivas no mercado, tendo como base os conceitos da contabilidade de custos e seus métodos de custeio; verificar as ferramentas atualmente mais utilizadas; identificar o melhor método de gestão de custos para as empresas prestadoras de serviços e sugerir a implantação às empresas, dentre as pesquisadas, que mais se enquadrem nessa forma de gestão de custos. A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, sendo que para o levantamento dos dados foi utilizado um questionário com perguntas fechadas, aplicado às clínicas médicas da cidade. A amostragem foi composta por dez empresas escolhidas de forma aleatória. Conforme resultado encontrado, a gestão de custos está em franco desenvolvimento, fazendo-se necessário alertar as empresas sobre a real importância do assunto e sua correta utilização para obterem uma maior efetividade financeira dentro de sua realidade.

**Palavras-chave:** Clínicas Médicas, Contabilidade, Gestão de Custos.

## 1. INTRODUÇÃO

O setor de serviços vem expandindo-se rapidamente no mercado mundial. No Brasil é responsável pela grande fatia do PIB (Produto Interno Bruto) nacional, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Atualmente, o setor de serviços compreende um terço do comércio mundial, sendo a área de maior crescimento econômico. O aumento da concorrência tornou os gestores desse setor mais conscientes da necessidade de usar informações contábeis para o planejamento, o controle e o auxílio à tomada de decisões. Com a procura por melhores informações e produtividade, o setor de serviços deverá aumentar sua demanda por informações de gestão de custos para que as empresas permaneçam competitivas no mercado.

É importante que as empresas prestadoras de serviços disponham de meios que conduzam a um gerenciamento que lhes impulse para bons resultados, pois, com a competitividade acirrada o mercado está cada vez mais exigente e só terão acesso as empresas que acompanharem as mudanças do mercado, ou seja, para ser competitiva, uma empresa precisa saber a fonte de seus lucros e entender a sua estrutura de custos (COKINS *apud* MULLER, 2005).

Por considerar a gestão de custos um instrumento valioso e bastante útil nas organizações prestadoras de serviços, pode-se levantar a seguinte questão: A gestão de custos exerce significativa importância para o desempenho dos serviços prestados nas clínicas médicas da cidade de Lagarto?

O principal objetivo desta pesquisa é analisar a gestão de custos nas Clínicas Médicas com a finalidade de diagnosticar os fatores que contribuirão para que se tornem cada vez mais lucrativas e competitivas no mercado. Dentre os objetivos específicos destacam-se: Conceituar contabilidade de custos e os métodos existentes; conceituar a gestão de custos nas organizações prestadoras de serviços; levantar a importância da gestão de custos para as clínicas médicas; verificar as ferramentas mais utilizadas para a mensuração dos custos pelas clínicas médicas da cidade de Lagarto; identificar o melhor método de gestão de custos para as empresas prestadoras de serviços; sugerir a implantação às empresas, dentre as pesquisadas, que se enquadrem e se interessem por essa forma de gestão de custos.

A metodologia adotada neste artigo foi a pesquisa exploratória e o estudo de caso sendo este utilizado para levantar informações e identificar prováveis problemas que dificultam a mensuração da gestão de custos nas clínicas médicas, especificamente localizada no município de Lagarto/SE. O instrumento de coleta de dados utilizado nessa pesquisa foi o questionário sendo estes dados tabulados através de tabelas e gráficos, com o objetivo de serem facilmente entendidos, através dos aspectos relacionados ao universo pesquisado. Para a realização desta pesquisa foram levantados os dados do número aproximado de clínicas médicas existentes no município, desse modo, os resultados mostraram que no município de Lagarto/SE há aproximadamente 14 clínicas médicas. Assim, foi utilizada uma população de 10 clínicas médicas do município para concretização deste trabalho.

Visando atingir os objetivos, este artigo está estruturado em três capítulos. O primeiro constitui o referencial teórico que contará com autores de destaque como: Dubois (2008), Kotler (1998), Martins (2000, 2003), Hansen (2003) dentre outros.

Nesse mesmo capítulo, foi feita uma análise dos resultados obtidos nos questionários aplicados, seguidos pela tabulação dos dados coletados, sendo apresentados em forma de tabelas e gráficos. Por fim, foi recomendado para os gestores de clínicas médicas, que tenham a preocupação de gerenciar os custos e de buscar um sistema de gestão que resulte em melhores preços para os clientes e possíveis lucros para a empresa.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Contabilidade de Custos

A contabilidade de custos teve início basicamente com o advento da Revolução Industrial ocorrida no século XVIII, quando ocorreu a necessidade por informações precisas para um maior controle dos inventários das empresas.

Para Crepaldi (apud GAUER, 2007) a contabilidade de custos surgiu da contabilidade geral, a partir da necessidade de ter um maior controle sobre os valores a serem atribuídos aos estoques de produtos nas indústrias, após a Revolução Industrial, e principalmente pela necessidade dessas informações para tomada de decisões, especificamente em relação ao que, como e quanto produzir. Para a apuração do resultado do período, bem como para o levantamento do balanço final, bastava o levantamento dos estoques físicos, já que sua medida em valores monetários era extremamente simples.

Até a Revolução Industrial praticamente só existia a contabilidade financeira, que estava bem estruturada para servir às empresas comerciais. A partir do advento das novas tecnologias, os processos e o aumento da concorrência, a contabilidade de custos muito contribuiu para evolução das empresas, de maneira a auxiliar de forma ampla o controle interno, gerando informações precisas no apoio ao processo de tomada de decisão (MARTINS, 2000). Contudo, a contabilidade de custos ganhou sua própria identidade tornando-se um instrumento fundamental para a administração.

A contabilidade de custos é definida por CRC-SP/IBRACON (2000, p. 80) como:

Contabilidade de custos é o processo ordenado de usar os princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio de tal maneira que, com os dados da produção e das vendas se torne possível à administração utilizar as contas para estabelecer os custos de produção e de distribuição, tanto por unidade, quanto pelo total, para um ou por todos os produtos fabricados, ou serviços prestados e os custos das outras diversas funções do negócio, com a finalidade de obter operação eficiente, econômica e lucrativa.

A contabilidade de custos está voltada ao controle de todos os gastos no decorrer de uma atividade.

Martins (2003, p. 22) destaca que:

Nesse seu novo campo, a Contabilidade de Custos tem duas funções relevantes: no auxílio ao controle e na ajuda às tomadas de decisões. No que diz respeito ao controle, sua mais importante missão é fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsão e, num estágio imediatamente seguinte, acompanhar o efetivamente acontecido para comparação com os valores anteriormente definidos. No que tange a decisão, seu papel reveste-se de suma importância, pois consiste na alimentação de informações sobre valores relevantes que dizem respeito às conseqüências de curto e longo prazo sobre medidas de corte de produtos, fixação de preços de venda, opção de compra ou fabricação etc.



### 2.2.1 Métodos de Custeio

Os métodos de custeamento objetivam a determinação do custo em produtos/serviços, sendo possível subsidiar a margem de lucro e seu custo total. A identificação do sistema de apuração pode trazer grandes benefícios para a organização. Porém, cada tipo tem uma especialidade para diferentes empresas e mercado em que o sistema será utilizado COOPER e KAPLAN (1998).

Os métodos mais utilizados são: **Custeio por absorção**: está inserido na visão da contabilidade tradicional, apropriando todos os custos de produção (diretos e indiretos) aos produtos elaborados. Para Dubois, Kulpa e Souza (2008) é um método de custeio que absorve todos os custos (diretos e indiretos) da produção. Atribui todos os custos da manufatura a cada produto final. É também denominado por alguns autores como custeio integral, onde há a separação entre custos e despesas para não haver distorção entre o lucro da empresa (HANSEN, 2003). **Custeio variável**: os custos e despesas variáveis serão atribuídos aos produtos, que depois de excluídos da receita gera a margem de contribuição (MC). A margem de contribuição é o mais importante elemento para tomada de decisão, podendo avaliar melhor a potencialidade de cada produto. O método de custeio variável atribui apenas os custos variáveis para apuração de cada unidade produzida. Esse sistema consiste na separação entre os gastos fixos e variáveis que oscilam ou se mantêm estáveis conforme os volumes de produção e vendas (PEREZ JUNIOR, 2005). **Custeio padrão**: tem propósito de prefixar metas e controlar os custos com o intuito de antecipar os montantes incorridos na produção (DUBOIS; KULPA e SOUZA, 2008). Segundo os autores o custo padrão é determinado para a busca da eficiência. **Custeio baseado em atividades (ABC)**: Esse método consiste em rastrear os custos de um negócio ou departamento para as atividades realizadas, atividades que constituem os processos para o negócio da empresa.

Conforme Martins (2003, p. 87)

O Custeio Baseado em Atividades, conhecido como ABC (*Activity-Based Costing*), é um método de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos. [...] Pode ser aplicado, também aos custos diretos, [...]. A diferença fundamental está no tratamento dado aos custos indiretos.

Concordando com a idéia de Martins, Dubois (2008) comenta que é um método de custeio que descarta as distorções causadas pelo rateio, uma vez que são consideradas todas as atividades para determinar o custo do produto.

### 2.3 Gestão em Serviços

As organizações prestadoras de serviços vêm apresentando um acentuado crescimento na economia mundial, e com isso assumiu um grande desafio: de obter e manter a qualidade que os clientes esperam. As organizações prestadoras de serviços se preocupam em se manterem competitivas no mercado de maneira a se tornarem mais eficazes.

Segundo Beteson (2001, p. 30) “ao contrário da crença popular, foram os serviços, e não bens manufaturados, que impulsionaram o moderno crescimento econômico”. As inovações introduzidas pela Revolução Industrial propiciaram uma melhoria generalizada no crescimento do setor de serviços, principalmente quando se trata de atender bem as expectativas dos clientes.

Para Albrecht (1998, p 11), “esta é a verdadeira era dos serviços, de uma economia baseada na produção para uma economia baseada no serviço, uma das tendências mais importantes da vida

americana, e certamente do mundo empresarial moderno”. O serviço está ganhando força e se transformando em oportunidade de competição na busca de vantagem no atendimento das expectativas do cliente, assumindo o desafio de desenvolver iniciativas quando se trata de melhorar constantemente a prestação dos serviços.

Segundo Kotler (1998, p. 412), o serviço é definido como “qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico”.

Considerando as colocações de Kotler, quando utilizamos o serviço recebemos muitas vezes um produto final do processo. Dessa forma, a maioria dos produtos oferece um serviço, como também, a maioria dos serviços oferece um produto.

### **2.3.2 Custos nas Organizações Prestadoras de Serviços**

Conforme CRC-SP/IBRACON (2000) é muito comum que as empresas de serviços não utilizem a mensuração dos custos com critérios adequados, apresentando problemas freqüentes para os administradores na identificação do serviço mais rentável ou mais dispendioso e na tomada de decisão, além de precisar manter o equilíbrio entre receita e despesa.

Com a intangibilidade e a heterogeneidade dos serviços sua mensuração é mais complexa, pois, requer controle preciso das informações e acompanhamento detalhado dos custos para que a empresa estabeleça preços compatíveis com o mercado. Em relação aos custos na prestação de serviços, Segundo Martins (2003, p.25) “O custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo, no momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços), para fabricação de um produto ou execução de um serviço”.

Assef (2005) afirma que no segmento serviços, as dificuldades são maiores, pois, a cada atividade, impõe-se a necessidade do conhecimento preciso da operação e dos componentes que deverão fazer parte do preço de venda. Além, disso, a mensuração da mão-de-obra, efetivamente utilizada em cada serviço, é fundamental no cálculo, mas guardam várias dificuldades.

## **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Este artigo teve como meio de investigação a pesquisa exploratória, bibliográfica e o estudo de caso que nessa pesquisa foi utilizado para levantar informações e identificar prováveis problemas que dificultam a mensuração da gestão de custos nas clínicas médicas, especificamente localizada no município de Lagarto/SE. O instrumento de coleta de dados utilizado nessa pesquisa foi o questionário sendo estes tabulados através de tabelas e gráficos, com o objetivo de serem facilmente entendidos, através dos aspectos relacionados ao universo pesquisado. Para a realização desta pesquisa foram levantados os dados do número aproximado de clínicas médicas existentes no município de Lagarto, desse modo, os resultados mostraram que no município de Lagarto/SE há aproximadamente 14 clínicas médicas. Assim, foi utilizada uma população de 10 clínicas médicas do município para concretização deste trabalho.

## **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

#### 4.1 Descrição dos Dados Coletados

Os resultados encontrados a partir da aplicação dos questionários e o tratamento dos dados serão avaliados e comentados através de tabelas e gráficos que possibilitem uma excelente interpretação, visualizando o entendimento de todos os índices de resultados através das variáveis em estudo, evidenciando assim, possíveis características fundamentais para alcançar o objetivo deste artigo.

##### 4.1.1 Perfil dos entrevistados

**Tabela 01 – Gênero dos entrevistados**

Gênero	Total	Porcentagem
Feminino	9	90 %
Masculino	1	10 %
Total	10	100 %

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

**Tabela 02 – Escolaridade**

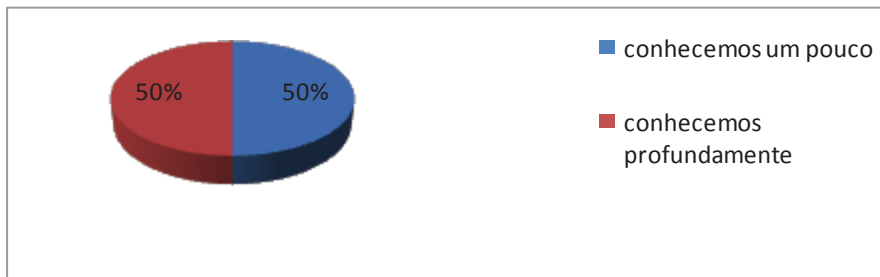
Escolaridade	Total	Porcentagem
Nível superior completo	5	50 %
Pós-graduação completa	4	40 %
Mestrado/Doutorado	1	10 %
Total	10	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Conforme a Tabela 1, 90 % dos gestores entrevistados são do sexo feminino e 10% masculino, onde se constata que, o maior índice é de mulheres gestoras na população pesquisada. Já a tabela 2 mostra que os entrevistados são possuidores de nível superior completo, demonstrando tratar-se de pessoas com certa experiência, dando a devida importância na procura de qualificação profissional, com a busca do aperfeiçoamento do conhecimento como forma de melhoria profissional e pessoal.

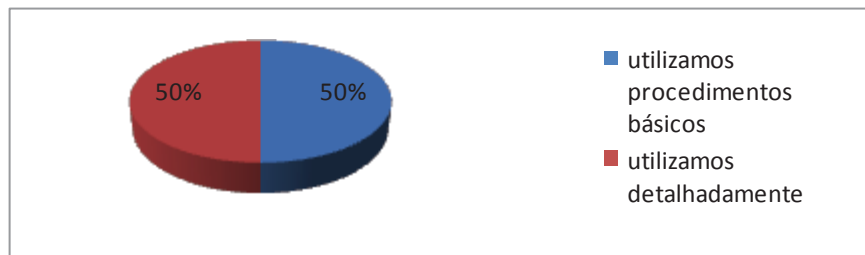
##### 4.1.2 Gestão de custos

**Gráfico 1 – Grau de conhecimento da gestão de custos**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

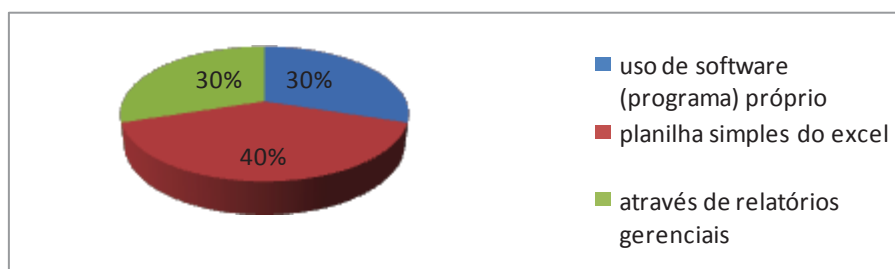
**Gráfico 2 – Grau de utilização da gestão de custos**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

De acordo com os dados levantados na pesquisa, metade dos entrevistados no gráfico 1 possui pouco conhecimento sobre gestão de custos enquanto a outra metade afirma conhecer detalhadamente o assunto, coincidindo perfeitamente com utilização de procedimentos básicos e detalhados, como mostra no gráfico 02. Desse modo, pode-se notar claramente a importância destinada ao assunto por parte das empresas.

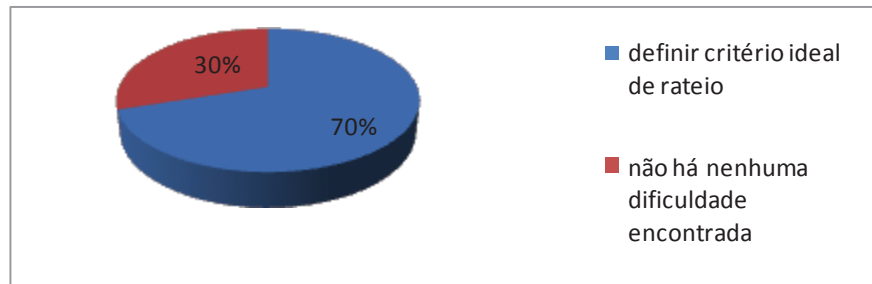
**Gráfico 3 – Ferramenta empregada pelas empresas**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Em relação ao gráfico 3, sobre a ferramenta empregada pelas clínicas médicas, a maioria dos entrevistados faz uso de planilha simples do Excel para auxiliar na mensuração devida dos custos. E iguais fatias da amostra dividem-se entre programas próprios e somente relatórios gerenciais. Demonstram assim que, apesar da importância evidenciada nos itens anteriores, ainda não há um “investimento” específico para a ação.

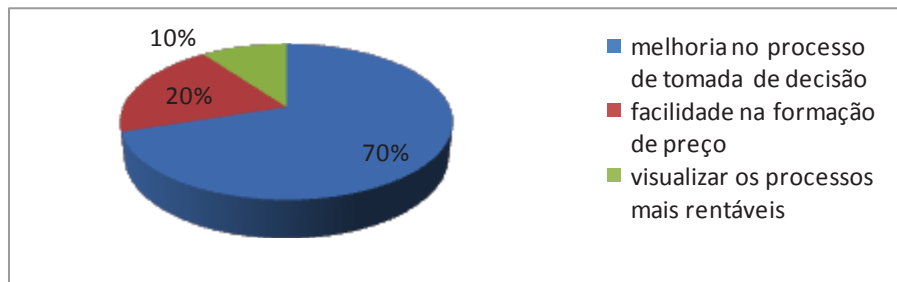
**Gráfico 4 – Principais dificuldades apresentadas na mensuração dos custos**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

No gráfico 4, quando perguntados sobre se haviam dificuldades na mensuração dos custos, obteve-se como resultado, que a maioria da amostra sente dificuldade na ação de definir o critério ideal de rateio. Somente 30% dos entrevistados informaram não encontrar dificuldades.

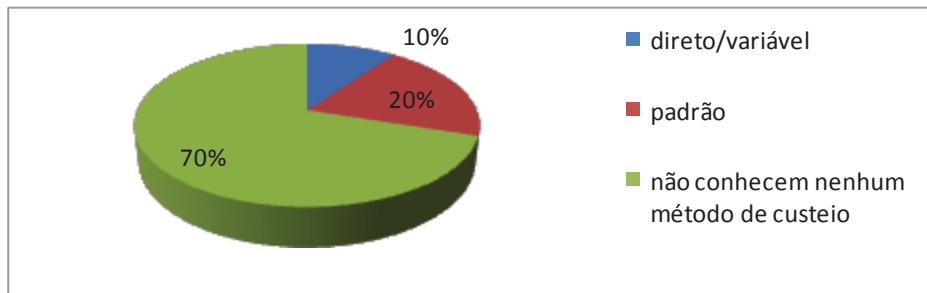
**Gráfico 5 – Principais vantagens apresentadas na mensuração dos custos**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Em relação ao gráfico 5, em se tratando das vantagens percebidas pelo uso da mensuração de custos, de acordo com os dados levantados, 70 % da amostra percebeu como principal vantagem dessa ação a melhora na tomada de decisão em suas clínicas, contrapondo essa afirmação, 20 % optaram pela “facilidade na formação dos preços” e somente 10 % disse que a visualização dos processos mais rentáveis é a principal vantagem. Percebe-se aqui uma certa divergência entre as respostas, pois, as decisões a serem tomadas com base em valores devem refletir em finanças, que se preocupa inclusive com a rentabilidade apresentada pela empresa.

**Gráfico 6 – Melhor método de custeio para gestão de custos em clínicas médicas**



Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

No gráfico 7, apesar de haverem afirmado anteriormente que conheciam e utilizavam “gestão de custos” em suas clínicas, nesse momento fica claro que se realmente o fazem é mais por algum tipo de conhecimento que não o técnico e específico para o assunto, pois de acordo com as respostas a esta questão, a maioria dos entrevistados não conhece sequer os métodos de custeio existentes e somente 30% da amostra faz uso de algum método.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse artigo pode-se perceber com base na fundamentação teórica, que se constitui de excelente suporte para desenvolver o tema, analisar os dados investigados e alcançar os objetivos propostos na pesquisa, vislumbrar informações importantes sobre a gestão de custos em empresas de serviços, tendo em vista as características peculiares dessas empresas de forma a torná-la mais eficiente para que se mantenham competitivas no mercado.

Todas as questões que envolvem custos são fruto de uma gestão bem planejada e controlada, pois as ações de mercado exigem estudos minuciosos, para que a mensuração dos processos seja executada de forma correta e coerente com a realidade de mercado.

No presente estudo, destacam-se considerações importantes. Em razão da limitação literária específica relacionada à pesquisa em gestão de custos na prestação de serviços, especificamente em clínicas médicas, vê-se que existe um amplo campo de investigação a ser efetivado nessa área. Nesse contexto, a pesquisa disponibilizou, através dos resultados, um estudo que poderá levar ao aprimoramento, as empresas pesquisadas visando melhor desempenho, em consequência de melhores resultados a partir da proposta aos gestores na condução de ações para estabelecer a atividade.

Pode-se verificar, através das respostas obtidas pelos gestores que a gestão de custos está num patamar de desenvolvimento, fazendo-se necessário alertar as empresas sobre a importância ao assunto e obterem, em decorrência, uma maior efetividade financeira dentro de sua realidade.

Pelos fatores verificados percebeu-se que a contabilidade de custos preza por uma adequação das informações por ela extraída às necessidades da empresa, de modo a dar o suporte necessário ao processo de tomada de decisão.

Percebe-se também que nesse segmento de empresas, o custo não é crucial para definição de preço, pois se utilizam de uma combinação do preço de mercado com o seu custo para determinarem os preços de seus serviços oferecendo-os condizentemente com a realidade econômica do mercado local e atual.

Analisando criticamente a relação entre os aspectos abordados faz-se necessário verificar a avaliação da gestão de custos em clínicas, isto é, a presença de uma forma de análise e controle eficiente, que proporcione um bom resultado. Todavia, nem sempre ocorre tal realidade. Em muitos casos, podem-se ter bons resultados, sem ter padrões de custos adequados.

A responsabilidade com a gestão de custos deve ser de todas as organizações, buscando constantemente melhorar e aprimorar seus processos, em função de garantir melhores resultados.

Recomenda-se, dessa forma, que os gestores de clínicas médicas tenham a preocupação de gerenciar os custos e de buscar um sistema de gestão que resulte em melhores preços para os clientes e possíveis lucros para a empresa.

Considerando a importância da gestão de custos na prestação de serviços, especificamente em clínicas médicas, o trabalho permitiu identificar pontos que podem ser bem trabalhados no intuito de contribuir para eficiência e eficácia da gestão de custos nas organizações.

## 6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços**: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. 5. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1998.

ASSEF, Roberto. **Guia prático de formação de preços**. 3. ed. rev. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

BETESON, E G. John; HOFFMAN, Douglas. **Marketing de serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CRC-SP. **Custos**: ferramenta de gestão; coordenação José Barbosa da Silva Júnior - São Paulo: Atlas, 2000 (coleção seminários CRC-SP/IBRACON).

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços**: conceitos, modelos e instrumentos: Abordagem do capital de giro de competitividade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GAUER, Judite Rasch Bracht. **Custos na Prestação de Serviço Público de Saúde do Município de São João do Oeste - SC**: Um Estudo Empírico. Anais... III Seminário de Ciências Contábeis FURB. Blumenau/SC, 2007.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HANSEN, Don R.; MOWEN, Maryanne M. **Gestão de Custos: Contabilidade e Controle.** Tradução Robert Brian Taylor. 1. ed. São Paulo: Thompson, 2003.

KAPLAN, Robert S; COOPER, Robim. **Custo e Desempenho: Administre seus custos para ser mais competitivo.** São Paulo: Futura, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

\_\_\_\_\_. **Contabilidade de Custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MULLER, Cláudio José. **Gestão de custos e resultados em serviços.** Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção – UFRGS, Porto Alegre – RS. Disponível em: <[www.intercostos.org.br](http://www.intercostos.org.br)>. Acesso em: 19 set. 2010.

PEREZ JUNIOR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; E COSTA, Rogério Guedes. **Gestão estratégica de custos.** São Paulo: Atlas, 1999.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.



## A INFLUÊNCIA DA MARCA NO PROCESSO DECISÓRIO DE COMPRA DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA

E. M. Toscano<sup>1</sup>; L. B. Lima<sup>2</sup>; M. D. F. Araújo<sup>3</sup>; R. L. Bezerra<sup>4</sup> e M. F. S. Oliveira<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal da Paraíba- Campus João Pessoa

emanuella09@gmail.com - lucianabelolima@gmail.com - marciadfaraujo@gmail.com -

prettywitch1912@hotmail.com - mafasioliver@hotmail.com

### RESUMO

É crescente o número de consumidores que preferem produtos e, ou serviços que possuam não apenas uma marca conhecida no mercado, mas antes de tudo uma marca reconhecida pela sua identidade positiva. A marca pode tornar-se sinônima de confiabilidade, quando esta passa a ser identificada como uma referência de qualidade, de durabilidade, de resistência, de status, e de garantia para a clientela do produto ou serviço. Dessa maneira, nesse artigo abordamos como ocorre a dinâmica marca e decisão do consumidor, através do estudo realizado em uma empresa paraibana que atua no mercado internacional no ramo de desenvolvimento de tecnologias. Analisamos qual a influência que a marca exerce no processo decisório de compra dos consumidores da referida empresa. A metodologia aplicada no estudo fez uso de pesquisa de campo e bibliográfica. Do ponto de vista do seu objetivo, a pesquisa foi do tipo explicativa. Os instrumentos utilizados para levantamento de dados foi o uso de entrevistas pontuais com a gestora do empreendimento e aplicação de questionários aos clientes externos. Foi utilizada uma amostra aleatória de 100 indivíduos no período de maio a julho de 2011. O tratamento dos dados se deu de maneira quantitativa, já que utilizamos a estatística descritiva com uso do Excel. Este estudo se destaca por revelar que a marca da empresa estudada encontra-se consolidada no estado da Paraíba e exerce poder diferenciador sobre o consumidor quando em sua decisão de compra pelo fato de haver criado uma identidade associada à qualidade e desempenho.

**Palavras-chave:** marca, decisão de compra, consumidor.

## 1. INTRODUÇÃO

A globalização trouxe a difusão das informações em tempo real, expansão das fronteiras do capital e das empresas e, principalmente para estas, trouxe a necessidade de fortalecer seu nome, sua marca para permanecer no mercado. A marca tornou-se preponderante na decisão de compra do consumidor, por isso, saber associá-la a qualidade, a durabilidade, a resistência, a status, e a garantia é condição “sine qua non” para garantir a preferência da clientela do produto ou serviço. É crescente o número de consumidores que preferem produtos/serviços que possuam uma marca conhecida no mercado do que qualquer produto/serviço “anônimo”, mesmo que este atenda a mesma necessidade.

Corroborando desta idéia, Kotler (2006) afirma que “as marcas identificam quem produziu determinado produto e permitem que os consumidores atribuam a responsabilidade pelo produto a determinado fabricante ou distribuidor. Através das marcas, os consumidores podem avaliar um produto idêntico de forma diferente, dependendo de como essa marca é consolidada no mercado. Os consumidores conhecem as marcas por meio de experiências anteriores com o produto e também através dos programas de marketing da empresa”.

A marca carrega consigo uma identidade, uma forma de expressão que faz parte do cotidiano das pessoas. De acordo com Perez (2004), “as marcas assumiram um papel de destaque nas relações de compra e venda, deixando a função de facilitadora das transações comerciais para tornarem-se poderosos signos de representação do ser, do comportamento, do posicionamento social e econômico”.

Com isso, as organizações criam e utilizam a marca como um elo entre o consumidor e organização. A marca traz para o mercado um significado para o consumidor, tendo um papel figurado, representativo e simbólico. Esse significado representa para o consumidor aquilo que ele é, e o que acredita que a marca oferece para ajudá-lo a reforçar o seu lugar na sociedade. Dentro do contexto cultural, social e psicológico, a marca representa para o consumidor “um conjunto de muitas formas, fatores, funções e contextos que lhe dão significado no mercado” (SCHULTZ & BARNES, 2001).

Para que se possa entender como ocorre a dinâmica entre marca e decisão do consumidor, foi realizado um estudo de caso em uma empresa paraibana que atua no mercado internacional no ramo de desenvolvimento de tecnologias nas áreas de impressão e jato de tinta a laser e na venda de suprimentos para reciclagem máquinas e recargas de cartucho para impressoras. Este estudo teve como objetivo analisar a influência que a marca exerce no processo decisório de compra dos consumidores de uma empresa paraibana.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Origem e evolução das Marcas

As marcas tiveram sua origem no processo de marcações para identificar produtos e até animais. Segundo ACCIOLY (2007), os primeiros vestígios das marcas são aparentemente, a fixação de sinais em gado e em produtos de cerâmica. Na Antiga Mesopotâmia e no Egito, tijolos e telhas eram marcados para identificar o monarca cujo reino estava em vigência, assim como os jarros gregos e romanos que possuíam marcações em suas alças que identificavam sua origem. Durante o período da Antiguidade Clássica já se marcavam os produtos a fim de evitar a falsificação.

No início do século XVIII a marca passou a ser usada para identificar a origem dos produtos que, decorrentes da revolução industrial, passaram a ter distribuição em larga escala. Pode se identificar que algumas funções primitivas das marcas eram: a distinção dos produtos e serviços de uma empresa; a indicação da fonte ou origem de produtos e serviços e acrescentar um pequeno valor intrínseco da empresa proprietária da marca registrada, servindo como um indicador de qualidade (PEREZ, 2004).

De acordo com Ruão e Farhangmer (2003), as marcas passaram a ser reconhecidas pelo seu valor financeiro a partir dos anos 80 à medida que se verificou o valor que as mesmas atrelavam ao produto.

Assim, embora antigamente as marcas fossem vistas como gastos necessários, agora elas estão sendo utilizadas com outra finalidade. Nos dias de hoje as marcas são vistas pelas empresas como ativos intangíveis e não mais como despesas, mas como um investimento, pois elas não só possuem caráter funcional de identificação, mas funções emocionais, sociais e psicológicas que influenciam na escolha do consumidor gerando enormes benefícios financeiros para as empresas (CASTRO & GOUVÊA, 2008).

## 2.2 Criação da marca

A criação de uma representação da marca na mente dos consumidores desenvolve associações entre eles e a marca, que são a base do patrimônio dela e podem ser relacionadas a atributos do produto, à celebridade que o anuncia ou a um símbolo particular. Associações com a marca são guiadas pela identidade com a marca – o que as organizações querem que a marca estabeleça na mente do consumidor (AAKER, 1996).

Segundo Martins (1999), na construção da marca é necessário trabalhar com grupos de imagens representativas das emoções humanas que tenham significado simbólico confirmado em pesquisas com o consumidor. Por meio dessa técnica é possível definir imagens de marcas que estimulem o sentimento de autenticidade e, simultaneamente, a percepção de valorização da marca.

A construção de uma marca envolve a compreensão da mente do consumidor no intuito de fazer com que as características de um produto não se limitem apenas aos seus conceitos funcionais. Criar uma personalidade de uma marca é criar um significado ou um valor para um produto de modo que estimule a sensação de desejo no consumidor e gere uma percepção positiva para a sua imagem (ALMEIDA, 2006).

## 2.3 Posicionamento da marca no mercado

Para posicionar uma marca em um mercado altamente competitivo, as organizações procuram agregar valores a seus produtos utilizando estratégias de marca. Os produtos são oferecidos aos consumidores através de estratégias e conceitos organizacionais, sinalizando ao consumidor que ele pode obter algum para o meio onde está inserido através dos bens que ele possui. Muitas vezes a parte intangível torna-se mais importante que a tangível, pois denota um símbolo de “status” (PEREIRA & VIAPIANA, 2004).

Toda a estratégia de marketing é construída de acordo com o trinômio SMP - segmentação, mercado-alvo e posicionamento. A empresa descobre necessidades e grupos diferenciados no mercado, estabelece como alvo as necessidades e os grupos que é capaz de atender de forma superior e, então, posiciona seu produto e sua imagem de modo que o mercado-alvo os diferencie. Se, nesse trabalho de posicionamento, houver uma falha o mercado ficará confuso (KOTLER, 2006).

Em mercados competitivos e com um papel ampliado, as marcas tornaram-se influenciadoras da qualidade percebida, *status*, preço justo e fidelidade (KELLER, 1993). Porém, para enfrentar a concorrência as organizações necessitam estimular o consumidor através de ações estratégicas, e um dos mecanismos usados é o desenvolvimento da marca, fortalecendo-a na mente do consumidor como um agente de diferenciação e valor agregado.

Desde o século XX, vislumbra-se um incremento significativo da relevância dos produtos que possuam marcas difundidas e respeitadas internacionalmente. Não é por acaso que muitas empresas brasileiras e de outras nacionalidades estejam empenhando-se tanto na profusão de suas marcas pelo mundo.

## 2.4 Consolidação da marca no mercado

O mundo está mudando de forma muito rápida, e essas transformações só vêm reforçar a importância e o destaque que as marcas têm e terão no futuro. Com o aumento acelerado da concorrência, uma das alternativas de diferenciação que as empresas têm é consolidar sua marca no seguimento em que atua. Apesar das mudanças, a relação do consumidor com o produto e o serviço

permanece a mesma. A relação é aperfeiçoada pelas empresas e é ele, o consumidor, quem decide se aceita ou não as novas formas.

Keller (1993) afirma que o valor de uma marca deve ser compreendido como o resultado atribuível exclusivamente à marca, ou seja, (1) Reconhecimento de Marca e (2) Imagem de Marca são os dois parâmetros que definem o valor de uma marca. Já para Aaker (1996), o valor de marca pode ser dimensionado a partir da lealdade à marca, consciência do nome, qualidade percebida, associações e outros ativos da marca.

Para PEREIRA & VIAPIANA (2004), pode-se perceber que o desenvolvimento de marca não se limita apenas a sua criação, ou seja, ao projeto de construção publicitária e gráfica de um símbolo, seu escopo inclui todas as ações organizacionais que são percebidas pelo consumidor em sua relação com as organizações. Portanto fica claro que apenas realizar ações de marketing não é garantia que a marca de uma empresa esteja solidificada na mente do consumidor, ou ele a associe a valores importantes como qualidade, confiabilidade, entre outros.

## **2.5 Comportamento do consumidor em relação à escolha da marca**

Os clientes de hoje estão mais difíceis de agradar. Mais conscientes em relação aos preços, e exigentes, eles perdoam menos e são abordados por mais concorrentes com ofertas iguais ou superiores (KOTLER, 2006).

Diante das variedades de produtos que se encontram no mercado atualmente, as marcas servem como diferencial de compra na mente do consumidor. Diariamente o consumidor é submetido a inúmeras campanhas de comunicação, o que além de despertar novos desejos de compra, permitem a comparação entre os produtos que realmente lhe interessa a aquisição (FERREIRA, 2007). Para Kotler (2006) entender o cliente a fundo ajuda a assegurar que os produtos certos estão sendo comercializados para os clientes da maneira certa.

Segundo Blackwell, Miniard e Engel *apud* Almeida (2006) para entender o comportamento do consumidor é preciso fazer uma análise do ambiente em que o consumidor vive e identificar os fatores que mais os influenciam. De acordo com os autores, o estudo do ambiente do consumidor inclui as tendências demográficas, grupos de influência, motivações, atitudes, conhecimento do consumidor, padrões de consumo e estilos de vida. Eles afirmam que, compreender as mudanças no ambiente do consumidor pode levar à novas idéias de produtos, adaptações do produto, novas embalagens, ou mesmo, novos serviços para ajudar os consumidores a satisfazerem seus desejos.

## **2.6 O valor da marca**

Uma das características das marcas é de adicionar valor aos produtos e serviços, sendo que este valor emerge da experiência de utilização da marca. Assim a confiança, familiaridade, redução de riscos são exemplos deste aprendizado (Palumbo e Herbig, 2000).

Para Aaker & Joachimsthaler (2000) o valor da marca é um conjunto de ativos e passivos ligados à marca, ao seu nome e símbolo, que adicionam ou subtraem valor ao produto ou serviço. Estes ativos podem ser agrupados em quatro dimensões: notoriedade da marca, qualidade percebida, associações e lealdade à marca.

De acordo com Keller (1998) uma marca tem valor quando os consumidores reagem mais favoravelmente ao produto a partir do momento que conhecem e identificam a marca. Este efeito diferencial no consumidor ocorre a nível cognitivo, afetivo e comportamental. A análise do valor da marca na perspectiva do consumidor baseia-se no conhecimento do impacto da marca no processo de decisão de compra.

## **2.7 Percepção da marca**

Uma marca terá associada a ela uma percepção de qualidade geral, não necessariamente baseada no conhecimento de especificações. A percepção da qualidade pode assumir, de certo modo, diferentes

formas para diferentes tipos de organizações. A qualidade percebida influencia diretamente as decisões de compra e a lealdade à marca, especialmente quando um comprador não está motivado ou capacitado a fazer uma análise detalhada (AAKER, 2001).

O significado da marca refere-se às percepções determinantes do cliente em relação à marca. É a rápida impressão que o cliente tem da marca e do que está associado a ela. É o que imediatamente vem à cabeça do consumidor ao mencionar o nome de duas empresas do mesmo ramo. A marca também contribui para o significado da marca, porém não com a mesma intensidade da real experiência do cliente com a empresa. A marca apresentada tem a maior influência com os novos clientes que tiveram pouca ou nenhuma experiência direta com o serviço da empresa para moldar suas impressões. A marca apresentada e as comunicações boca a boca constituem a única evidência que o novo cliente tem sobre o que a empresa representa (BOAS, 2009).

## 2.8 Patrimônio da marca

A conscientização e o significado da marca contribuem para o patrimônio da marca (*brand equity*) junto a clientes experientes, porém não com a mesma intensidade. Da mesma forma que as experiências do cliente moldam desproporcionalmente o significado da marca, elas afetam de forma desproporcional o patrimônio da marca. O patrimônio da marca é o efeito diferencial na resposta do cliente ao marketing da marca, efeito este resultante da conscientização e do significado da marca combinados. O patrimônio da marca pode ser positivo ou negativo. O patrimônio da marca positivo é o grau da vantagem de marketing que uma marca manteria sobre um concorrente sem nome ou com nome fictício. O patrimônio da marca negativo é o grau de desvantagem de marketing vinculado à marca específica (BERRY, 2001).

Segundo Aaker (1998), o patrimônio da marca ou *brand equity* é o conjunto de dimensões ligadas ao nome e ao valor da marca no mercado, seja este valor definido pelo lucro, crescimento sustentado ou preço diferenciado que está vinculado ao patrimônio da marca. Conclui-se então que, para entender o processo de criação de valor de uma marca é necessário conhecer o patrimônio da mesma (*brand equity*) e sua dinâmica.

## 3. METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa incluíram desde pesquisa bibliográfica até a aplicação de questionários estruturados aplicados a uma amostra de consumidores de uma grande marca paraibana. Para a escolha da marca a ser estudada consideramos o número de prêmios internacionais já obtidos por essa empresa paraibana e por ser esta quem desenvolveu a sua própria tecnologia. Sendo uma das marcas paraibanas mais reconhecidas a nível internacional.

Para a consecução dos objetivos estabelecidos na pesquisa utilizamos os dados da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, sendo os dois primeiros objetivos específicos obtidos através da pesquisa bibliográfica e os demais obtidos com a pesquisa de campo.

Do ponto de vista do seu objetivo, a pesquisa é do tipo explicativa, já que identifica os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos (Gil, 1999). Os dados foram levantados através de um questionário aplicado a uma amostra de clientes ou consumidores da marca estudada, os quais foram preenchidos na presença dos entrevistados, quando questionados diretamente. O sigilo da identidade e informações prestadas pelos entrevistados foi mantido já que os questionários não foram identificados com numeração e não se inseriram dados da identidade dos entrevistados. O questionário incluiu variáveis sócio-demográficas e variáveis do estudo mercadológico aqui proposto. As variáveis sócio-demográficas inseridas são para determinar o perfil da amostra e incluem apenas sexo, faixa etária, e faixa de renda.

Foi utilizada uma amostra aleatória de 100 indivíduos que efetuam compras há mais de um ano nessa empresa, e que aceitaram de livre e espontânea vontade responder ao questionário após assinarem um termo de consentimento. Escolheu-se apenas uma das lojas da empresa para a obtenção

da amostra. Como critério de inclusão estabeleceu-se: que os indivíduos fossem alfabetizados, maiores de idade e clientes há no mínimo um ano. Os indivíduos que não se inseriram nesse perfil foram, portanto excluídos da composição da amostra. O tratamento dos dados se deu de maneira quantitativa, já que utilizamos a estatística descritiva com uso do Excel.

#### 4. RESULTADOS E DICURSSÕES

Foram aplicados 100 questionários aos clientes externos da empresa estudada, no período de Maio, Junho e Julho de 2011. Destes, 64% são do sexo masculino e 36% do sexo feminino. A faixa etária dos entrevistados está compreendida entre 18 e 75 anos. Sendo de 18 a 36 anos representam 30%, de 37 a 54 representam 40% e de 54 a 75 anos representam 30% dos entrevistados. Sendo que 51% representam clientes que possuem ensino superior, 40% representam clientes que possuem ensino médio, 9% representam clientes que possuem ensino fundamental. Dentre os entrevistados, 30% possuem renda entre 1 e 2 salários mínimos, 23% entre 2 e 4 salários mínimos, 18% de 6 a 8 salários mínimos, 16% acima de 8 salários mínimos, e 13% possuem de 4 a 6 salários mínimos.

Quando questionado aos clientes sobre o que a marca significava para eles, foi obtido o seguinte gráfico como resposta (Ver figura 1):

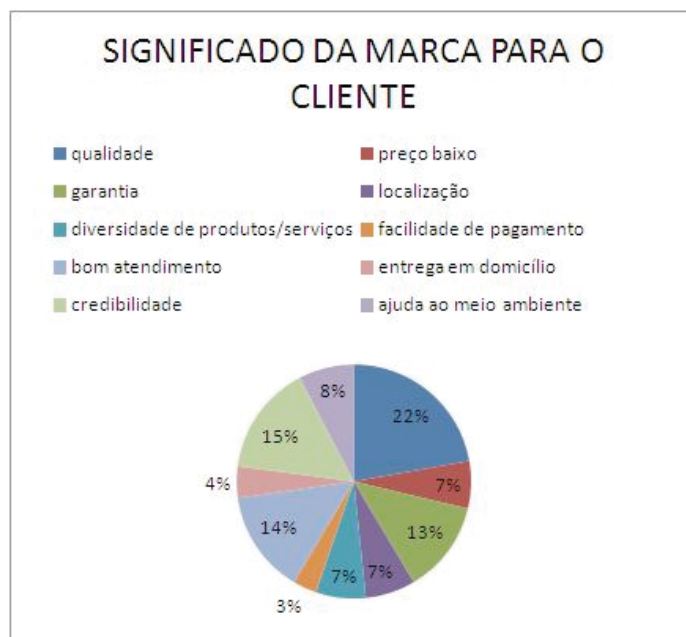
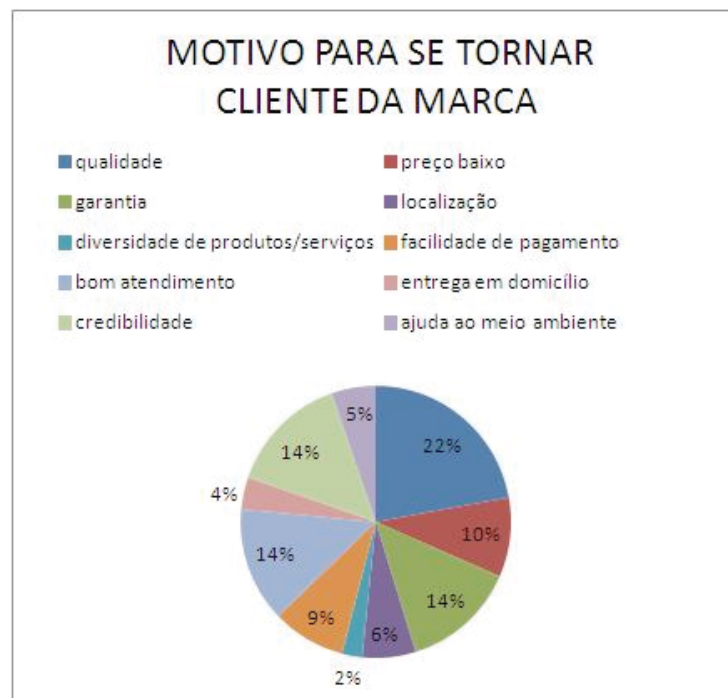


Figura 1 – Opinião dos clientes externos relativo ao que a marca representa para eles.

Conforme apresentado na figura 1, na percepção do consumidor a marca em si agrega valor ao produto e no caso da empresa em estudo se caracteriza principalmente pela qualidade, credibilidade e bom atendimento. Em consonância com este resultado tem-se que dentro do contexto cultural, social e psicológico, a marca representa para o consumidor “um conjunto de muitas formas, fatores, funções e contextos que lhe dão significado no mercado” (Schultz e Barnes, 2001)

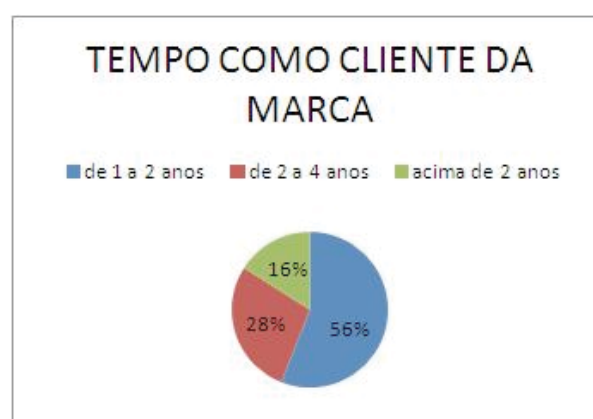
Em mercados competitivos e com um papel ampliado, as marcas tornaram-se influenciadoras da qualidade percebida, *status*, preço justo e fidelidade (KELLER, 2002). Dessa maneira, é comum o consumidor associa a marca à qualidade do produto/serviço, esta idéia é demonstrada através do gráfico abaixo (ver figura 2) relacionando os motivos que fizeram os entrevistados a se tornarem clientes da marca:



**Figura 2 – Opinião dos clientes relativo ao os levou a serem clientes.**

Na figura 2 o aspecto avaliado mais representativo na opinião dos clientes externos para terem se tornado clientes é a qualidade com 22% dos resultados obtidos. É importante citar AAKER (2001) que afirma que a qualidade percebida influencia diretamente as decisões de compra e a lealdade à marca, especialmente quando um comprador não está motivado ou capacitado a fazer uma análise detalhada

Segundo ALMEIDA (2006), criar uma personalidade de uma marca é criar um significado ou um valor para um produto de modo que estimule a sensação de desejo no consumidor e gere uma percepção positiva para a sua imagem. Já para Telles & Telles (2008), a “força da marca”, nesse contexto, opera como instrumento de defesa e ataque em relação à concorrência, como base de sustentação na manutenção e crescimento da participação e como plataforma de percepção de valor pelo consumidor final. Com isso, pode-se inferir que uma marca consolida a decisão de compra do consumidor. A preferência de aquisição dos clientes dos produtos e serviços da marca estudada pode ser visto através do gráfico abaixo (ver figura 3) que informa o tempo de clientela dos entrevistados:



**Figura 3 – Tempo em que os entrevistados se tornaram cliente da empresa.**

Ao demonstrar o tempo em que os entrevistados são clientes da empresa, pode-se perceber que já houve uma fidelização por parte destes e que apesar do tempo eles continuam a identificar a marca como sinônimo de qualidade, de garantia e de bom atendimento, como demonstrado nas figuras anteriormente apresentadas (ver figuras 1 e 2).

Quando questionados aos entrevistados qual seria o diferencial da marca investigada, foi obtido o seguinte resultado (ver figura 04):

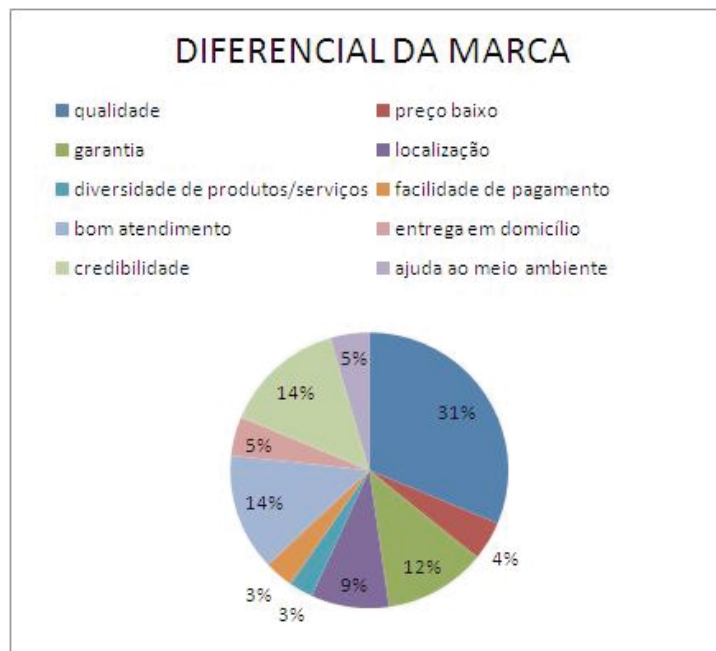


Figura 04 – Percepção sobre o diferencial da marca na opinião de seus clientes.

Para BOAS (2009) o significado da marca refere-se às percepções determinantes do cliente em relação à marca. [...] A marca apresentada e as comunicações boca a boca constituem a única evidência que o novo cliente tem sobre o que a empresa representa.

Segundo ZEITHAML (1988), o valor percebido é a avaliação total do consumidor sobre a utilidade de um produto, baseada em percepções do que é recebido (benefícios) e do que é dado (sacrifício)

Dessa maneira, a marca aqui estudada representa para a clientela que a escolhe: qualidade de seus produtos e serviços, credibilidade, a garantia, e bom atendimento, destacando-se frente as demais do mercado de mesmo ramo de atividade. Isso leva a empresa a obter o reconhecimento no marketing de marcas regionais e ter mercado internacional. Os fatores chaves que garantem o destaque do marketing regional desta marca foi revelado por todos graficos acima quando ressaltam em primeiro lugar a qualidade, a credibilidade, o bom atendimento, a e ganrantia, oferecida pela marca.

## 5. CONCLUSÃO

Este estudo se destaca por tratar de uma marca líder no mercado paraibano, elencando os fatores principais que a levam a esse resultado. Ao longo do estudo foi possível perceber que as marcas no contexto econômico atual deixam de atuar apenas como um símbolo e passam a servir como um fator diferenciador, agregando valor a produtos e a serviços.

Dessa maneira, pode-se concluir que quando o marketing posiciona adequadamente a marca de uma empresa no mercado, associando-a a fatores como qualidade, confiabilidade, segurança, entre



outros aspectos ele consegue garantir a liderança de mercado no ramo e gera também fidelização. Isto sugere que pesquisas posteriores verifiquem a relação existente entre posicionamento de marca e estratégias de fidelização.

## REFERÊNCIAS

AAKER, D. A. **Building strong brands**. New York: The Free Press, 1996.

\_\_\_\_\_, David. *Brand Equity: gerenciando o valor da marca*. Trad.: André Andrade. São Paulo: Negócio, 1998.

\_\_\_\_\_, David & Joachimsthaler, E. (2000), *Brand leadership*. Free Press, USA.

\_\_\_\_\_, David. *Criando e administrando marcas de sucesso*. Trad.: Eduardo Lasserre São Paulo: Futura, 2001.

ACCIOLY, Anna. **Marcas de valor no mercado brasileiro= Valuable trademarks in Brazil**. 4.ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2007. 143 p.

ALMEIDA, Felipe Saback. **A Influência da marca nos processos de decisão de compra do consumidor: Uma revisão teórica**. IV Semana Acadêmica da FSBA, 2006.

BERRY, Leonard L. *Descobrimo a essência do serviço*. Trad.: Bazán Tecnologia e Linguística. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001

BOAS, Luiz Henrique De Barros Vilas et al. **Marcas regionais de café em Uberlândia: a percepção de valor dos consumidores e a relação com o "ser regional"**. In: SOBER, 47., 2009, Porto Alegre. Anais... . Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2009. p. 1 - 20.

CASTRO, Luiz Alberto Marcondes Homen de Mello e., GOUVÊA, Maria Aparecida. **Avaliação da influência das marcas sociais, próprias e genéricas na decisão de compra**. Trabalho de Conclusão de Curso de Administração da Universidade de São Paulo. 2008

FERREIRA, Valdicléia Menezes. **A influência da comunicação de marketing no comportamento do consumidor de Gurupi**. Projeto de estágio supervisionado II. Centro Universitário UNIRG Gurupi, 2007.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

KELLER, Kevin L. **Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity**. In *Journal of Marketing*; v. 57; January 1993.

\_\_\_\_\_, Kevin L. **Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity**. In *Journal of Marketing*; v. 57; January 2002

KOTLER, Philip; **Administração de marketing: A edição do novo milênio**. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

PALUMBO, F; HERBIG, P. The multicultural context of brand loyalty. *European Journal of Innovation Management*, Volume 3, Nº3, 2000, p. 116-124

PEREIRA, Leonardo Lisboa; VIAPIANA, Sandro Luis. **A influência do posicionamento de marca no processo decisório de compra do consumidor adolescente no município de Cascavel**. VII SEMEAD 2004

PEREZ, C. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Pioneira Thomson 2004.

RUÃO, Maria Tereza; FARHANGMER, Mino. **A imagem de marca: análise das funções de representação e apelo no marketing das marcas. Um estudo de caso**. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal, 2003.

SCHULTZ, D.; BARNES, B. E. **Campanhas estratégicas de comunicação de marcas**. São Paulo : Qualitymark, 2001.

TELLES, Renato.; TELLES, Ana Carolina Veronico Coquemala. **Gestão de Marca: uma análise comparada de três organizações operando no setor esportivo brasileiro**. SEGeT, 2008.

ZEITHAML, Valerie. Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, New York, Jul 1988. v 52,n 3, p.2-22.

---

## A SATISFAÇÃO DO CLIENTE-USUÁRIO COM OS CALL CENTERS DE OPERADORAS DE TELEFONIA CELULAR: uma investigação em Belém-PA

Glenda Maria Braga Abud<sup>1</sup>; Sandra Maria do Nascimento Andrade<sup>2</sup>; Carlos André Corrêa de Mattos<sup>3</sup>; Analaura Corradi<sup>4</sup>; Antonio Cordeiro de Santana<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Empresa de Assis.Técnica e Extensão Rural do Estado do Pará. Rod.BR-316, Km 12. Marituba-Pa CEP 67.105-970

<sup>2 e 4</sup> Universidade da Amazônia. Rod. BR-316, Km 3. Ananindeua-Pa CEP 67.113-901.

<sup>3 e 5</sup> Universidade Federal Rural da Amazônia. Av. Presidente Tancredo Neves, 2501. Belém-Pa CEP 66.077-901.

[glenda.abud@gmail.com](mailto:glenda.abud@gmail.com)<sup>1</sup>; [sandraandradeadm@yahoo.com.br](mailto:sandraandradeadm@yahoo.com.br)<sup>2</sup>; [corradi7@terra.com.br](mailto:corradi7@terra.com.br)<sup>3</sup>;

[carlos.mattos@ufra.edu.br](mailto:carlos.mattos@ufra.edu.br)<sup>4</sup>; [acsantana@superig.com.br](mailto:acsantana@superig.com.br)<sup>5</sup>

### RESUMO

O objetivo deste estudo foi classificar os clientes-usuários dos *call centers* de operadores de telefonia celular que atuam na cidade de Belém do Pará, quanto a características do atendimento capazes de influenciar na satisfação dos usuários. Participaram da entrevista 100 usuários em amostragem não probabilística por acessibilidade. Os dados foram tratados com estatística descritiva, inferencial e multivariada (análise de clusters). Foram identificados três agrupamentos de usuários denominados como Tecnológicos (39%), Exigentes (54%), e Indiferentes (7%). O resultado revelou que os clientes-usuários apresentam alta expectativa quanto ao atendimento. Contudo, em avaliação geral o atendimento recebido foi classificado como regular e bom, não havendo diferença significativa entre as operadoras investigadas. Dispostos a trocar de operadora se forem mal atendidos pelo *call center*. O principal motivo da última troca de operadora foram ações promocionais da concorrência.

**Palavras-chave:** *call center*, marketing de relacionamento, telefonia celular, Belém do Pará.

## 1. INTRODUÇÃO

Os *call centers* tem se revelado um desafio para organizações modernas, por um lado assumem posições estratégicas importantes, pois são capazes de fornecer *insights* e alimentar os sistemas de informações gerenciais, por outro mostraram-se constantemente como motivos de críticas e reclamações por parte dos usuários. Assim, os *call centers* assumiram posição central em muitos estudos organizacionais (ANTON; MONGER; PERKINS, 1997; CLEVELAND; MAYBEN, 1997; ANTON, 2000; FEINBERG et al., 2000, 2002; COSTA, 2005; MENEZES, 2006; BARBOSA; MINCIOTTI, 2007; BARBOSA; SOUZA; OLIVEIRA, 2008; OLIVEIRA; JOIA, 2010). Basicamente, os aspectos estudados estendem-se desde questões gerenciais até aspectos técnicos de processos e de atendimento aos consumidores.

A satisfação dos consumidores é, provavelmente, o mais tradicional indicador que as escolhas organizacionais foram acertadas. Medir essa satisfação possibilita avaliar se as estratégias de marketing estão gerando os efeitos esperados, além de promover os ajustes nos produtos e serviços necessários para torná-los mais atraentes aos consumidores. Nesse processo, as organizações promovem um conjunto de serviços adicionais e complementares, entre eles estão os *call centers* que serão objetos deste estudo.

Existem diversos motivos que levam os consumidores aos *call centers*, entre os principais estão reunir informações, solicitar serviços ou simplesmente atender ao telemarketing. Naturalmente, os usuários esperam ser bem atendidos e quando isso não ocorre, surgem reclamações e críticas. Com base nessas premissas, o objetivo deste estudo exploratório foi classificar os clientes-usuários dos *call centers* de operadores de telefonia celular que atuam na cidade de Belém do Pará, quanto a características do atendimento capazes de influenciar na satisfação dos usuários. Foram considerados no estudo questões como: facilidade e simplicidade de acesso, tempo de espera para ser atendido, cumprimento dos prazos informados, gentileza e educação dos atendentes, e clareza e objetividade das informações prestadas.

O artigo foi estruturado em seis seções incluindo esta. A **Introdução** apresentou uma visão geral do estudo e destacou os objetivos propostos. A segunda discorrerá sobre os *call centers* no contexto de sua estrutura, organização, importância e tecnologia. A terceira seção aborda o **Marketing de Relacionamento e o Atendimento nos Call Centers**. Na quarta seção, **Materiais e Métodos**, estão detalhadas as seleções da amostra, coleta e tratamento dos dados, além da classificação da pesquisa. A quinta seção, **Resultados e Discussão**, apresentará os resultados do trabalho de campo. E a sexta e última seção apresenta as **Considerações Finais** do estudo.

## 2. A ESTRUTURA, ORGANIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DOS CALL CENTERS

Basicamente o *call center* corresponde ao local na empresa onde as ligações telefônicas são recebidas e as informações processadas (Figura 1), dentre os serviços prestados aos clientes estão informações, vendas, marketing, serviços diversos, suporte técnico, entre outras. Caracterizadas pela capacidade de processar grande número de chamadas. No Brasil os *call centers* também têm sido utilizados como centrais de tele vendas. (PEPPER; ROGERS, 2004).

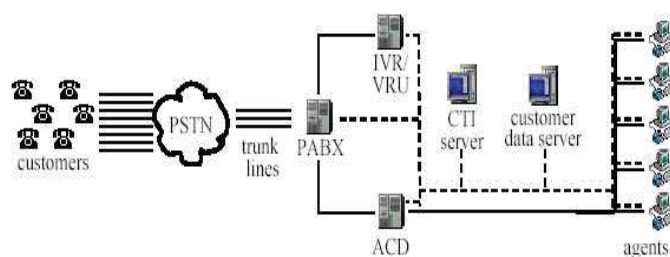


Figura 1 – Diagrama de sistemas de *call center*.

Fonte: Mandelbaum, Koole e Gans (2003, p.6).

Atualmente, qualquer organização que tem que lidar com grande número de clientes reconhece a importância da existência do *call center* como elemento capaz de contribuir para a sustentabilidade dos negócios. O desenvolvimento do setor possibilitou, além de serviços próprios, a criação de novos modelos de negócios, seja através de equipamentos e capacitação ou atuando com serviços terceirizados (RISSATO, 2004; GIÃO; OLIVEIRA JUNIOR; GUEVARA, 2007).

O ambiente físico do *call center* pode ser visualizado como um salão no qual estão dispostas grande quantidade de baias destinadas aos atendentes que, operando computadores, prestam atendimento aos clientes que se encontram em lugares diversos. Os *call centers* apresentam grande variação quanto à localização e horário de funcionamento, algumas centrais operam em horário comercial, outras 24 horas. Algumas se localizam concentradas, outras apresentam grandes dispersões geográficas, espalhando-se inclusive por vários locais do mundo (OLIVEIRA; JOIA, 2010).

A operacionalização do *call center* varia muito, tanto em tamanho quanto em complexidade. Quando às exigências de conhecimento técnico são poucas, as ligações são distribuídas aleatoriamente ao primeiro atendente disponível. Contudo quanto à necessidade de conhecimento, torna-se mais complexa. Os *call centers* assumem estruturas maiores, na forma de multicamadas com serviços setorizados atuando em áreas específicas. Nesses casos, as primeiras atendentes detectam as demandas e encaminham as ligações para os setores específicos, fazendo, em muitas situações, que os clientes sejam reencaminhados várias vezes (OLIVEIRA; JOIA, 2010).

Essencialmente a atuação do *call center* ocorre de duas formas: **atendendo** chamadas (*inbound*), como nos serviços de emergência por exemplo, ou **originando** chamadas (*outbound*), no caso serviços de *telemarketing*. Na facilitação de acesso aos serviços e redução do número de atendentes foram desenvolvidas tecnologias de atendimento digital denominadas de URA (Unidade de Resposta Audível) que utilizando questionamentos por meio de serviço de voz digitalizada, possibilita guiar os clientes para o atendimento ou autoatendimento como ocorre no setor bancário e de telefonia (OLIVEIRA; JOIA, 2010).

Salzstein e Alloza (2003) destacam que a expressão *call center* é uma evolução das centrais de teleatendimento com origem na integração entre a informática e a telefonia utilizada nas centrais de *telemarketing*. Os autores ampliam a nomenclatura para representar a moderna concepção dos *call centers*, os chamados *contact center*, caracterizando uma central totalmente especializada em atender às necessidades do cliente através de sistemas que facilitem todas as formas de relacionamento entre a empresa e o consumidor, incluindo Internet, Chat, Web, Fax, Voz sob ip (VoIP), entre outros.

Existem cinco características necessárias à prestação de serviços de qualidade em *call centers*. A primeira é a **qualidade das informações** prestadas, os clientes devem ter segurança de que as informações são objetivas, corretas e fidedignas. A segunda é **unidade de informação**, todos os envolvidos no atendimento devem conhecer as informações e campanhas, e devem abordá-las com abrangência e profundidade. A **tecnologia** é a terceira característica capaz de contribuir tanto para sistematização das informações, quanto para melhorar o atendimento em si. A quarta característica é a **acessibilidade**, ou seja, a capacidade em atender os clientes de forma rápida e simples. Finalmente, a quinta característica é o **desenvolvimento de pessoas**, atendentes devem ter habilidade para lidar com o público além de estar capacitados na utilização da tecnologia (RISSATO, 2004).

Os *call centers* representam uma importante fonte de dados para o DBM (*database marketing*), uma vez que, ao serem integrados aos sistemas através dos *Costumers Data Servers* passam a municiar os servidores com dados importantes sobre formas de utilização dos produtos, preferências dos consumidores, reclamações, informações sobre vendas, etc. Essa quantidade de informações contribui para melhorias de produtos, identificação de potencialidades, acompanhamento de mudanças no comportamento dos consumidores. Progressivamente os benefícios da integração se tornaram tão evidentes que os *call centers* passaram a integrar os sistemas de informações organizacionais.

### 3. MARKETING DE RELACIONAMENTO E ATENDIMENTO NO CALL CENTER

A competição e a facilidade com que os produtos se transformam em *commodities* colocaram o marketing no centro das estratégias de organizações modernas. Notoriamente, os clientes avaliam as ofertas lhes proporcionam maior valor, formando a partir dessa compreensão, uma expectativa que será avaliada pela experiência de consumo. A avaliação considera um conjunto de características de forma subjetiva e individualizada e são essenciais para a formação de demanda.

Na perspectiva de Gordon (2001), os clientes desejam uma atuação ampla das organizações, que exige primeiramente o desenvolvimento de um sistema de apoio interno para criar as bases para a promoção de um relacionamento estável e duradouro. Define-se, portanto, a compreensão de marketing de relacionamento a partir de uma filosofia empresarial estabelecida com base na aceitação da orientação para o cliente, envolvendo todos os departamentos da empresa, compreendendo o lucro como o reflexo desse processo.

Os princípios que fundamentam o marketing de relacionamento são interatividade, conectividade e criatividade, de forma a incorporar o cliente na estratégia da organização, desde o planejamento dos produtos até os serviços adicionais e o pós-venda de maneira dinâmica e contínua. Nota-se que a maior preocupação é buscar a satisfação dos clientes e, conseqüentemente, a maior fidelização, mesmo que isso não garanta vantagens competitivas para as empresas (McKENNA, 2009).

Gordon (2001, p. 31) reforça a ideia ao afirmar que “o marketing de relacionamento é o processo contínuo de identificação e criação de novos valores com clientes individuais”. O número de clientes perdidos e de transações não efetuadas pelo abandono da relação com os clientes representa perda de lucratividade que, em um mercado muito competitivo, significa somas vultosas para reestabelecer essa ligação ou prospectar novos clientes. Las Casas (2001) destaca que o marketing de relacionamento trata sobre como maximizar o valor do cliente para a empresa conduzir a criação, construção e prolongamento dos relacionamentos a fim de vender mais e manter clientes no longo prazo.

A razão mais frequente, que leva o cliente a abandonar uma empresa é a insatisfação que ocorre principalmente com o produto, a entrega, a instalação, os serviços e os preços. Inclui-se na lista reclamações ignoradas, minimizadas ou mal solucionadas, descontentamento com mudanças nas políticas de vendas e atendimento por parte de vendedores e atendentes. Decorrentes principalmente da demora, mau tratamento, falta de cortesia, desconhecimento de novos funcionários ou aceitação de ofertas dos concorrentes (VAVRA, 1996).

Mckenna (2009) destaca que o Marketing de Relacionamento é uma estratégia central para facilitar os negócios. Reforça ainda que deve envolver todas as partes da organização na busca por uma infraestrutura capaz de possibilitar a construção e manutenção de relacionamentos. O processo se fundamenta essencialmente em informações, pois é extremamente difícil construir relacionamento sem conhecer os clientes. Assim é necessário elaborar um banco de dados com informações detalhadas sobre os clientes e mantê-las em constante processo de atualização, de forma a conhecer dados sócio-demográficos e psicográficos dos clientes. Nesse aspecto os *call centers* desempenham papel central no marketing de relacionamento moderno (VAVRA, 1996; LAS CASAS, 2001).

A utilização destas informações deve ser criativa, com ofertas e serviços individuais, utilizando ferramentas que possam alcançar os clientes como *Customer Relationship Management* (CRM), Database Marketing, Marketing Direto, Programa de Fidelidade, dentre outras, integrado-as sob um grande “guarda-chuva”, a fim de garantir alinhamento estratégico e coerência de ação (GORDON, 2001).

CRM é uma estratégia de negócio voltada ao entendimento e à antecipação das necessidades dos clientes atuais e potenciais de uma empresa. Do ponto de vista tecnológico, consolida todos os dados captados interna e externamente em um banco de dados central, analisa os dados consolidados, distribui os resultados dessa análise aos vários pontos de contato com o cliente e usa essa informação ao interagir com o cliente através de qualquer ponto de contato com a empresa (PEPERS; ROGERS, 2004, p.68).

Bretzke (2000) reforça que os programas de CRM são utilizados no gerenciamento das necessidades de clientes de forma instantânea. Outra aplicação, destacada por Peppers e Rogers (2004), trata-se da necessidade de informação para a segmentação de mercado e a atuação dos *call centers* como fornecedores de informações. As funções essenciais do CRM são a captura, processamento, análise e distribuição de dados, com preocupação centrada no cliente, assim o CRM funciona como um gerenciador de informações sobre os clientes com foco em suas expectativas, motivações de compra, formas de consumo, entre outras.

O CRM possibilita que áreas como *telemarketing*, *call center* e *internet* componham valiosos canais de comunicação atuando de forma integrada de forma a possibilitar a aproximação entre a empresa do cliente. Os *call centers* assumiram destaque nesse contexto por suas características de agilidade e velocidade. Os *call centers* através do *telemarketing* conseguem reunir de forma veloz, em uma só ferramenta, a transmissão da mensagem e o fechamento da venda. Por esses motivos o *telemarketing* tornou-se tão comum (BRETZKE, 2000; PEPPERS; ROGERS, 2004).

Black (1998, apud, OLIVEIRA, 2008) destaca que a eficiência do *call center* é essencial para a imagem da organização. O estabelecimento de conceitos de serviços orientados para os clientes deve nortear o processo de gerenciamento de recursos e de atividades capazes de contribuir para a qualidade. Esse é o primeiro passo na tarefa de promover serviços de qualidade. A qualidade do atendimento aos clientes consiste no reflexo da cultura da organização, materializando-se na forma de integração, nas relações de trabalho, na capacidade gerencial e na motivação e consciência da necessidade de desenvolver atividades em equipe (FERREIRA; SGANERLLA, 2000).

A medida que os consumidores passaram a ter mais poder aquisitivo nos anos 90, seu critério de medida passou a depender mais do atendimento do que do produto e do preço. Com a disponibilidade cada vez maior da tecnologia moderna, as empresas consideraram relativamente fácil competir em termos de produto. O que elas vão achar difícil é competir em termos de atendimento, pois isso não depende só de tecnologia moderna, mas também da atitude das pessoas e, conseqüentemente, da capacidade dos gerentes (FERREIRA; SGANZERLLA, 2000, p. 28).

A compreensão do processo de satisfação do consumidor reforça a necessidade de estudos fundamentados na identificação dos fatores considerados pelos consumidores como importantes no atendimento. Compreender essas influências possibilita ajustar os serviços de *call center* às expectativas dos consumidores e, com isso, melhorar tanto a *performance* dos *call centers*, quanto a satisfação dos consumidores.

#### 4. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa se classifica como uma investigação exploratória e descritiva, baseada na avaliação dos usuários de *call centers* de telefonia celular. Vergara (2009) ao definir essa classificação esclarece que tipo de estudo possibilita a compreensão inicial de um fenômeno e a exposição de suas características sem a pretensão de explicá-lo. O universo da pesquisa foi composto por usuários de *call centers* que acessam a esses serviços em operadoras de telefonia móvel.

Marconi e Lakatos (2009, p. 41) definem universo como “um conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. Nesse caso o elo que une a população é utilizar serviços de telefonia celular e residir em Belém-Pa. Os instrumentos de coleta de dados foram aplicados pelos entrevistadores aos usuários que se propuseram livremente a participar da pesquisa, caracterizando uma amostra não probabilística por acessibilidade. Na operacionalização da pesquisa de campo os entrevistadores percorreram pontos de grande concentração de consumidores na cidade de Belém, perfazendo uma amostra com 100 questionários válidos.

O questionário foi estruturado em 3 seções com perguntas fechadas e intervalares. A primeira parte do questionário descreveu o perfil do entrevistado quanto a características como sexo, idade, operadora de celular, tempo que é cliente da operadora, entre outras. A segunda parte envolveu

questões gerais de avaliação como qualidade do atendimento e satisfação com o *call center*, experiência com outras operadoras, motivos que levaram a troca de operadora, etc. A terceira seção desenvolvida a partir de Vavra (1996) e Rissato (2004) teve por finalidade identificar os pontos principais no atendimento do *call center*. Nessa seção os questionários foram elaborados em escala de Lickert, para possibilitar a verificação do grau de influência das variáveis.

As afirmativas (Quadro 1) foram avaliadas com 5 opções de resposta na escala itemizada, variando conforme o grau de importância atribuída pelo usuário à variável, sendo classificada como sem importância (1), pouco importante (2), indiferente (3), importante (4), e muito importante (5).

**Quadro 1 – Variáveis específicas de avaliação do *call center***

Variável	Característica avaliada
V1 Facilidade e simplicidade de acesso	Acessibilidade ao <i>call center</i> incluindo ligação telefônica e URA
V2 Tempo de espera para ser atendido	Tempo de espera para o atendimento, considerado um fator crítico para a satisfação dos usuários de <i>call centers</i>
V3 Cumprimento dos prazos solicitados	Segurança nas informações e compromisso com o cliente
V4 Gentileza e educação das atendentes	Desenvolvimento de pessoas, atenção cortesia dos atendentes
V5 Clareza e objetividade das informações	Qualidade das informações fornecidas pelo pessoal do atendimento

Fonte: elaborado pelos autores

O tratamento dos dados foi predominantemente quantitativo, utilizando técnicas de estatística descritiva e multivariada. A estatística descritiva foi utilizada na identificação do perfil do entrevistado e posteriormente na interpretação dos agrupamentos. Quanto ao tratamento multivariado foi empregada a análise de *clusters (cluster analysis)*, pois a utilização dessa técnica permite agrupar as observações de forma a criar segmentos com base na maior similaridade.

Na formação dos segmentos, a técnica possibilitou compreender como os clientes-usuários avaliavam as variáveis de forma conjunta. A identificação do comportamento, expectativas e o tamanho dos diversos grupos de consumidores têm como benefício possibilitar o desenvolvimento de estratégias diferenciadas, destinadas especificamente para cada segmento de mercado escolhido. Com isso, as empresas aumentam a eficiência de suas ações, reduzem desperdícios e maximizam a satisfação dos consumidores. Os reflexos materializam-se em maiores participações de mercado e melhores índices de lucratividade decorrentes, principalmente, da preferência dos consumidores.

A análise de *clusters* é uma técnica de estatística multivariada que se baseia na interdependência entre as variáveis e possibilita criar aglomerados ou segmentos, também denominados de *clusters*, que sejam compostos por indivíduos que tenham a maior semelhança possível entre si (intra-grupos) e as maiores diferenças entre os grupos (inter-grupos). Hair *et al.* (2009) e Fávero *et al.* (2009) reforçam essa afirmação ao definirem as característica dos grupos com base na homogeneidade interna e heterogeneidade externa, entre os grupos.

A análise de *clusters* é uma técnica baseada em algoritmos e calculada a partir da distância geométrica entre as observações. Depende em grande parte do conhecimento prévio do pesquisador, pois não se fundamenta em testes estatísticos rigorosos como ocorre em outras técnicas multivariadas. Sendo assim, a análise de *clusters* pode ser definida como uma técnica descritiva, ateorética e não inferencial. A análise de *clusters* classifica-se em hierárquica ou não-hierárquica. As técnicas hierárquicas subdividem-se em aglomerativas ou divisivas, ambas estão baseadas na matriz de distâncias (semelhanças ou dessemelhanças) e fundamenta-se no agrupamento de elementos mais semelhantes entre si (HAIR *et al.*, 2009).



No tratamento dos dados, os valores das observações foram previamente padronizados com *z-score* para evitar que valores discrepantes (*outliers*) interferissem nos resultados dos agrupamentos. O algoritmo utilizado para formar os agrupamentos foi o método de Ward combinado com a distância euclidiana ao quadrado (Equação 1). Nessa forma de agrupamento, os *clusters* são criados com base na maior similaridade, esse procedimento reduz a variância interna e tende a criar agrupamentos de tamanhos aproximados (HAIR et al., 2009; MINGOTE, 2005):

$$d_{ij}^2 = \sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2 \quad [\text{Eq.1}]$$

Em que:  $d_{ij}^2$  é a *j*-ésima característica do *i*-ésimo indivíduo;  $x_{ik}$  é a *j*-ésima característica do *i*-ésimo indivíduo; e,  $x_{ik}'$  é a *j*-ésima característica do *i'*-ésimo indivíduo.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil da amostra foi predominantemente do sexo feminino (60%). Na maioria dos casos os clientes utilizavam os serviços das operadoras por mais de 1 e menos de 3 anos (48%), os serviços mais utilizados foram identificado de chamadas (27%), mensagens de texto (25%), chamada em espera (15%), caixa postal (12%) e outros (21%). Na avaliação geral os *call centers* foram considerados regulares (39%) e bons (45%), sendo que a maioria dos clientes (67%) trocava de prestadora de serviço se fosse mal atendido pelo *call center*.

O principal motivo de troca de operadora de telefonia móvel ocorreu em função de promoções da concorrência (26%). Pelos resultados encontrados, indagou-se se havia diferença nas respostas entre as cinco operadoras de telefonia celular, ou seja, algumas das operadoras pesquisadas apresentam atendimento no *call center* melhor que as demais. Essa hipótese foi testada com teste não paramétrico Kruskal-Wallis que não apresentou diferenças significativas entre as operadoras (g.l.=4;  $\chi^2=0,806$ ;  $p=0,938$ ).

A análise de *clusters* possibilitou identificar três segmentos com comportamentos distintos. A denominação dos *clusters* adotou como critério a avaliação dos entrevistados considerando as variáveis em estudo e sua contribuição para a satisfação do consumidor. Os agrupamentos, depois de identificados, foram confirmados pelo teste Kruskal-Wallis (Tabela 1) que apresentou significância estatística para todas as variáveis em estudo ( $p<0,01$ ). Esse resultado possibilita considerar, com 99% de probabilidade de acerto, que os *clusters* encontrados foram classificados de forma correta.

**Tabela 1 – Teste não paramétrico Kruskal-Wallis dos *clusters* (g.l.=2).**

Variáveis		$\chi^2$	Sig.
V1	Facilidade e simplicidade de acesso	67,497	0,000
V2	Tempo de espera para ser atendido	43,688	0,000
V3	Cumprimento dos prazos solicitados	45,359	0,000
V4	Gentileza e educação das atendentes	33,869	0,000
V5	Clareza e objetividade das informações	48,628	0,000

**Fonte:** pesquisa de campo.

O primeiro *cluster* reuniu 39 (39%) dos entrevistados (observações), esse segmento de clientes avaliou de forma superior o atendimento, atribuindo menor importância à facilidade e simplicidade de acesso, portanto foram denominados como “**Tecnológicos**”, pois não demonstraram dificuldades em utilizar as tecnologias empregadas (atendimento digital, códigos, URA, etc). O segundo *cluster*, com 54 (54%) entrevistados, compreendeu o conjunto de respondentes que considerou todos os serviços do SAC como muito importantes para sua satisfação, sendo denominados como “**Exigentes**”. E o terceiro e último *cluster* contou com 7 (7%) componentes e foi identificado como os “**Indiferentes**”, uma vez que consideraram que os serviços recebidos do SAC exerciam pouca influência em sua satisfação (Tabela 2).

**Tabela 2 – Caracterização dos clusters**

Variáveis	Tecnológicos			Exigentes			Indiferentes		
	Média	Desvio Padrão	Moda	Média	Desvio Padrão	Moda	Média	Desvio Padrão	Moda
V1 Facilidade e simplicidade de acesso	3,38	0,88	3,00	4,98	0,14	5,00	2,85	1,68	3,00
V2 Tempo de espera para ser atendido	4,15	1,06	5,00	4,88	0,42	5,00	2,00	0,82	2,00
V3 Cumprimento dos prazos solicitados	4,20	1,00	5,00	4,94	0,23	5,00	2,28	0,76	3,00
V4 Gentileza e educação das atendentes	4,35	0,78	5,00	4,81	0,39	5,00	2,14	0,69	2,00
V5 Clareza e objetividade das informações	4,56	0,68	5,00	4,98	0,14	5,00	2,00	1,00	3,00
Quantidade de integrantes(%)	39,00			54,00			7,00		

**Fonte:** pesquisa de campo.

O *cluster* identificado como **“Tecnológicos”** apresentou médias intermediárias para as variáveis em análise, quando comparadas aos outros *clusters*. A exceção coube para a variável (V1) facilidade e simplicidade de acesso, que apresentou média de respostas de 3,38 (na escala entre 1 e 5), desvio padrão de 0,88 e moda 3, ou seja, inferior às demais variáveis do *cluster* (V2, V3, V4 e V5) que posicionaram-se na faixa de 4,15 a 4,56, com desvio padrão entre 0,68 a 1,06 e moda 5. Esse comportamento indica que questões como facilidade e simplicidade, normalmente relacionadas com aspectos tecnológicos, não representam dificuldade para esse segmento de usuários.

Com relação aos entrevistados que foram denominados como **“Exigentes”**, observa-se que todas as variáveis em estudo apresentaram forte influência na satisfação desse grupo de consumidores. Portanto, observam-se as maiores médias dentre as respostas. Ou seja, todas as variáveis (V1 a V5) obtiveram médias próximas a 5, oscilando na faixa entre 4,88 a menor e 4,98 a maior, com pequenos desvios-padrão, calculados entre 0,14 e 0,42, os menores encontrados na pesquisa, indicando a menor dispersão dos dados, em torno da média entre todos os entrevistados. Esses consumidores caracterizaram-se por avaliar como **“muito importante”** todas as variáveis em estudo, evidenciando-se como um grupo exigente e difícil de satisfazer.

Finalmente, a parcela dos entrevistados que formou o terceiro *cluster*, denominado como **“Indiferentes”** foi o *cluster* que não considerou o *call center* como um agente de satisfação para com os serviços de telefonia celular. Esse *cluster* apresentou as médias mais baixas da pesquisa, com valores próximos de 2 (V2, V3, V4 e V5), excetuando a variável (V1) facilidade e simplicidade de acesso, que obteve média de 2,85 e desvio padrão de 1,68, média pouco superior as demais do *cluster* e a maior dispersão de dados em torno da média de toda a amostra pesquisada. Esse resultado indica que para esse grupo de consumidores, a facilidade e simplicidade de acesso são características mais importantes do que as demais. As outras variáveis posicionaram-se entre 2,00 e 2,28, de média e 0,82 a 1,00 de desvio padrão com moda entre 2 e 3.

A utilização da técnica possibilitou detalhar e confirmar a importância atribuída pelos usuários aos serviços oferecidos pelas operadoras. A atuação do *call center* possibilita, além de um canal de comunicação direto com o consumidor, ações como fundamentar estratégias para novos produtos ou serviços, ajuste e adequação de produtos e serviços existentes, e a formação de um database que possibilite fundamentação de pesquisas e direcione ações de forma sistematizada. Resultados semelhantes foram obtidos em pesquisas aplicadas em diversos setores, como observado em Costa (2005), Menezes (2006), Barbosa e Minciotti (2007), Barbosa; Souza; Oliva (2008) e outros.

Os resultados do estudo também possibilitaram identificar características destacadas no desempenho das centrais de atendimento aos consumidores, direcionando planos de melhorias e

capacitação de recursos humanos, principalmente em aspectos como emprego da tecnologia da informação, maior compromisso com o cumprimento dos prazos, e o atendimento diferenciado através da clareza das informações e gentileza dos atendentes.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do estudo apresentaram-se em conformidade com a literatura e confirmaram que o *call center* é um elemento importante para a satisfação da maioria dos consumidores. Confirmaram também a necessidade de oferecer educação, rapidez, praticidade e simplicidade tecnológica no atendimento, além da efetividade no cumprimento dos prazos, promessas e acordos firmados. Observou-se que como os consumidores são exigentes e apresentam grandes expectativas quanto ao desempenho dos *call centers*.

A principal diferença entre os segmentos foi com relação à simplicidade e à facilidade de acesso. Uma parcela dos usuários evita ou não faz contato com os *call centers* e corresponde aos que utilizam menos serviços das operadoras e, provavelmente, usam os seus aparelhos apenas para receberem ligações ou fazerem chamadas de voz. Os clientes de maneira geral mostraram-se acessíveis a mudanças de operadores em casos de mau atendimento. Contudo apontaram como principal causa de mudança, as promoções da concorrência, o que confirma a rivalidade entre as operadoras de telefonia móvel.

## REFERÊNCIAS

- ANTON, J. The past, present and future of customer access centers. **International Journal of Service Industry Management**, v. 11, n.2, 2000. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=851686&show=html> . Acesso em: 10 de março de 2011.
- ANTON, J; MONGER, J.; PERKINS, D. S. **Call Center Management by Numbers**. Perdue University Press/Call Center Press, 1997.
- BARBOSA, T. A. C.; SOUZA, J. V.; OLIVA, E. C. O Serviço de atendimento ao consumidor como agente de mudanças nas indústrias do pólo de cosméticos de Diadema. **Revista FAE**. Curitiba, v.11, n.1, p.33-42, jan./jun. 2008. Disponível em: [http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v11\\_n1/00\\_PRE\\_TEXTUAIS.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v11_n1/00_PRE_TEXTUAIS.pdf) . Acesso em: 14 de julho de 2011.
- BARBOSA, T.A.C.; MINCIOTTI, S.A. Serviço de atendimento ao cliente terceirizado ou próprio? uma análise da satisfação do cliente usuário. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**. São Paulo, v.9, n.25, p.81-95, set./dez. 2007. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/947/94792507.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2011.
- BRETZKE, M. **Marketing de Relacionamento e competição em tempo real com CRM (Customer Relationship Manager)**. São Paulo: Atlas, 2000.
- CLEVELAND, B.; MAYBEN, J. **Call Center Management on Fast Forward: succeeding in today's dynamic inbound environment**. Call Center Press: Annapolis, 1997.
- COSTA, B.R.L. **Serviço de atendimento ao consumidor (SAC) e a comunicação de marketing**. 2005.127f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul. Disponível em: [http://www.uscs.edu.br/posstricto/administracao/dissertacoes/2005/barbara\\_regina\\_lopes\\_costa/dissertacao.pdf](http://www.uscs.edu.br/posstricto/administracao/dissertacoes/2005/barbara_regina_lopes_costa/dissertacao.pdf) . Acesso em: 10 de junho de 2011.
- FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAM, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisão**. São Paulo: Campus, 2009.

FEINBERG, R. A.; KIM, I.; HOKAMA. L.; RUYTER K.; KEEN C. Operational determinants of caller satisfaction in the call center. **International Journal of Service Industry Management**, v. 11, n.2, 2000. Disponível em:

<http://www.cfs.purdue.edu/richardfeinberg/callcenterpapers/operational%20determinants%20of%20customer%20satisfaction%20in%20the%20call%20center.pdf>. Acesso em: 16 de junho de 2011.

FEINBERG, R.A.; HOKAMA. L.; RAJESH K.; KIM, I. Operational determinants of caller satisfaction in the banking/financial services call center. **International Journal of Bank Marketing**, v. 20, n.4, 2002. Disponível em: <http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/operational-determinants-of-caller-satisfaction-in-the-banking-DeY0t6UZ49> . Acesso em: 16 de junho de 2011.

FERREIRA, S.; SGANZERLLA, S.. **Conquistando o Consumidor: O Marketing de Relacionamento como Vantagem Competitiva das Empresas**. São Paulo: Editora Gente, 2000.

GIÃO, P. R.; OLIVEIRA JUNIOR, M. M.; GUEVARA, A. J. H. Estratégia e indicadores de desempenho: um estudo exploratório em call centers próprios e terceirizados no Brasil. **eGesta**, v.3, n.1, jan-mar. de 2007, p.70-93. Disponível em: [www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/artigos/96.pdf](http://www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/artigos/96.pdf). Acesso em: 25 jun. 2010.

GORDON, I. **Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre**. São Paulo: Futura, 2001.

HAIR, J.F, Jr; BLACK, W.C.; BABIN, J.; ANDRESON, R.E.; TATHAM, R.L. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

LAS CASAS, A.L. **Marketing de varejo**. São Paulo: Atlas, 2006.

MANDELBAUM, A.; KOOLE, G.; GANS, N. **Call centers**: tutorial, review, and research prospects, 2003. Disponível em: <http://iew3.technion.ac.il/serveng/References/CCReview.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2010.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

McKENNA, R. **Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

MENEZES, A. R. S. **Papel e atuação de um SAC operacional e terceirização: um estudo de caso no setor de combustíveis**. 2006. 248f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia e Finanças IBMEC. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ibmecrj.br/sub/RJ/pages.php?recid=10934> . Acesso em: 15 de junho de 2011.

MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada: uma abordagem aplicada**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

OLIVEIRA, A. F.; JOIA, L. A. Indicadores operacionais de call centers e satisfação dos clientes: uma investigação explano-exploratória. **Revista Eletrônica de Sistemas de Informação**, v.8, n.2, jul. 2009. Disponível em <http://revistas.facecla.com.br/index.php/reinfo/article/view/587>. Acesso em: 10 janeiro de 2010.

PEPPERS, D; ROGERS, M. **CRM Series marketing 1 to 1**. São Paulo: Makron Books, 2004.

RISSATO, M. **O Cliente Por um Fio: o que você precisa saber sobre marketing e call center**. São Paulo: Nobel, 2004.

SALZSTEIN, R. B. W; ALLOZA, R. B (orgs.) **Call center: conhecimentos essenciais para atuar bem em empresa**. São José dos Campos: Pulso, 2003.

VAVRA, T. G. **Marketing de relacionamento**. São Paulo: Atlas, 1996.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

## A SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES COM UM PLANO DE SAÚDE: UMA ABORDAGEM DEPARTAMENTALIZADA EM BELÉM-PA

G. M. B. ABUD<sup>1</sup>; K. D. GOMES<sup>2</sup>, M. S. PENA<sup>3</sup>, C. A. C. MATTOS<sup>4</sup> e A. C. SANTANA<sup>5</sup>

<sup>1</sup>EMATER – Pará, <sup>2,3</sup>Universidade da Amazônia e <sup>4,5</sup>Universidade Federal Rural da Amazônia

E-mail: carlosacmattos@hotmail.com<sup>4</sup>

### RESUMO

O objetivo do artigo foi avaliar a satisfação dos usuários com um plano de saúde que atua em Belém do Pará. O estudo foi fundamentado nas Teorias do Comportamento do Consumidor e na Gestão de Serviços. A pesquisa compreendeu quatro departamentos do plano de saúde: Recepção; Médicos; Laboratório; Posto de Urgência e Emergência e um item de avaliação complementar identificado como “Outros itens de avaliação”. O método utilizado foi exploratório e descritivo, com abordagem predominantemente qualitativa. A técnica de amostragem foi não probabilística por acessibilidade e os dados foram obtidos por meio de pesquisa de campo. Os resultados indicaram níveis básicos de satisfação. Evidenciando a necessidade de melhorar aspectos fundamentais dos serviços para maximizar a satisfação dos usuários, principalmente no que se refere à limpeza, higiene e conservação das instalações. Os departamentos que apresentaram melhor desempenho sob a ótica dos usuários foram em ordem decrescente: Médico; Recepção; Posto de Urgência e Emergência e Laboratório. Itens complementares como atendimento a idosos e portadores de necessidades especiais, rede conveniada, atendimento telefônico, entre outros, obtiveram avaliação de satisfação semelhante aos demais.

**Palavras-chave:** comportamento do consumidor, satisfação, plano de saúde, gestão de serviços.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, os planos de saúde privados no Brasil representam 23,4% dos atendimentos em assistência médica, predominam no setor as contratações coletivas, representadas principalmente por planos empresariais (57,9%) e aqueles contratados por associações e entidades de classes, ditos classistas (15,6%). O segmento de planos de saúde privados apresenta taxas de expansão rápidas no Brasil, em torno de 10% ao ano (ANS, 2011). Contudo, para garantir suas parcelas de mercado e evitar sanções por parte da Agência Nacional de Saúde (ANS) estes devem oferecer serviços com qualidade técnica, humanizados e respeitando o CDC (Código de Defesa do Consumidor).

Na avaliação de serviços de saúde, a participação dos pacientes (usuário) apresenta-se progressivamente mais frequente e importante. O processo de humanização da saúde, além dos aspectos da relação médico-paciente, prevê a avaliação dos usuários como forma de compor uma avaliação ampla do desempenho profissional de médicos, enfermeiros, hospitais, laboratórios, planos de saúde e demais integrantes do sistema. As contribuições dos pacientes-usuários possibilitam aprimorar os serviços, corrigir falhas e obter melhor desempenho no mercado. Desta forma, o objetivo deste estudo foi avaliar a satisfação dos usuários com relação aos serviços oferecidos por um plano que atua em Belém do Pará, respondendo ao questionamento: qual a satisfação dos usuários com o plano de saúde em estudo?

A pesquisa baseou-se na análise da percepção dos usuários e limitou-se a aspectos percebidos, não foram avaliadas questões financeiras, políticas ou do trabalho médico sob a dimensão técnica, foram consideradas apenas características observadas pelos usuários, uma vez que os entrevistados foram leigos. A omissão da identificação do plano fundamenta-se no compromisso de sigilo, admitido *a priori* por ocasião da permissão para coleta dos dados. Assim, a presente pesquisa restringe-se ao âmbito das ciências sociais aplicadas e tem finalidade aplicada. Para possibilitar a sistematização das informações, os dados foram coletados em pesquisa de campo, por meio de questionários de pesquisa, aplicados aos usuários que utilizam os serviços do plano de saúde.

## 2. PLANOS DE SAÚDE NO BRASIL: origem e evolução.

A origem legal dos planos de saúde está fundamentada no princípio constitucional que assegura que “a assistência à saúde seja livre à iniciativa privada” (ROSSI, 1980). Por outro lado, a Constituição Federal de 1988 determina que é dever do Estado fornecer saúde à população. Porém os grandes desafios e a complexidade de serviços de saúde originaram inúmeras falhas nos serviços públicos de saúde que contribuíram para a formação de um mercado promissor para os planos de saúde privados que surgiram inicialmente com a denominação de “planos de assistência à saúde suplementar”. Nesse contexto ocorreu o acesso da iniciativa privada aos serviços de saúde, constituindo-se como uma concessão do poder público (COHN; ELIAS, 2005).

Os primeiros planos de saúde surgiram na década de 1970, quando as empresas começaram a oferecer aos empregados um sistema de convênios que compreendia clínicas, hospitais e consultas médicas. Esses convênios garantiriam aos empregados, custos menores com saúde e em alguns casos custo zero. O modelo propiciava benefícios para todos os envolvidos, as empresas reduziam as abstenções e eventuais despesas com adiantamentos, além de atrair melhores profissionais. Os empregados por sua vez, teriam maior segurança no atendimento à saúde. Os hospitais e médicos trabalhariam com volumes maiores sem preocuparem-se com os pagamentos, que seriam garantidos pelas empresas, com isso poderiam praticar preços menores em decorrência das economias de escala. Ao longo do tempo, os convênios foram transformados em benefício, incluídos no contrato de trabalho e oferecidos como “salários indiretos” espalhando-se no mercado de maneira veloz.

A expansão desses serviços não ficou restrita às empresas e seus funcionários, os convênios passaram a ser comercializados para qualquer pessoa que tivesse o interesse em tratamentos médicos, atraindo assim profissionais liberais, funcionários públicos e pessoas físicas que podiam pagar, mas que não contavam com os planos empresariais ou que estivessem insatisfeitos com a saúde pública (BASTOS, 2002). Modernamente, o setor de saúde suplementar teve como marco legal a Lei 9.656/98, que regulamentou a atividade, combinada à Medida Provisória MP 2.177-44 e a Lei 9.961/00, que criou a ANS e regulamentou seu funcionamento (ANS, 2010).

Atualmente, existem várias formas de fornecer serviços de saúde. Essa diversidade depende do modo e dos objetivos das organizações, compreendendo dentre outras: planos privados de assistência à saúde, planos abertos de assistência à saúde e seguros privados de assistência à saúde. Para atender às necessidades dos consumidores, os modelos de planos de saúde foram ajustando-se aos interesses impostos pela sociedade brasileira, excluindo muitas vezes indivíduos com realidade social abaixo dos padrões que esses modelos estabelecem. Entretanto, destaca-se a necessidade de conscientização da missão da ANS, no que diz respeito à regulação, correção de injustiças e necessidade de promover modelos mais eficientes que não exclua o direito à saúde. (MIGUELES, 2007).

### **3. ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS: características e qualidade.**

Ao longo dos anos, vários autores têm se dedicado a compreender em profundidade as formas para melhor o gerenciamento de serviços (LEVITT, 1985; PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988; GRONROOS, 2009). A primeira etapa dessa compreensão consiste em diferenciá-los de produtos, e assim, expor suas peculiaridades e desafios. Provavelmente, a diferença mais perceptível entre produtos e serviços seja o grau de intangibilidade, serviços caracterizam-se pela predominância do intangível. Essa peculiaridade impossibilita que os serviços sejam vistos, cheirados, ouvidos ou provados pelos consumidores antes de comprados. Desta forma, os riscos percebidos na compra de serviços são comparativamente maiores do que com produtos. Esse empecilho dificulta as escolhas dos consumidores por ocasião do processo de decisão de compra e aumenta a importância relativa de elementos tangíveis, aqueles que fornecem o suporte à oferta dos serviços, como por exemplo, ambiente físico, equipamentos, aparência profissional dos prestadores, entre outros (LEVITT, 1985).

Associados à intangibilidade, as demais características dos serviços como inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade demandam a atenção dos administradores que atuam na área. A inseparabilidade, definida como a impossibilidade de separar os serviços de seus prestadores, expõe as diferenças de desempenho entre os profissionais e representam um desafio à padronização por parte das organizações. Outro aspecto destacado é a inseparabilidade que ocorre a partir da interação entre consumidores e prestadores e dependendo desse grau de interação ocorrerão influências positivas ou negativas que refletirão diretamente no resultado final (LEVITT, 1985; SEMENIK; BAMOSSY, 1995; KOTLER; ARMSTRONG, 2008).

A variabilidade, outra característica importante, estabelece como pressuposto básico que mesmo um prestador de serviço, que historicamente executa serviços com qualidade, pode apresentar variações decorrentes de influências diversas, tais como hora, local ou forma como o serviço é oferecido. Essa característica torna os padrões de serviços diferentes entre si, mesmo considerando-se o mesmo prestador. Para diminuir esta variabilidade procedimentos e condutas dos prestadores devem ser trabalhadas com o objetivo de buscar um mínimo de padronização dos processos de forma a reduzir a amplitude de variação entre os serviços prestados e os prestadores (LEVITT, 1985; SEMENIK; BAMOSSY, 1995; KOTLER; ARMSTRONG, 2008).

Outra característica destacada que impacta na administração de serviços é a perecibilidade. Segundo essa característica, serviços não prestados não podem ser estocados para serem vendidos posteriormente. Esse atributo, fundamentado na intangibilidade e no consumo imediato, dificulta o

processo de equilíbrio entre oferta e demanda, fragilizando a organização em períodos de sazonalidade de demanda excessiva ou inesperada. A estratégia para minimizar esses impactos são estabelecer planos de gerenciamento da capacidade de prestação de serviços, atuando ora em estímulos, ora em repressão da demanda e oferta, pela combinação de estratégias de gerenciamento, sem deixar de avaliar os impactos dessas estratégias na rentabilidade ou nos custos organizacionais (FITZSIMMONS; FITZSOMMONS, 2011).

A qualidade em serviços constitui-se essencialmente a partir de duas dimensões. A primeira é a dimensão técnica, que considera o serviço efetivamente recebido pelo consumidor. A segunda é a dimensão funcional, que avalia como o consumidor recebeu o serviço. Assim, para acompanhar a qualidade em serviços, a administração deve considerar as duas dimensões com igual importância, pois a partir dessa combinação que os consumidores comparam expectativas estabelecidas, *a priori*, e as percepções construídas após a experiência de consumo. De fato, a qualidade em serviços corresponde à relativização entre as percepções e expectativas que são construídas a partir de aspectos eminentemente pessoais. Por esse motivo, um serviço considerado de alta qualidade por um consumidor pode não ser avaliado da mesma forma por outro (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988; GRÖNROOS, 1990, apud MACHADO, 2008).

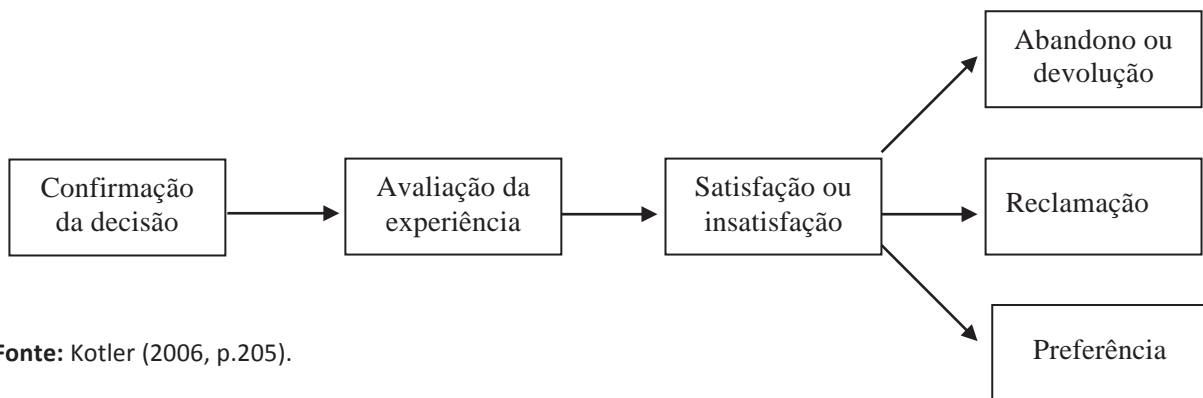
À medida que as expectativas excedem o real desempenho dos serviços, a qualidade percebida diminui, e vice-versa, de tal forma que o desempenho superior às expectativas contribui para avaliações favoráveis de qualidade, aumentando, portanto, a satisfação. Se as expectativas se igualaram ao real desempenho dos serviços, significa que a satisfação do consumidor foi alcançada. Entregar serviços de qualidade representa atender às expectativas dos consumidores de forma consistente. Para isso, é necessário identificar as percepções dos consumidores para, posteriormente, desenvolver estratégias destinadas a satisfazê-las e, preferencialmente, superá-las, considerando na avaliação os impactos nos custos de organização, possibilitando uma atuação equilibrada econômica e financeiramente (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988; GRÖNROOS, 1990, apud SUDHAHAR; SELVAM, 2008).

#### 4. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Diversos autores (DIAS et al., 2003; PINHEIRO et al., 2004; KOTLER, 2006; SOLOMON, 2010) concentram pesquisas no comportamento do consumidor. Observa-se um consenso no que se refere à necessidade de conhecer profundamente os consumidores e identificar quais fatores são capazes de aumentar sua satisfação. O comportamento do consumidor concentra-se na compreensão de como os consumidores desenvolvem o processo de compra, seja este um consumidor individual ou de grupos de consumidores, incluindo nesse rol, consumidores empresariais. Assim o comportamento do consumidor tem por finalidade compreender como os consumidores escolhem, compram, usam ou dispõem dos produtos e serviços, ou ainda, ideias e experiências, com o intuito de satisfazer suas necessidades e desejos empregando nesse processo um conjunto de procedimentos que envolvem diversas ciências (SOLOMON, 2010).

O comportamento do consumidor é uma área complexa e interdisciplinar, que envolve psicologia, sociologia, economia, antropologia social, semiótica, demografia, história, entre outros. Um aspecto relevante são as formas como os consumidores avaliam a experiência de consumo. Essa avaliação pode, ou não, contribuir para promover preferência por produtos e serviços como consequência da sucessão de experiências positivas ou negativas. O comportamento pós-compra (Figura 1) possibilita avaliar a satisfação dos consumidores e pode adotar três comportamentos distintos: abandono, reclamação ou preferência (PINHEIRO et al., 2004; KOTLER, 2006).





Fonte: Kotler (2006, p.205).

Rust, Zeithaml e Lemon (2000, p.14) destacam que “o mundo dos negócios esta cada vez mais se organizando em torno dos clientes, em vez dos produtos”. Essa perspectiva alerta para deslocar as análises de processos internos de qualidade para considerar simultaneamente a satisfação dos clientes, ajustando às várias ofertas às exigências dos consumidores. Organizações que conseguem manter-se alinhadas aos desejos de seus clientes constroem importantes vantagens competitivas. Assim, conhecer profundamente o comportamento dos consumidores assume um caráter estratégico para qualquer organização que tenha por finalidade manter-se no mercado.

Consumir consiste em escolher dentre as alternativas do mercado as que parecem melhores, segundo necessidades e desejos pessoais dos consumidores. Essas escolhas fundamentam-se nas percepções pessoais dos compradores (SAMARA; BARROS, 2007; GIGLIO, 2010). Kotler (2006, p. 53) ao definir satisfação afirma que é “o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. Desta forma, os consumidores buscam maximizar o valor respeitando os limites de sua capacidade de pesquisar, do grau de conhecimento do produto, da mobilidade e da renda disponíveis. Entretanto, os consumidores buscam essencialmente o valor real que resulta da comparação entre o valor recebido e esperado, assim conclui-se que os consumidores escolhem a oferta que lhes oferece maior valor.

Loverlock e Wright (2001, p. 103), destacam que “as expectativas do cliente envolvem diversos elementos diferentes, inclusive serviço desejado, serviço adequado, serviço prestado e uma zona de tolerância que se estende entre os níveis de serviços desejados e adequados”. Kotler (2006, p. 53) esclarece ao afirmar que “as expectativas são influenciadas pela experiência anterior de compra, recomendação de amigos e colegas e informações e processos das compras e dos concorrentes”. Desta forma, se as expectativas dos consumidores forem elevadas e não forem correspondidas, podem ocasionar insatisfação. Por outro lado, expectativas de baixo nível não são capazes de atrair consumidores.

## 5. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa classifica-se segundo a taxonomia proposta por Vergara (2010) como aplicada, pois parte da necessidade de solucionar problemas concretos, imediatos ou não, assumindo finalidade prática. Com isso, a pesquisa pode contribuir para melhorias na prestação dos serviços aos usuários do plano de saúde por possibilitar a comparação entre a dimensão técnica e a dimensão funcional. Outro benefício a ser considerado é a possibilidade de utilizar melhor os recursos, concentrando as ações em áreas avaliadas como mais necessárias.

Vergara (2010) destaca ainda que pesquisas em administração devem ser classificadas minimamente sob dois aspectos, o primeiro diz respeito aos fins e o segundo aos meios. Adotando essa taxonomia, a presente pesquisa classifica-se quanto aos fins como exploratória e descritiva e quanto aos meios como uma pesquisa de campo. A combinação desses métodos possibilita descrever o fenômeno de forma ampla, utilizando-se de diversas formas de análises teóricas e empíricas, fundamentadas tanto em abordagens qualitativas, quanto quantitativas. Assim, favorecem o acúmulo e a organização de informações pela flexibilidade de técnicas de pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2009).

A amostra foi composta por 200 questionários válidos, a coleta de dados ocorreu nas instalações do plano de saúde. A amostragem foi não probabilística por acessibilidade. Essa forma de amostragem não possibilita calcular o erro amostral, portanto não há possibilidade de estender o resultado do estudo a toda a população.

O instrumento da coleta de dados foi o questionário estruturado em duas seções. A primeira teve por finalidade identificar o perfil dos entrevistados, compreendendo questões como idade, renda, tempo de utilização do plano, frequência de utilização, se o entrevistado possuía outro plano de saúde, entre outras; a segunda seção foi composta por cinco subseções que envolveram áreas funcionais do plano de saúde: Recepção, Médicos, Laboratório, Posto de Urgência e Emergência e uma dimensão de avaliação geral denominada de "Outros itens de avaliação". Na segunda seção as questões foram elaboradas semanticamente de forma afirmativa com a finalidade de avaliar o grau de satisfação dos entrevistados com os serviços oferecidos pelo plano de saúde. Com esse propósito, as respostas foram itemizadas em escala de Lickert com quatro opções (1) discordo, (2) discordo em parte, (3) concordo em parte e (4) concordo. Os dados foram tratados utilizando-se distribuição de frequência e o cálculo de um índice (Equação 1) que teve por objetivo medir a concordância dos entrevistados com as variáveis em estudo:

$$I = \frac{(0 \times \text{discordo}) + (0,3 \times \text{discordo em parte}) + (0,6 \times \text{concordo em parte}) + \text{concordo}}{\text{Tamanho da amostra}} \quad [\text{Eq. 1}]$$

A amplitude do I (índice) estende-se na escala entre 0,000 (zero) para completa discordância e 1,000 (um) para concordância plena. A interpretação dos resultados considerou como discordância índices calculados abaixo de 0,400 (40%); concordância parcial índices entre 0,401 e 0,699 (40% e 69%) e concordância plena valores acima 0,700 (70%). A confiabilidade das respostas foi auferida pelo coeficiente *alpha* de Cronbach ( $\alpha$ ), expresso pela Equação 2. A confiabilidade corresponde à garantia de que a mensuração de um objeto foi coerente (MALHOTRA, 2002). Assim, a confiabilidade, calculada na faixa que varia entre 0 (zero) e 1 (um) mensura se há um padrão de resposta entre os entrevistados. Portanto, quando resulta em valores superiores a 0,600 compreende-se que existe confiabilidade de medidas (HAIR et al, 2009).

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_y^2}{\sigma_x^2} \right) \quad [\text{Eq.2}]$$

Em que N é o número de itens do questionário,  $\sigma_y^2$  é a variância do item i e  $\sigma_x^2$  é a variância total de itens observados.

## 6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O perfil dos entrevistados foi predominantemente do sexo feminino (68%) com mais de 31 anos (77%). Quanto à escolaridade os entrevistados apresentaram na maioria ensino médio completo (52%) com renda entre R\$1.065,00 e R\$ 4.591,00. Quanto ao número de pessoas na mesma residência, observou-se que 55% dos entrevistados residiam com até quatro familiares. No que se refere ao vínculo

com o plano de saúde 85% dos entrevistados eram titulares do plano. Quanto ao tempo de utilização a maioria (70%) mantinha o plano a mais de três anos. Observou-se a preocupação em agir preventivamente quanto à saúde, pois 56% dos entrevistados declararam preocupação em fazer exames e acompanhamentos periódicos, os “*check-ups*”. Quanto à frequência de uso 44% utilizam os serviços de plano entre 2 e 4 vezes por ano. A maioria dos entrevistados (51%) manifestou disposição em pagar mais por melhores coberturas e serviços. Finalmente, 18% dos entrevistados tinham mais de um plano de saúde.

O atendimento na recepção (Tabela 1) foi considerado satisfatório quanto à gentileza do atendimento (R1) atenção dispensada pelos atendentes (R3) e velocidade no atendimento (R4) indicando que a equipe da recepção demonstra preocupação em receber bem aos usuários do plano, principalmente quanto à velocidade. Contudo, a avaliação das instalações (R2) obteve elevada discordância indicando insatisfação quanto a variável ( $>0,400$ ), demonstrando que os entrevistados não consideraram o ambiente da recepção como limpo e higiênico. Assim, a avaliação desse item, prejudicou a avaliação geral (R5) que também se posicionou abaixo dos níveis mínimos de satisfação (0,396). Esse resultado reforça a preocupação com aspectos tangíveis dos serviços como destacou Levitt (1985) ao afirmar que elementos como ambiente físico, equipamentos, aparência profissional dos prestadores, , que fornecem suportes aos serviços são capazes de influenciar diretamente na satisfação dos consumidores. O coeficiente *alpha* de Cronbach apresentou valores satisfatórios para pesquisas exploratórias ( $\alpha=0,721$ ) reforçando a consistência dos resultados.

**Tabela 1 - Avaliação Recepção**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
R1 O atendimento é gentil.	32	16	77	38,5	66	33,0	25	12,5	0,438	0,721
R2 As instalações, os equipamentos e os funcionários têm aparência limpa e higiênica.	45	22,5	88	44,0	46	23,0	21	10,5	<u>0,375</u>	
R3 Os funcionários dão atenção individualizada aos usuários.	22	11,0	70	35,0	76	38,0	32	16,0	0,493	
R4 Geralmente, o tempo de espera não é grande.	28	14,0	44	22,0	57	28,5	71	35,5	0,592	
R5 Em geral, o atendimento na recepção do atende às suas necessidades.	39	19,5	86	43,0	54	27,0	21	10,5	<u>0,396</u>	

Fonte: pesquisa de campo.

A avaliação do corpo clínico (Tabela 2), apesar das avaliações negativas ( $>0,400$ ) com relação à capacitação dos médicos (M2) e à higiene dos consultórios (M3), foi a que apresentou valores individuais entre os mais altos da pesquisa. Os destaques foram para a quantidade de médicos especializados (0,640) e o comparecimento e pontualidade (0,635). Outro aspecto de destaque, apesar de valores mais baixos, foi a dedicação do médico com os pacientes (0,403). Novamente a limpeza e a higiene, agora dos consultórios, posicionou-se abaixo dos valores mínimos. O coeficiente *alpha* de Cronbach apresentou valores pouco menores que o item anterior, porém ainda satisfatórios para pesquisas exploratórias ( $\alpha=0,662$ ).

**Tabela 2 - Avaliação Médicos**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
M1 A quantidade de médicos especializados é suficiente.	24	12,0	40	20,0	68	34,0	68	34,0	0,604	0,662
M2 Os médicos demonstram ser capacitados.	41	20,5	92	46,0	55	27,5	12	6,0	<u>0,363</u>	
M3 Os médicos e os consultórios têm aparência limpa e higiênica.	51	25,5	91	45,5	40	20,0	18	9,0	<u>0,346</u>	
M4 Os médicos se importam com os usuários.	34	17,0	86	43,0	63	31,5	17	8,5	0,403	

M5 Diariamente os médicos não se atrasam. 24 12,0 34 17,0 63 31,5 79 39,5 0,635

Fonte: pesquisa de campo.

Na avaliação dos cinco itens do laboratório (Tabela 3), três ficaram abaixo do nível mínimo de satisfação (L1, L2, L3), destacou-se o item limpeza e higiene (L3) com o resultado mais baixo da pesquisa (0,336), os outros foram: (L1) confiança nos resultados dos exames (0,378) e (L2) capacitação dos funcionários (0,374). Os demais foram considerados satisfatórios com resultados de 0,450 para atenção dos funcionários (L4) e 0,412 para rapidez na entrega dos resultados dos exames (L5). O coeficiente *alpha* de Cronbach apresentou resultados satisfatórios  $\alpha=0,841$  (escala de 0,000 a 1,000). Cozby (2003) ao referir-se a confiabilidade de um instrumento medida pelo *alpha* de Cronbach destaca que a confiabilidade avalia a possibilidade dos resultados repetirem-se considerando a aplicação de um mesmo instrumento a uma mesma amostra.

**Tabela 3 - Avaliação Laboratório**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
L1 Confio nos resultados dos exames.	52	26,0	72	36,0	55	27,5	21	10,5	0,378	0,841
L2 Os funcionários demonstram ser capacitados.	45	22,5	84	42,0	54	27,0	17	8,5	0,374	
L3 As instalações, os equipamentos e os funcionários têm aparência limpa e higiênica.	55	27,5	87	43,5	42	21,0	16	8,0	0,336	
L4 Os funcionários dão atenção individualizada aos usuários.	30	15,0	81	40,5	58	29,0	31	15,5	0,450	
L5 Os exames feitos no laboratório do plano são entregues rapidamente.	43	21,5	71	35,5	62	31,0	24	12,0	0,412	

Fonte: pesquisa de campo.

Apresentando a melhor avaliação da pesquisa. O Posto de Urgência e Emergência (Tabela 4) recebeu a melhor avaliação da pesquisa, apesar de nenhum resultado obtido pela pesquisa superar o nível de satisfação básica. Foi a Urgência e Emergência a que apresentou os melhores resultados nos itens avaliados. A melhor avaliação coube para instalações e equipamentos (U3) considerados adequados pelos usuários como índice avaliação de 0,505. Sequencialmente em ordem decrescente de satisfação posicionaram-se os itens (U5) velocidade de atendimento (0,470), atenção individualizada (U4) com os usuários (0,465), confiança no diagnóstico (U1), considerado correto desde a primeira vez (0,413) e (U2) a percepção de competência da equipe de atendimento (0,403). Completa-se à avaliação a maior confiabilidade dentre departamentos avaliados com *alpha* de Cronbach calculado em  $\alpha=0,885$ .

**Tabela 4 - Avaliação Urgência e Emergência.**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
U1 O atendimento é correto desde a primeira vez.	49	24,5	61	30,5	64	32,0	26	13,0	0,413	0,885
U2 A equipe do posto de urgência demonstra ser competente.	41	20,5	77	38,5	61	30,5	21	10,5	0,403	
U3 As instalações e os equipamentos parecem ser apropriados para o atendimento.	35	17,5	53	26,5	67	33,5	45	22,5	0,505	
U4 A equipe do posto de urgência dá atenção individualizada aos usuários.	33	16,5	65	32,5	71	35,5	31	15,5	0,465	
U5 A equipe do posto de urgência atende aos usuários a tempo de conseguir tratá-los.	30	15,0	70	35,0	66	33,0	34	17,0	0,470	

Fonte: pesquisa de campo.

Complementando a avaliação, foram avaliados itens gerais do plano de saúde (Tabela 5), como o número de hospitais, clínicas e laboratórios conveniados (C1), que foram avaliados de forma insatisfatória (0,344), indicando que há necessidade de reforçar a rede conveniada do plano. Outro aspecto que apresentou desempenho insatisfatório foi a atenção disponibilizada aos idosos e portadores de necessidades especiais (C4) com índice de 0,380. Os demais itens foram avaliados de forma satisfatória com destaque para o item de atendimento telefônico (C5) com índice de 0,620 melhor da categoria, seguido por instalações e equipamentos (C3) com índice calculado em 0,451 e qualificação dos funcionários (C2) avaliado com índice 0,437. O *alpha* de Cronbach apresentou valores adequados ( $\alpha=0,737$ ).

**Tabela 5 - Outros itens de avaliação**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
C1 As clínicas, hospitais, laboratórios e outros que têm convênio com o plano atendem aos seus interesses.	56	28,0	89	44,5	32	16,0	23	11,5	<u>0,344</u>	0,737
C2 Os funcionários demonstram ter competência para lidar com qualquer situação.	34	17,0	71	35,5	72	36,0	23	11,5	0,437	
C3 De modo geral, as instalações e os equipamentos do plano de saúde são adequados para atender a todos os usuários da melhor forma possível.	38	19,0	62	31,0	71	35,5	29	14,5	0,451	
C4 Os portadores de deficiências e os idosos sempre têm atendimento prioritário e individualizado.	58	29,0	68	34,0	46	23,0	28	14,0	<u>0,380</u>	
C5 O atendimento telefônico é rápido e eficaz.	24	12,0	40	20,0	59	29,5	77	38,5	0,620	

Fonte: pesquisa de campo.

Sintetizando a avaliação dos departamentos pesquisados (Tabela 6) observa-se que, de maneira geral, nenhum departamento superou as expectativas dos usuários (índices superiores a 0,700). Contudo foram avaliados de forma satisfatória os departamentos: Recepção (R1 a R5), com índice geral de satisfação calculado em 0,456, acima do valor mínimo de 0,400; Médicos (M1 a M5) com índice de 0,470 apresentando a melhor avaliação geral da pesquisa; Posto de Urgência e Emergência (E1 a E5) com índice de 0,452 e a Avaliação Complementar com valores calculados em 0,477. O departamento que segundo os usuários recebeu a pior avaliação foi o Laboratório (L1 a L5) com índice de 0,390. O *alpha* de Cronbach calculado de forma geral revelou valores elevados ( $\alpha=0,930$ ) indicando a consistência interna dos dados.

**Tabela 6 - Avaliação Geral**

Variáveis	1	%	2	%	3	%	4	%	Índice	Alpha
R1 a R5 Atendimento na Recepção.	258	25,8	356	35,6	299	29,9	170	17,0	0,456	0,930
M1 a M5 Médicos.	174	17,4	343	34,3	289	28,9	194	19,4	0,470	
L1 a L5 Laboratório.	225	22,5	395	39,5	271	27,1	109	10,9	<u>0,390</u>	
P1 a P5 Posto de Urgência.	188	18,8	326	32,6	329	32,9	157	15,7	0,452	
C1 a C5 Avaliação Complementar	210	21,0	330	33,0	280	28,0	180	18,0	0,447	

Fonte: pesquisa de campo.

## 7. CONCLUSÃO

Os resultados da pesquisa possibilitaram medir a satisfação dos usuários de forma departamentalizada, revelando níveis básicos de satisfação. Merece destaque a necessidade de melhorar aspectos fundamentais dos serviços, principalmente quanto à limpeza, higiene e conservação das instalações, e assim contribuir para melhores avaliações dos usuários. O aspecto limpeza e higiene, essenciais para serviços de saúde, prejudicaram a avaliação geral do plano, diminuindo os índices de departamentos específicos que poderiam apresentar melhor desempenho se fossem tangibilizados aspectos importantes e consagrados na literatura de serviços. Os departamentos que apresentaram melhores avaliações foram em ordem decrescente: Médico; Recepção; Posto de Urgência e Emergência e Laboratório. Itens complementares de avaliação como atendimento a idosos e portadores de necessidades especiais, atendimento telefônico, rede conveniada, entre outros obtiveram avaliação de satisfação em conformidade com os demais itens, posicionando-se de forma intermediária segundo a metodologia utilizada.

## REFERÊNCIAS

Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). **Caderno de informação de saúde complementar: beneficiários, operadoras e planos de saúde**. Rio de Janeiro: ANS, 2011. Disponível em <http://www.ans.gov.br/portal/site/informacoesss/informacoesss.asp>. Acesso em: 11 set. 2011.

\_\_\_\_\_. **Cobertura assistencial: contratos, tipos de plano, coberturas obrigatórias, planos novos e adaptados**. Rio de Janeiro: ANS, 2005. Disponível em [http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_cobertura\\_assistencial.pdf](http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_cobertura_assistencial.pdf). Acesso em: 15 nov. 2010.

BASTOS, A. R. C. **A saúde complementar no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2002.

COHN, A.; ELIAS, P.E. **Saúde no Brasil: políticas e organizações de serviços**. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

COZBY, P. C. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. São Paulo: Atlas, 2003.

DIAS, S.R.(org). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, M. **Marketing de serviços: operações, estratégia tecnologia de informação**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

GIGLIO, E. M. **O Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Pioneira, 2010.

GRONROOS, C. **Marketing gerenciamento e serviços**. São Paulo: Campus, 1990.

\_\_\_\_\_. **Marketing gerenciamento e serviços**. São Paulo: Campus, 2009.

HAIR, J. F, Jr; BLACK, W. C.; BABIN, J.; ANDRESON, R .E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LEVITT, T. **A imaginação de marketing**. São Paulo: Atlas, 1985.

- LOVERLOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.
- MIGUELES, C. **Antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A., BERRY, L.L. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, vol. 64, Spring, pp. 12-40, 1988.
- PINHEIRO, R. M.; CASTRO, G. C.; SILVA, H. H.; NUNES, J. M. G. **Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- ROSSI, S. S. **A Constituição do Sistema de Saúde no Brasil**. Departamento de Medicina Social da Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo. São Paulo, 1980.
- RUST, R. T; ZEITHAML, V.; LEMON, K. N. **O valor do cliente**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- SAMARA, B. S.; BARROS, J. C. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson, 2007.
- SEMENIK, R. J.; BAMOSSY, G. J. **Princípios do marketing: uma perspectiva global**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SUDHAHAR, J. C.; SELVAM, M. **Service Quality Perceptions in health care services – a case study of hospital services**. In: *international Journal of Biosciences an Technology*, 2008. Volume 1. Issue 1, pages 25-31. Disponível em [http://www.ijbst.org-a.google\\_pages.com/IJBST\\_1\\_1\\_25-31.pdf](http://www.ijbst.org-a.google_pages.com/IJBST_1_1_25-31.pdf) . Acesso em: 10 nov.2009.
- VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

## A UTILIZAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DO COMPOSTO DE MARKETING: A captação de clientes através do preço.

César Augusto de Albuquerque Araújo<sup>1</sup>, Luis Andreas Castelo Branco Guimarães<sup>2</sup>, Regiane da Silva Amaral<sup>3</sup>, Ivana Maria Sousa Duailibe<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Codó, <sup>2</sup>Faculdade São Luis, São Luis – MA, <sup>3</sup>Instituto Federal do Maranhão – Campus Centro Histórico, <sup>4</sup>Instituto Federal do Maranhão – Campus Codó.

[cesaralbuquerque@ifma.edu.br](mailto:cesaralbuquerque@ifma.edu.br) - [andreasbranco@hotmail.com](mailto:andreasbranco@hotmail.com) - [regianeamaral@ifma.edu.br](mailto:regianeamaral@ifma.edu.br) – [duailibeivana@ifma.edu.br](mailto:duailibeivana@ifma.edu.br)

### RESUMO

O preço tem sua importância no composto de marketing, toda e qualquer organização com fim lucrativo, precisa ter em mente que o preço não pode ser determinado de forma aleatória. O preço é uma das quatro variáveis do Composto de Marketing. Neste está inserido a idéia de preço psicológico. O conceito de preço psicológico é considerado eficaz dentro da literatura do Marketing, entretanto, o uso desta estratégia mercadológica possui um limite para sua eficiência. Este artigo tem por objetivo apresentar e discutir o preço psicológico como estratégia de Marketing e diferencial competitivo de uma organização.

**Palavras-chave:** Preço psicológico, Mercado varejista, Estratégias de marketing, Preço.



## 1. INTRODUÇÃO

Para que uma empresa tenha sucesso nos seus negócios, é necessário que utilizem as estratégias de marketing da forma correta. As estratégias de marketing é um diferencial dentro da empresa, “ela cria valores para que possa conquistar novos valores”, durante um longo período de tempo.

Existem várias estratégias de marketing que a empresa pode utilizar para lograr êxito. Devem ser observados diversos fatores como o lugar de comercialização, as promoções oferecidas, o produto comercializado e o preço sugerido. O preço é um fator importante para as empresas, pois se usando as estratégias corretas, a empresa torna-se competitiva dentro do mercado.

Podem ser usados vários contingentes estratégicos de preço, como o “Premium pricing” (estratégia usada para empresas que detém aspectos exclusivos em seus produtos ou serviços, fornecendo preços mais altos); preços para entrar no mercado (ou ganhar mercado); preços mais baixos (“Everyday Low Pricing”); nata de preços (“Skimming Pricing”); preços para uma linha de produtos; preços opcionais; preços de captura; preços por pacote; preços por geografia e preços promocionais. Mas dentre elas, destaca-se o preço psicológico, usadas para persuadir os clientes a deduzirem que os preços fornecidos pelo vendedor são os mais baixos do mercado.

De acordo com os dados apresentados, pretende-se fazer as seguintes perguntas: por que o mercado de varejo procura abordar o fenômeno do preço psicológico para persuadir os clientes e qual as vantagens e desvantagens para compradores e vendedores?

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 O PREÇO

Aproveitando os conceitos dos mais renomados autores da ciência do Marketing temos como preço:

Preço é o único elemento do mix de marketing que produz receita; os demais produzem custos. Ele também é um dos elementos mais flexíveis: pode ser o alterado com rapidez, ao contrário das características dos produtos, dos compromissos com canais de distribuição e até das promoções. O preço também informa ao mercado o posicionamento de valor pretendido pela empresa para seu produto ou marca. Um produto bem desenhado e comercializado pode determinar um preço superior e obter alto lucro. (KOTLER, KELLER, 2006, p. 428).

“Os preços são expressivos componentes do composto de marketing para a formação da imagem.” (LAS CASAS, 2000, p.115).

Portanto, podemos conceituar preço como sendo um dos componentes do Mix de Marketing (preço, praça, produto e promoção), extremamente importante para o alcance dos objetivos estratégicos da empresa e o mesmo irá determinar, perante a sociedade, o valor pretendido pela empresa para os seus produtos, de modo que, cubram os custos e alcancem lucros.

### 2.2 Objetivos do preço

Podemos ressaltar que os objetivos de um preço se referem à aspiração da empresa, em que posição ela pretende se colocar, o que ela almeja conseguir. Segundo Kotler (2006, p. 434, grifo nosso) a seleção do objetivo da determinação de preços vislumbra a perseguição de objetivos como sobrevivência, maximização do lucro atual, maximização da participação de mercado, desnatamento máximo do mercado ou liderança na qualidade do produto.

É interessante salientarmos também a idéia de Las Casas (2000, p.117, grifo do autor): “Entre os objetivos dos preços mais comuns citam-se: retorno de investimento; fatia de mercado; fluxo de caixa”.

Já de acordo com Gimpel:

Objetivos potenciais de preços:

1. Objetivos de penetração no mercado (penetration price)

2. Objetivos para a nata do mercado (skimming price)
3. Objetivos de pronta recuperação de caixa
4. Objetivos de satisfação
5. Objetivos de linha de produto (GIMPEL, 1980, p.45).

Observando as citações dos três autores constatamos que todos observam fatores como custos, qualidade, satisfação dos clientes, lucros e manutenção no mercado.

A determinação do objetivo do preço é um dos primeiros passos a serem tomados em busca do alcance do preço ideal para a organização.

## 2.2 Estratégias de determinação de preço

Para se estabelecer o preço de um produto ou serviço se faz necessário observar algumas variáveis de modo a garantir ao empreendedor retorno ao seu investimento. Devem ser observados os custos, gastos, público-alvo, concorrentes, fornecedores, ambiente interno e externo, tecnologia utilizada, dentre outros.

O estabelecimento do preço passou a ser visto pelos empresários de forma mais delicada a partir do momento que estes perceberam que os consumidores não avaliam apenas o valor monetário pago, mas também o valor percebido, o status do produto, do serviço e etc.

Devemos ressaltar que o processo estratégico de determinação do preço deve ser feita através da investigação do mercado e do comportamento dos consumidores por meio de pesquisas de mercado.

Essas pesquisas podem ser feitas de duas formas: pesquisas quantitativas (utilizam números e dados estatísticos) e pesquisas qualitativas (utilizam perguntas e respostas subjetivas, resultam em um levantamento mais amplo do tema em questão).

Kotler e Keller (2006) estabelecem seis passos para a política de determinação de preços:

1. Seleção do objetivo da determinação de preços;
2. Determinação da demanda;
3. Estimativa de custos;
4. Análise de custos, preços e ofertas dos concorrentes;
5. Seleção de um método de determinação de preços;
6. Seleção do preço final.

## 3. FENÔMENO DO PREÇO PSICOLÓGICO

Existem fenômenos psicológicos que explicam o comportamento do cliente com relação aos produtos/serviços que ele adquire. Boa parte dos compradores interessa-se por preços mais baixos, principalmente quando o preço é “quebrado”. Preços com números ímpares, ou com prestações com valores baixos, mas que o número de prestações é muito alto dá-se o nome de Preço Psicológico.

O conceito de preço psicológico, segundo Osnaldo Araújo (2000), é a política de marcar preços terminando em algarismos ímpares (geralmente 9), os quais dão ao consumidor uma idéia de que estão pagando pouco (\$5,99 “parece” mais com \$5 do que com \$6) por um fenômeno de “Gestalt”. Este fenômeno psicológico, conhecido também como Gestaltismo, é uma teoria da psicologia que considera os fenômenos psicológicos como um conjunto autônomo, indivisível e articulado na sua configuração, organização e lei interna. A teoria foi criada pelos psicólogos alemães Max Wertheimer (1880-1943), Wolfgang Kohler (1887-1967), e Kurt Koffka (1886-1940), nos princípios do século XX. Funda-se na idéia de que o todo é mais do que a simples soma de suas partes.

Segundo Sady Bordin (1995) “existem dois tipos de preços psicológicos. O primeiro e mais comum é aquele que tem seus valores expressos em números quebrados e preferencialmente ímpares, como o famoso \$89,90. O fato, constatado através de pesquisas, é de que preços arredondados, como \$90,00 não transmitem credibilidade. Pois, caso contrário, anunciando seu produto à \$168,70, passará, imediatamente, de que houve complexos cálculos para se chegar a este valor. O segundo tipo de preço

psicológico é o do “Apenas 24 parcelas de \$650,00”. Ocorre que bens de alto valor, expressos em números absolutos, como um apartamento de luxo por \$180.000,00 ou uma BMW por \$78.000,00, geram a primeira vista uma indisposição à compra, por mais que o interessado tenha o dinheiro em sua conta bancária. Melhor, então, financiá-lo em suaves e inocentes prestações”.

Las Casas (2000) diz em sua obra que muitos autores dizem que, nos dias de hoje, poucos são os apelos dos preços psicológicos, uma vez que os consumidores acostumados à política acabam arredondando automaticamente os preços em sua memória. Por outro lado, muitos crêem que, mesmo que isto ocorra, diversos varejistas ainda os utilizam. Isto sugere que os preços psicológicos ainda têm algum efeito sobre as vendas.

Kotler e Keller(2006) consideram o preço psicológico uma espécie de preço promocional, utilizado para atrair o consumidor as lojas e estimular as compras antecipadas.

Essa estratégia envolve estabelecer um preço artificialmente alto e, depois, oferecer um desconto substancial; por exemplo: “de 359 por 299 dólares”. Táticas ilegítimas de descontos são combatidas por órgãos de regulamentação do comércio, mas descontos sobre preços normais são uma forma legítima de determinar preços promocionais” (Kotler e Keller 2006, p.450)

### **3.1 Vantagens e desvantagens do preço psicológico**

Voltando ao conceito de preço psicológico, o preço vem a influenciar o poder de decisão de compra dos clientes, mas algumas vantagens devem ser observadas.

Uma das vantagens do preço psicológico seria para o fornecedor do produto/serviço, já que muitos consumidores potenciais serão influenciados pelo preço fornecido. Como a maioria dos consumidores não tem muitos recursos financeiros e precisam satisfazer suas necessidades, preços com muitas parcelas, mas que o preço está baixo e produtos com preços “quebrados” acabam persuadindo compradores a adquirirem esses artigos. Entretanto, isso, ao mesmo tempo, mostra ao consumidor que esses preços em nada influenciam no produto e que eles estão pagando preços mais caros ou o mesmo preço da maioria dos concorrentes, sendo esta uma desvantagem para os fornecedores. Basta que o proprietário do produto oferecido saiba usar da melhor forma possível essa estratégia de preço para que ele possa ser competitivo.

É importante também que os vendedores observem o momento correto de utilizar este tipo de preço, pois o uso freqüente deste pode levar os consumidores a se acostumarem como mesmo, deixando de causar o efeito desejado, que no caso é a impressão de preço baixo.

Além disso, devemos observar também que a retirada do preço psicológico após um longo período de uso pode levar o consumidor a acreditar que a empresa está subindo o preço de suas mercadorias.

### **3.2 Mercados de Varejo e o preço psicológico**

O preço psicológico é uma estratégia de marketing utilizada comumente no mercado de varejo. A “American Marketing Association” define varejo como uma unidade de negócio que compra mercadorias de fabricantes, atacadistas e outros distribuidores e vende diretamente a consumidores finais e eventualmente aos outros consumidores. Uma outra definição de varejo é a de Kotler (2000, p. 540), “todas as atividades de bens ou serviços diretamente aos consumidores finais, são definidas como varejo. O local onde os produtos ou serviços são vendidos (lojas, ruas ou residências do consumidor) não é importante. Da mesma forma, todas as maneiras pela qual estes bens ou serviços são vendidos estão incluídas no conceito de varejo, sejam através de venda pessoal, correios, telefone ou máquina automática”. Varejo é, portanto, a venda de produtos ou a comercialização de serviços em pequenas quantidades, em oposição ao que ocorre no atacado. É a venda por corte, como por partes de um todo, direto ao comprador final, o consumidor do produto ou serviço, sem intermediários.

O varejo utiliza bem as estratégias de marketing, principalmente o preço psicológico. O preço psicológico no varejo passa ao consumidor a idéia de que o preço passou por vários processos para se chegar a ele e que o preço desse produto é o mais barato do mercado. O mercado de varejo é o mais

recomendado para a utilização do preço psicológico, diferente do atacado, já que o processo de venda é feito por profissionais que conhecem essa abordagem de preço e que buscam mais por qualidade nos produtos.

#### 4. CONCLUSÃO

De acordo com os estudos realizados neste artigo, é importante saber usar da forma correta as estratégias de marketing, pois dependendo do seu público-alvo, do local de comercialização e dos produtos oferecidos, você poderá influenciar seus clientes potenciais com o preço fornecido.

Existem diversas formas de se chegar ao preço final do produto e uma das mais utilizadas é o preço psicológico, muito comum no mercado de varejo, que influencia a compra de produtos por preços “dissolvidos”, mas que é preciso estar atento ao utilizá-lo, pois ele pode ser percebido por consumidores leais e que podem deixar de adquirir o produto.

Historicamente e ainda hoje, o preço significa a interação entre compradores e vendedores num determinado momento e sob determinadas condições. Se os vendedores pedem um preço além do que os compradores estão dispostos a pagar, estes, por sua vez, evidenciam quanto realmente pagariam por tal produto, finalmente chegando a um consenso de um preço ideal para ele.

Por isso, analise de forma cuidadosa o seu mercado de atuação e crie projetos de marketing para melhorar o seu desempenho no mercado competitivo e desenvolver sua empresa.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- KOTLER, Philip; Keller, Kevin L. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Varejo. São Paulo: Atlas, 2000.
- KOHTLER, W. Psicologia da Gestalt. Itatiaia. Belo Horizonte, 1980.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações a realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de varejo. 2ed. Sao Paulo: Atlas, 2000.
- MAGALHÃES, Leandro Figueiredo; Admir Borges. A Estratégia de Marketing no Varejo e a importância do Sortimento e Suprimentos de Produtos. Belo Horizonte, 2007.

## A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DE OSM NA OTIMIZAÇÃO DE PROCESSOS EM UMA PIZZARIA

E. L. Soares<sup>1</sup>, K. V. D. Santos<sup>2</sup>, M. C. Aguiar<sup>3</sup>, F. S. D. Silva<sup>4</sup> e E. C. B. Oliveira<sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa  
edianoares@hotmail.com – kathyana\_vanessa@hotmail.com  
maricavalcante1205@hotmail.com – etezus@hotmail.com

### RESUMO

Atualmente, a sobrevivência das organizações depende da visão holística das atividades administrativas, ou seja, tais atividades precisam ser percebidas em termos de *processos-chave* e não em termos de funções, departamentos ou produtos. O foco das atividades da organização no processo significa que o resultado ótimo do todo deve prevalecer sobre o ótimo das partes, já que o mais importante seria o resultado do processo e não apenas da tarefa individual. Dessa forma, o presente trabalho se propôs a estudar a utilização de ferramentas de OSM na otimização de processos, com estudo de caso em uma pizzaria. Os resultados obtidos demonstram que a utilização de ferramentas de OSM tem grande influência quanto à otimização das atividades processuais de uma organização e podem contribuir para o aumento da produtividade, expandindo a possibilidade de geração de riquezas para as empresas.

**Palavras-chave:** Serviços. Padronização. OSM

## 1. INTRODUÇÃO

Manter a competitividade em alta é o grande desafio para todas as empresas. Em tempo de globalização em que a concorrência é acirrada, vemos a expansão do ramo de serviços e a importância dessas atividades em nossa sociedade. Os serviços ocupam posição de destaque na economia, por estar em gradativo crescimento. Segundo Jardimv (2005), Quanto maior a nação, mais será a importância dos serviços para a economia do país. Dentre as causas destaca-se o poder aquisitivo da população, que permite que as atividades mais rotineiras sejam transferidas a terceiros, prestadores de serviços.

Serviços “são atividades especializadas que as empresas oferecem ao mercado. São produtos que nem sempre se pode manipular com as mãos (...)” (CHIAVENATO, 2005, p.31). Kotler e Keller (2006) definem serviços como qualquer ato ou desempenho, de essência intangível, que uma determinada parte pode vir a oferecer a outra e que não resulta necessariamente na propriedade de nada.

Segundo Manganote (2001), torna-se necessário as Organizações que elas mantenham o foco nos clientes e na inovação constante de seus serviços, permitindo que diminuam custos e aumentem a produtividade. A padronização de processos é o caminho mais seguro para garantir a produtividade, competitividade e principalmente, a qualidade. Algumas empresas perdem seu espaço no mercado, pois não dá o devido valor a padronização. Uma das estratégias para facilitar a implementação da padronização nos processos produtivos é a utilização de ferramentas de OSM, tais como: organogramas, funcionogramas, fluxogramas, mapofluxogramas, arranjo físico, entre outras. Elas permitem uma leitura fácil e objetiva da Organização, facilitam a visualização de “gargalos” na produção, facilitam a compreensão dos trabalhos e das atividades e a assimilação mais rápida das mudanças pelos colaboradores.

Atualmente, a sobrevivência das organizações depende da visão holística das atividades administrativas, ou seja, tais atividades precisam ser percebidas em termos de *processos-chave* e não em termos de funções, departamentos ou produtos. As organizações do setor alimentício, em específico as pizzarias, não fogem a esse contexto, por isso, o presente trabalho teve como objetivo estudar a utilização de ferramentas de OSM na otimização de processos, com estudo de caso numa pizzaria.

## 2. CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

Nos últimos tempos, vemos um mundo cada vez mais globalizado, o que possibilita um número maior de informações aos consumidores e uma acirrada concorrência entre as empresas. Um ramo em expansão é o de serviços, possuindo um papel essencial na disputa de clientes. Algumas características que os serviços apresentam, possibilita a identificação e classificação dos mesmos como tais. Dentre as mais estudadas estão:

### 2.1 Intangibilidade

Kotler e Keller (2006) compreendem que os serviços não podem ser vistos, sentidos, ouvidos, cheirados ou provados antes de adquiridos, ao contrário dos produtos físicos. O serviço é intangível, isto é, não é palpável. Esta é sua mais evidente característica. Essa característica não permite que o cliente avalie o serviço antes dele ser prestado. Torna-se então necessário que a empresa utilize certos instrumentos (ambiente, iluminação, cores, aromas, músicas, vitrines, propagandas, pessoas, entre outros) para aproximar os clientes da “tangibilidade” dos serviços (SPILLER; PLÁ; LUZ; SÁ, 2006).

### 2.2 Variabilidade

Os serviços se baseiam em pessoas e equipamentos. Mas é o componente humano que prevalece e, por essa razão, é muito difícil uniformizá-los e padronizá-los. Todo conjunto interno e externo de circunstâncias que o afetam diretamente resulta em diferentes desempenhos cada vez que é repetido. (SPILLER et al., 2006, p.19).

Kotler e Keller (2006) apresentam algumas providências que as empresas utilizam para melhorar a qualidade dos serviços na intenção de minimizar as variabilidades existentes, são elas: investir em bons

processos de contratação de pessoas e treinamentos que oferecem capacidade de demonstrar habilidades para solucionar problemas; padronizar o processo de execução do serviço em toda a organização para facilitar a prestação do serviço e por fim; acompanhar a satisfação do cliente através de sistemas de sugestão e reclamação, pesquisa com cliente e monitoramento dos concorrentes.

### 2.3 Percibilidade

Segundo Corrêa e Caon (2006 p.52 - 57), uma das características principais nos serviços é que esses não são estocáveis, isso expressa à noção de que um serviço não pode ser feito com antecedência e nem armazenado, sendo consumidos à medida que são produzidos.

Para Kotler e Keller (2006) o que essa característica gera para o marketing de serviços é uma pressão e uma necessidade de encontrar um ponto ótimo entre a oferta e a demanda do serviço.

### 2.4 Inseparabilidade

Essa característica se concerne a que todo serviço tem um momento em que sua produção e consumo são simultâneos, inseparáveis. Assim, ao mesmo tempo em que um professor produz a sua aula, esta é consumida pelos alunos. Ao mesmo tempo em que um médico produz sua consulta, o paciente a consome, como cliente do serviço. Nesses exemplos, produção e consumo são simultâneos, diferentemente de uma empresa de produtos, em que claramente existe um momento de produção e um momento de consumo. Vale salientar que, para Kotler e Keller (2006) esse princípio não se aplica aos bens materiais, pois estes são estocados, embalados, distribuídos por diferentes revendedores e só então consumíveis, além disso, tais autores entendem que a pessoa encarregada do serviço é parte dele, assim como o cliente também interfere na produção do serviço com sua participação, ou seja, existe uma interação, na verdade, ele co-produz o serviço.

É importante ressaltar que cada uma dessas características torna a produção de serviços uma atividade bastante peculiar, o que exige uma gestão diferenciada por parte de cada área da administração, seja ela de materiais, marketing, finanças, etc.

## 3. PADRONIZAÇÃO DAS ATIVIDADES NOS SERVIÇOS

No início do século XX, as empresas, influenciadas pelos resultados da revolução da produtividade obtida pela administração Científica, começaram a se organizarem em estruturas hierárquicas de poder, que eram divididas em departamentos, cada qual cuidando de uma tarefa específica. E foi assim por décadas, com sucessivos aumentos de produtividade até o seu esgotamento por volta dos anos 70. Desde então, as empresas vêm lutando para mudar este modelo profundamente arraigado na mente das pessoas. (CARVALHO; PALADINI, 2006, p.210).

Para que as empresas sobrevivam no mercado, é necessário que as atividades empresariais sejam vistas não em termos de funções, departamentos ou produtos, mas de *processos-chave*. O foco no processo significa que o ótimo do todo prevalecerá sobre o ótimo das partes, uma vez que o mais importante é o resultado do processo e não apenas da tarefa individual. (CARVALHO; PALADINI, 2006, p. 212).

A gestão do processo é, por definição, uma metodologia para avaliação contínua, análise e melhoria do desempenho dos processos que exercem mais impacto na satisfação dos clientes e dos acionistas. Há um amplo envolvimento de todos os integrantes da organização, o que tem como consequência, uma maior satisfação do trabalho, uma descrição mais clara das atividades, um melhor desenvolvimento de habilidades e um aumento da autonomia individual. (CARVALHO; PALADINI, 2006, p. 217).

O mapeamento dos processos é uma das mais importantes tarefas dentro da gestão por processos, pois permite que as atividades sejam conhecidas com detalhe e profundidade em todas as operações que ocorrem durante a fabricação de um produto ou a produção de um serviço. (CARVALHO; PALADINI,

2006, p. 224). A primeira etapa de um mapeamento é feita para definir as fronteiras do processo, onde começam e onde acabam as atividades:



Segundo Manganote (2001), para entender o fluxo produtivo de um produto/serviços são utilizadas algumas ferramentas, tais como:

### 3.1 Fluxogramas

Segundo Manganote (2001), a elaboração de fluxogramas, ou diagrama de fluxo, é utilizada como ferramenta para o entendimento interno e dos relacionamentos entre processos empresariais, ou seja, torna um processo visível. Descreve graficamente um processo existente usando símbolos simples, linhas e palavras, de forma a apresentar graficamente as atividades e a sequência do processo, dividindo-se em:

- Diagrama de blocos: É o fluxograma mais simples, fornece uma visão rápida e simplificada do processo.
- Fluxograma Padrão: Fornece a compreensão detalhada de cada tarefa ou atividade de um processo.
- Fluxograma Funcional: retrata o movimento entre as diferentes áreas de trabalho, podendo-se incluir o tempo de processamento e o tempo de ciclo de cada atividade.
- Fluxograma Horizontal: refere-se à seqüência das seções envolvidas no processo que seguem esse sentido. São reservados espaços retangulares verticais para as atividades realizadas dentro de cada seção.
- Fluxograma Vertical: é uma variação do modelo de Ballestero-Alvarez, visto que inclui uma coluna central com os cargos que executam as tarefas.

### 3.2 Organograma

Segundo Manganote (2001), o organograma é o gráfico que representa a estrutura formal da empresa e retrata tanto as cadeias de comando como a hierarquia da companhia, os órgãos de linha e os órgãos de assessoria. Pode ser dividida em:

- Organograma de Linha: Segue as linhas de comando estabelecidas pela própria estrutura hierárquica da organização. A autoridade passa pelos níveis de gerenciamento e de supervisão para chegar até o funcionário, que é quem operacionaliza a atividade, cada unidade é responsável pela aplicação de suas próprias técnicas e métodos.
- Organograma Funcional: Retrata a organização como um conjunto de funções que podem, ou não, estar inter-relacionadas através das atividades que componham um processo. A autoridade passa pelos níveis de gerenciamento para ser compartilhada entre as funções técnicas e administrativas, as quais se baseiam num conjunto de tarefas comum a todas as funções.
- Organograma Matricial: resulta de um complemento à estrutura tradicional, incorporando forma de representação para estrutura voltada para projetos. Este modelo representa uma estrutura em que o presidente é quem tem a última palavra nas decisões políticas da organização, contudo, a atuação do diretor de projetos tem forte relevância, pois este é o foco da organização.

### 3.3 Arranjo Físico



Segundo Chiavenato (2004), o arranjo físico ou *layout* refere-se ao planejamento do espaço físico a ser ocupado e representa a disposição de máquinas e equipamentos necessários à produção dos produtos/serviços da empresa. Que deve ser formulado para cada tipo de sistema de produção, a saber:

- Produção por encomenda: nesse tipo de sistema de produção o arranjo físico procura envolver o produto ou serviço com máquinas e equipamentos necessários para a sua produção; a tecnologia é flexível e se movimenta ao redor do produto que é estático e fica no centro das operações.
- Produção em lotes: nesse tipo de sistema de produção as máquinas e equipamentos – que geralmente são de tecnologia flexível – são dispostas em locais previamente fixados, pelos quais os lotes de produção percorrem a sequência do processo produtivo.
- Produção Contínua: nesse tipo de sistema de produção o arranjo físico dispõe e distribui as máquinas e equipamentos – que geralmente são de tecnologia fixa – em locais previamente determinados pelos quais os produtos/serviços fluem continuamente no decorrer do processo produtivo.

### 3.4 Funcionograma

Segundo Santiago (2010), o funcionograma é caracterizado por ser uma variação do organograma, que proporciona uma qualidade de dados e informações sobre os diversos setores.

### 3.5 Mapofluxograma

O mapofluxograma tem como objetivo representar a movimentação física de determinados processos e atividades dentro de uma forma espacial, em um plano horizontal. “Essa ferramenta é um esboço que mostra os deslocamentos e as relações entre as situações de um processo de produção, podendo, desta forma, auxiliar na visualização de restrições e cruzamentos de fluxos” (GEHBAUER, 2002, *apud*, GOUVEIA *et al*, 2004). Sua utilização permite evidenciar problemas que estão relacionados com: “atividades desnecessárias ou dispensáveis; possibilidades de agrupar e combinar atividades; movimentos longos entre as atividades; mudanças de direção do fluxo; retornos; cruzamentos de fluxo (...)” (BATISTA *et al*, 2006, p.4).

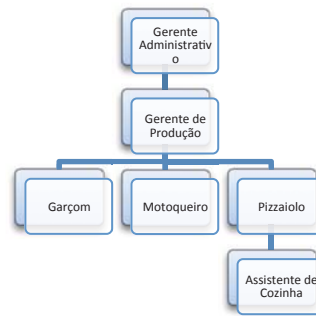
## 4 PADRONIZAÇÃO DOS SERVIÇOS EM PIZZARIAS

Segundo a Anvisa (2004), a padronização dos serviços e o bom atendimento são uma luta diária no setor alimentício, permite que o padrão do produto ofertado seja sempre o mesmo, independente do profissional que o está preparando.

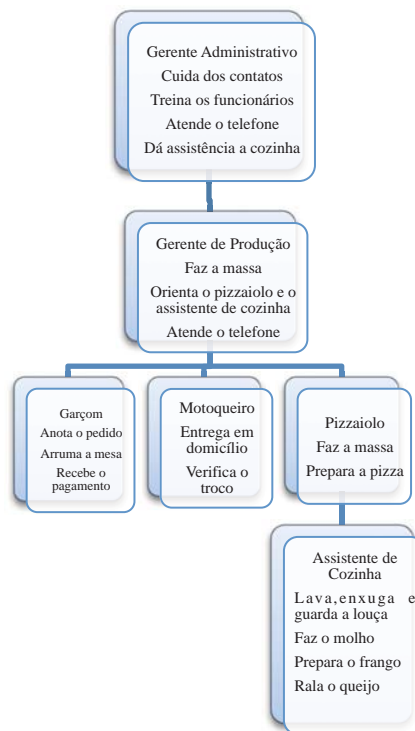
Para a Anvisa (2004), as empresas de alimentação têm investido nos últimos anos na certificação, com a propagação da ISO 9000, as organizações perceberam a importância de padronizar a execução de seus processos, capacitar seus colaboradores e assumir novas responsabilidades de satisfazer seus clientes. Seguindo essa tendência, surgem as empresas reguladoras que estabelecem normas de padronização. No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) implanta em 2004 a RDC 216 (regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação), que estabelece procedimentos de Boas Práticas para serviços de alimentação a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado.

De acordo com a Anvisa (2004), é comum que ocorram em pizzarias e em restaurantes, encontrões, esbarrões e calor. Dependendo do arranjo físico, a cozinha acaba se tornando um verdadeiro ringue. A RDC 216/2004 da ANVISA, no que diz respeito à edificação e às instalações físicas considera-se cruciais aspectos como: ventilação, climatização, revestimento (próprio para lavagem e higienização) dos pisos, paredes, porta, janelas e teto, pontos de água corrente, correta conexão com a rede de esgoto, dimensão da caixa de gordura, além da conservação dos filtros, equipamentos elétricos e sanitários adequados. Exige também que os estabelecimentos que lidam com alimentos tenham lavatório exclusivo para a higiene das mãos na área de manipulação dos alimentos e instalações sanitárias





**Figura 1 – Organograma Proposto. Fonte pesquisa direta, 2010 (Adaptado por SOARES, E.; SILVA, F.; DINIZ, K.; AGUIAR, M.)**



**Figura 2 – Funcionograma Proposto. Fonte pesquisa direta, 2010 (Adaptado por SOARES, E.; SILVA, F.; DINIZ, K.; AGUIAR, M.)**

Na fabricação da pizza, sugerimos:

- A utilização do mecanismo de 5s (senso de limpeza, senso de arrumação, senso de utilização, senso de auto-disciplina e senso de saúde e higiene) como alternativa para minimizar a insalubridade do ambiente;
- Aumento de fontes de ventilação (aquisição de mais ventiladores, a implementação de um ar-condicionado ou promoção da melhor utilização da ventilação natural);
- Substituição do móvel de armazenamento de pratos e talheres por um equipamento de melhor utilização vertical vista a falta de disponibilidade de espaço horizontal;
- Substituição dos dois freezers existentes por apenas um com melhor utilização vertical vista a falta de disponibilidade de espaço horizontal; o que contribuiria para o melhor fluxo de produtos e colaboradores em serviço;

- Utilização de equipamentos de higiene durante a produção da pizza (luva, touca, avental apropriado); e,
- Re-organização da disposição dos equipamentos no ambiente.

No atendimento aos clientes, sugerimos:

- A utilização de uniformes que possibilitem a identificação dos colaboradores da empresa pelos clientes;
- Padronização das atividades de atendimento (know-how)/ treinamento.
- Padronização das mesas utilizadas pelos clientes (ou todas circulares ou retangulares) – utilizando toalhas de igual estampa para todas as mesas.

Recomendamos a melhor utilização do ambiente, através de diversos mecanismos, e apresentamos a utilização de uniformes que possibilitem a identificação dos colaboradores da empresa pelos clientes, a padronização das atividades de atendimento (know-how)/ treinamento e a padronização das mesas utilizadas pelos clientes como estratégias de melhoria no atendimento aos clientes. Além disso, recomendamos modificações nas ferramentas de OSM formulados de acordo com os processos atualmente desenvolvidos.

Ressaltamos a importância de não esperar a perfeição a curto prazo, pois esta,

só será atingida ao longo dos meses e anos pelo gerenciamento através do modelo do ciclo PDCA, em que os padrões são revistos pela solução de problemas. Portanto a perfeição só será atingida por um trabalho contínuo e paciente de ir melhorando a empresa passo a passo com base no estabelecimento e revisão dos padrões. (CAMPOS, 1999, p. 24).

Dessa forma, concluímos que as ferramentas de OSM exercem influência quanto à otimização das atividades processuais de uma organização e contribui para o aumento da produtividade, expandindo a possibilidade de geração de riquezas para as empresas.

## REFERÊNCIAS

ANVISA. **Cartilha sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação - Resolução-RDC nº 216/2004.** Disponível em: [www.anvisa.gov.br/divulga/public/.../cartilha\\_gicra\\_final.pdf](http://www.anvisa.gov.br/divulga/public/.../cartilha_gicra_final.pdf). Acessado em: 30 de Maio de 2010

BATISTA, Gilmário Ricarte; GONÇALVES, Valéria de Sá Barreto; LIMA, Marina Carvalho Correia; SOUTO, Maria do Socorro Márcia Lopes. **Análise do processo produtivo: um estudo comparativo dos recursos esquemáticos.** Fortaleza, XXVI ENEGEP, 2006. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006\\_TR450307\\_7954.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR450307_7954.pdf). Acesso em: 31 de maio de 2010.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Qualidade Total. Padronização de empresas.** Belo Horizonte : Editora de Desenvolvimento Gerencial, 1999.

CARVALHO, Marly Monteiro de; PALADINI, Pacheco. **Gestão da Qualidade – Teoria e casos.** Rio de Janeiro : Elsevier, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração da Produção.** São Paulo : Elsevier, 2004.

\_\_\_\_\_. **Administração da Produção.** São Paulo : Ed. Campus – 2005.

CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços – Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes.** São Paulo : Editora Atlas S.A. – 2006.

GEHBAUER, F. , *et al.* **Planejamento e gestão de obras – um resultado prático da cooperação técnica Brasil – Alemanha.** Curitiba: Editora CEFET – PR, 2002.

GOUVEIA, Beatriz Chagas S. ; NETO, José de Paula Barros; SALES, Alessandra Luize Fontes. **A utilização da ferramenta de mapeamento do fluxo de valor na gestão dos fluxos físicos nos canteiros de obras.** Bauru, XI SIMPEP, 2004.

JARDIMV, Julio Cesar dos Santos. **Marketing de Serviços.** Disponível em: [www.avm.edu.br/.../JULIO%20CEZAR%20DOS%20SANTOS%20JARDIMV.pdf](http://www.avm.edu.br/.../JULIO%20CEZAR%20DOS%20SANTOS%20JARDIMV.pdf). Acessado em: 30 de Maio de 2010

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.

MANGANOTE, Edmilsom J. Tonelli. **Organização, Sistemas e Métodos.** São Paulo : Alínea, 2001.

MELLO, Carlos Henrique Pereira; DA SILVA, Carlos Eduardo Sanches; TURRIONI, João Batista; DE SOUZA, Luiz Gonzaga Mariano. **ISSO 9001:2000 – Sistema de gestão da qualidade para operações de produtos e serviços.** São Paulo : Atlas, 2006.

SANTIAGO, Ezequiel. **Funcionograma: definições de atividades e responsabilidades.** Disponível em: [http://www.ariesgoti.cnt.br/index\\_arquivos/artigo\\_esantiago\\_funcionograma.htm](http://www.ariesgoti.cnt.br/index_arquivos/artigo_esantiago_funcionograma.htm). Acessado em: 31 de maio de 2010.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção.** São Paulo: Atlas, 2007.

SPILLER, Eduardo Santiago; PLÁ, Daniel; LUZ, João Ferreira da; SÁ, Patricia Riccelli Galante de. **Gestão de Serviços e Marketing Interno.** Rio de Janeiro : FGV, 2006.3a edição.

## ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA SOB A VISÃO DO MODELO GERENCIAL, EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO

A. L. J. B. Freire<sup>1</sup>, A. M. Minori<sup>2</sup>, V. P. Fonseca<sup>3</sup>, P. F. Silva Filho<sup>4</sup> e A. C. B. Rocha<sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Universidade Federal do Amazonas - Campus Manaus  
adrianajezini@gmail.com – aminori@bol.com.br – vivianfo2@gmail.com  
pedroferreira@ifam.edu.br – agosto@ufam.edu.br

### RESUMO

Este artigo foi elaborado através de uma pesquisa exploratória bibliográfica, sendo seu principal objetivo fazer uma análise do modelo de gestão pública por meio do modelo gerencial, do empreendedorismo e do empoderamento. Inicialmente foi feita a conceituação e caracterização dos três tipos de Administração Pública: patrimonialista, burocrática e gerencial. Posteriormente, foi definido o contexto nacional e internacional do modelo gerencial, a posição atual do Brasil e as perspectivas futuras com o Plano Diretor da Reforma do Aparelho Estado, o qual foi consolidado com a emenda constitucional nº 19 de 1998 (EC 19/98). Conclui-se que o Estado pode se utilizar de mecanismos aplicados à Administração Privada, apesar dos fatores limitantes em razão das suas ações serem obrigatoriamente pautadas rigidamente dentro da legalidade. Todavia, o gestor público deve ser criativo para buscar inovação e continuamente reformar e modernizar a Administração Pública, utilizando-se de instrumentos como o empreendedorismo e o empoderamento para acompanhar os impactos da tecnologia, da globalização, das turbulências do mercado altamente competitivo que causam nos seus clientes, cidadãos que custeiam sua existência. Um exemplo criativo é a participação popular por meio do Orçamento Participativo como aplicação do empoderamento da Administração Pública para seus clientes.

**Palavras-chave:** administração pública, modelo gerencial, empreendedorismo, empoderamento

## 1. INTRODUÇÃO

Conforme Coutinho (2003) a reforma administrativa que vem ocorrendo no Brasil teve como marco legal a EC 19/98. Ainda segundo a autora, a referida reforma tem um contexto abrangente impactando não apenas na estrutura, mas também implementando uma nova cultura de mentalidade de Administração Pública.

Coutinho cita que a década de 1990 foi marcante em razão das profundas e abrangentes mudanças no âmbito político, social, econômico, jurídico e social entre os povos. Estas mudanças agregadas à inovação da tecnologia, globalização e a difusão do conhecimento e da informação provocaram mudanças radicais na estrutura da Administração seja Privada ou Pública.

Na opinião de Pereira (2002) a Reforma da gestão pública teve a finalidade habilitar o país para competir no mundo global, tendo afirmado ainda, que todos os países desenvolvidos ou em desenvolvimento estão fazendo no momento. O autor acrescenta que o cenário mudou, onde antes os inimigos eram outras nações, hoje são: terrorismo, drogas, a criminalidade, a exploração de crianças e de mulheres pelo tráfico internacional, o aquecimento global, dentre outros. A reforma é inevitável, pois as demandas também mudaram. Entretanto, para operacionalizá-la há necessidade de premissas, e uma delas Pereira (2001), por meio do estudo detalhado da situação do país, afirma que o Estado deveria migrar do burocrático, que sucedeu o Estado patrimonialista, para o gerencial. Continuando, o autor elabora um modelo onde o Estado moderno deveria ser dividido em três setores: o das atividades exclusivas do Estado; o de serviços sociais e científicos; e o de Produção de bens e serviços para o mercado. Adicionalmente, cita que o sucesso do modelo gerencial deve ter o suporte com servidores públicos altamente competentes, treinados e bem remunerados. Pereira ainda complementa que a reforma administrativa, ao longo de sua caminhada, não será de flores, mas passará por tormentas e inúmeras dificuldades, por avanços e retrocessos, enfrentarão resistências típicas à mudança; corporativismo dos que estão levando vantagem na situação existente; interesses políticos; e dos capitalistas em usufruir dos benefícios do Estado.

Dentro da visão do empreendedorismo, ao comparar a forma administrativa da Administração Privada com a Administração Pública, uma das diferenças encontradas entre a Empresa Privada e a Administração Pública é que a primeira objetiva o lucro, enquanto a segunda possui foco na prestação de serviços à população, aliado ao dever de aplicar da melhor forma os recursos custeados pelos cidadãos. Segundo Meirelles (1982), a Administração Pública é todo aparelhamento do Estado pré-ordenado à realização de seus serviços, visando à satisfação das necessidades coletivas.

A acirrada concorrência, competições e disputas de mercado fazem com que as Empresas Privadas busquem ser inovadoras e flexíveis às mudanças, no cenário em que atuam. Por outro lado, a Administração Pública dificilmente sofre interferência do meio externo. Não existe concorrência para estimular reforma ou modernização da maior parte do seu empenho, que é na prestação de serviço. Outra diferença entre a gestão privada e a gestão pública está no modo de aplicação da ação. Enquanto o gestor privado age dentro do que não for contrário à Lei, o gestor público encontra muitos obstáculos ao tentar inovar, em razão do engessamento imposto à Administração Pública, onde este apenas pode agir se a Lei autorizar ou determinar.

O *Empowerment* ou emponderamento, entre outros entendimentos, é um elemento importante de inovação para ser aplicado em reforma ou modernização, seja na gestão pública ou privada. Através do conceito a ser esclarecido posteriormente na seção 2.3, a gestão se torna mais participativa, ou seja, não tem apenas normalmente um responsável, mas todos participam da tomada de decisão. Na visão da Administração Privada, não se tem um poder centralizado, mas distribuído; na visão pública o governo não é o único que decide o que é melhor para a sociedade, mas esta tem poder de opinar o que é melhor para ela.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Administração Pública tem passado, em especial após a crise global de 2008, por uma série de desafios especialmente diferentes aos anteriores, por conta de novas exigências da sociedade, que tem demandado um posicionamento de criação de riqueza nos países, com o propósito de minimizar os desequilíbrios internacionais. Este novo posicionamento implica na criação de novo marco legal para as empresas e também em um posicionamento mais empreendedor do Estado, com o propósito de criar condições de fatores que levem ao desenvolvimento.

Portanto, a Reforma Administrativa Pública é imprescindível para poder enfrentar a incapacidade do Estado em atender à demanda desta população diante deste novo cenário globalizado, cada vez mais exigente e necessitado, seja em quantidade, seja em qualidade e tempestivamente. A estrutura burocrática, controladora, torna-a morosa e engessada, onde os funcionários se limitam a cumprir as normas, esquecendo que o objetivo principal é atender ao cidadão. Sob a perspectiva do Estado empreendedor, este deve utilizar a burocracia e o controle com ênfase nos resultados ou desempenho.

A fundamentação teórica a seguir apresenta uma breve retrospectiva da evolução da Administração Pública, além de conceitos sobre empreendedorismo e emponderamento, para um melhor entendimento, a fim de visualizar o Estado como uma Empresa Privada, empreendedora e empoderada, como solução para a problemática apresentada.

### 2.1 Modelo Gerencial

Dentro da perspectiva histórico-evolutiva podem-se distinguir três modelos de Administração Pública: a patrimonialista, a burocrática e a gerencial, as quais serão melhores detalhadas no desenvolvimento deste artigo, segundo o ponto de vista dos autores: Abrucio (1997), Brasil (1995) e Pascarelli Filho (2011).

A Administração Pública patrimonialista surge por volta da década de 1930. Neste modelo de Administração Pública, o aparelho estatal funcionava como extensão do poder do soberano e tinha como principais características: nepotismo e corrupção; confusão entre propriedade pública e privada, tudo estava sobre o domínio do soberano que utilizava os bens sem prestar contas à sociedade; cargo público era considerado um bem próprio e hereditário, pois passava de pai para filho; os auxiliares e servidores tinha status de nobreza real; descaso em relação aos cidadãos e as demandas sociais.

A Administração Pública burocrática surge na metade do século XIX, na época do Estado liberal, como forma de combater a corrupção e nepotismo do modelo patrimonialista. Este tipo de Administração tem como princípios orientadores: a profissionalização, a carreira, a hierarquia funcional, a impessoalidade e o formalismo. Em síntese, estes princípios formam o que se chama de poder racional-legal, e tem como principais características: separação entre coisa pública e privada; regras legais e operacionais previamente definidas; reorientação e reestruturação da Administração para atender ao crescimento das demandas sociais; racionalidade; e eficiência administrativa.

O controle administrativo rígido presente neste modelo era a forma de se evitar o nepotismo e a corrupção. Vale observar que o controle passou a ser a principal prioridade para o servidor, ficando o dever de servir à sociedade em segundo plano. Exemplos deste tipo de controle: admissão de pessoal, compras e atendimento às demandas.

Weber (1968) previu que o sistema burocrático iria se tornar ineficiente em função da sua rigidez. Este modelo funcionou adequadamente apenas no início, quando os serviços do Estado eram reduzidos. No decorrer do tempo, as atividades estatais aumentaram sensivelmente, por consequência, passaram a apresentar disfunções, como por exemplo: morosidade na prestação de serviço.

Como ponto de destaque neste tipo de Administração tem-se a qualidade na efetividade dos processos a favor do controle dos abusos, e como ponto falho, não voltar-se para as necessidades dos cidadãos e nem vislumbrá-los como clientes.



A Administração Pública Gerencial ou Nova Administração Pública (New Public Management) surge na década de 1970 como forma de responder às insuficiências do modelo burocrático weberiano e suprir as demandas da sociedade contemporânea, como resposta à expansão das funções econômicas e sociais do Estado, do desenvolvimento tecnológico e da globalização da economia mundial.

Para Caiden (1991) o modelo gerencial dá ênfase a descentralização (transferência de poder em função dos deslocamentos de objetivos) e flexibilidade administrativa (em relação aos princípios do modelo burocrático), introdução do espírito gerencial em alguns segmentos da Administração Pública.

Brasil (1995) não veio para negar todos os princípios da Administração Pública burocrática, apoia-se neste modelo, conserva e flexibiliza alguns de seus princípios fundamentais, tais como: critérios de mérito, remuneração, avaliação constante de desempenho e treinamento sistemático. A diferença fundamental está na forma de controle baseado nos resultados, e não nos processos.

Este modelo tem grande poder de transformação, de captar as principais tendências da gestão, resolver as críticas de opinião pública e, com isso, incorporá-las a sua prática. Tinha como objetivo controlar os gastos públicos por meio da redução de custos e aumentar a qualidade dos serviços, tendo o cidadão como beneficiário. Tem como balizamento os valores de eficiência, qualidade da prestação de serviços públicos e desenvolvimento da cultura gerencial nas organizações.

Em 1995 teve início no Brasil a Reforma da Gestão Pública ou Reforma Gerencial do Estado, com a publicação do Plano Diretor da Reforma do Estado, o qual se transformou na emenda constitucional nº 19 na constituição de 1988. Este plano foi a primeira reforma administrativa pública em período democrático, uma vez que, as duas outras foram a do Estado Novo e o Decreto-Lei 200 em regimes autoritários. Foi um grande avanço que surgiu da experiência internacional de origem inglesa para atender às mudanças que estavam ocorrendo no mundo. Adveio para construir e alicerçar a Administração Pública pós-burocrática e para melhorar o desempenho do Estado.

De acordo com Brasil (1998) e Silva (1999) a EC 19/98 implementou efetivamente a reforma administrativa do Estado brasileiro dando assim respaldo jurídico para as mudanças que se faziam necessárias à modernização do Estado brasileiro. Dentre as modificações pode-se destacar: estabilidade dos servidores públicos, com o regime de remuneração dos agentes públicos e com a gestão gerencial da Administração Pública.

Este modelo é realidade no mundo, porém está em fase de implementação no Brasil. Atualmente na Administração Gerencial deve ainda equacionar as assimetrias que restaram dos modelos patrimonialista e burocrático. Conforme Abrucio (1997), internacionalmente o modelo gerencial surgiu inicialmente nos países anglo-saxões (Grã-Bretanha, Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia) e depois gradualmente na Europa e Canadá.

As principais tendências internacionais do modelo são: incentivar parcerias com o setor privado e organizações não governamentais (ONGs); introduzir sistemas de avaliação individual e resultados organizacionais baseados em indicadores de qualidade e produtividade; dar maior autonomia às agências governamentais e horizontalizar a estrutura hierárquica; descentralizar as políticas públicas para o poder de decisão se aproximar do cidadão e melhorar a qualidade da prestação de serviço público; estabelecer o planejamento estratégico e pensar em políticas de médio e longo prazo; tornar flexível a administração de pessoal no setor público através da negociação coletiva; introdução de ganhos de produtividade e novos critérios de promoção; priorizar a profissionalização do serviço público por meio da manutenção da carreira, políticas de motivação e revalorização da ética no serviço público; desenvolver habilidades gerenciais nos funcionários de nível médio e altos escalões.

Para Brasil (1995), a estratégia nacional brasileira é: definir de forma precisa os objetivos que o administrador público deve seguir em sua unidade; garantir autonomia do administrador na gestão dos recursos humanos, materiais e financeiros postos a sua disposição para atender aos objetivos contratados; não estar em busca do controle em troca de avaliar o resultado final das ações; competição administrativa com a possibilidade de concorrência interna entre as unidades.

## 2.2 Empreendedorismo

A necessidade de inovar está cada vez mais evidente aos olhos das empresas que não querem ser apenas mais uma no mercado e sim aquela que possui destaque e se mantém em constante evolução em comparação às demais.

Não é preciso ir muito longe para perceber a necessidade da inovação. Ela é demonstrada nas declarações de missão empresarial e seus documentos sobre estratégia, cada um deles enfatizando quão importante é a inovação para “nossos clientes/nossos acionistas/nosso negócio/nosso futuro” e, mais comumente, para “nossa sobrevivência e nosso crescimento” (BESSANT e TIDD, 2009).

Quando se analisa a Administração Pública percebe-se que a preocupação de uma empresa privada com o seu desempenho no mercado, ofertando o seu melhor produto ou serviço prestado com a qualidade no atendimento e cuidado com sua imagem perante a sociedade, não se aplica à prestação do serviço público, onde muitas vezes seus servidores se restringem apenas em cumprir sua jornada de trabalho, na maioria das vezes sem se importar com a qualidade do atendimento prestado, o atendimento adequado às necessidades do cidadão e a satisfação dos clientes, sim, cidadãos não deixam de ser clientes, pois aqueles serviços prestados no serviço público são custeados pela sociedade através dos diversos impostos fixados pelo Governo.

Diante do descrito, a proposta é a sugestão de mudança deste quadro, com o propósito de equiparar as duas gestões e de se questionar o porquê do serviço prestado pelas Empresas Públicas seguir caminhos tão diferentes dos prestados pelas Empresas Privadas.

Segundo Drucker (1987), as instituições de serviços públicos, tais como empresas estatais, sindicatos trabalhistas, igrejas, universidades públicas, entre outras, precisam ser tão inovadoras e empreendedoras como qualquer outra atividade econômica.

Um dos itens proposto neste artigo é a aplicação do empreendedorismo à Administração Pública. Segundo Melo Neto e Froes (2002) o empreendedorismo é visto como um ramo da administração de empresas, que enfatiza a criação, o desenvolvimento e a gestão de novas organizações. Há também especialistas que veem o empreendedorismo como uma disciplina, um campo de estudos da arte e da ciência gerencial, ou ainda, visto como uma política de ação do governo, das empresas e da comunidade, gerando uma alternativa para a promoção do desenvolvimento econômico e social locais. A definição do empreendedorismo como suporte indispensável ao desenvolvimento autossustentável das micros, pequenas e médias empresas. Em suma, o empreendedorismo é o ato de inovar gerencialmente, seja por meio de ações voltadas para o surgimento orientado de novas empresas, o desenvolvimento e gestão das já existentes, ou como ferramenta de incentivo ao desenvolvimento social.

Dornelas (2005) define empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em harmonia, levam à transformação de ideias e oportunidades, sendo assim, o empreendedorismo seria a iniciativa de criar e desenvolver planos e projetos utilizando os recursos disponíveis, transformando-os em crescimento e desenvolvimento econômico.

O ato de inovar está diretamente ligado ao proposto nesta seção, visto que o empreendedorismo passa a ser uma estratégia de gestão para a Administração Pública, visando agregar valor aos serviços prestados aos cidadãos.

A discrepância entre a gestão da Administração Pública e a Privada se justifica com a enumeração de diversos fatores, que vão desde a legislação, passando pelos recursos financeiros e cultura organizacional. Enquanto uma Empresa Privada é criada através da vontade de pessoas físicas com recursos financeiros disponíveis em empreender, a da Administração Pública é criada por força de lei, em que seus recursos devem ser utilizados de forma responsável, e seus gastos devem constar na prestação de contas do gestor, onde muitas vezes pra se utilizar dos valores disponíveis, o gestor deve fazer valer, novamente, a lei, através de licitações, as quais são orientadas pela Lei 8.666/93, que rege as

licitações e os contratos administrativos pertinentes às obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienação e locação, no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. A partir deste momento, compreendemos o engessamento da Administração Pública através do princípio da legalidade, no Direito Administrativo.

Segundo Alexandrino e Paulo (2008), pode-se afirmar que, no âmbito do Direito Administrativo, como decorrência do regime de direito público, a legalidade traduz a ideia de que a Administração Pública somente tem a possibilidade de atuar quando exista lei que a determine (atuação vinculada) ou autoriza (atuação discricionária), devendo obedecer estritamente ao estipulado na lei, ou sendo discricionária a atuação, observar os termos, condições e limites autorizados em lei.

Ainda segundo Alexandrino e Paulo (2008), essa é a principal diferença do princípio da legalidade para os particulares e para Administração. Aqueles podem fazer tudo o que a lei não proíba; esta só pode fazer o que a lei determine ou autorize. Inexistindo previsão legal, não há possibilidade atuação administrativa, sendo assim, a Administração Pública fica em desvantagem frente à Administração Privada, erro que se inicia desde a alta gestão do país, que permitem este tipo de engessamento.

O objetivo do governo empreendedor é, como mencionado anteriormente, tratar o cidadão como um verdadeiro cliente, buscando sempre atender às suas necessidades, expectativas e exigências.

Algumas mudanças na visão da Administração Pública devem ocorrer para que se alcance este objetivo, primeiramente compreendendo suas limitações para verificar até onde estas mudanças podem ocorrer, e em um segundo momento, criando uma cultura organizacional voltada para a melhoria na qualificação profissional e desempenho de competências do servidor, objetivando um atendimento de excelência ao cidadão.

Algumas ações voltadas neste sentido já estão com prazo estipulado para início no município de Manaus. A Prefeitura Municipal de Manaus iniciará em novembro deste ano um projeto em que fará consultas diretas à população da cidade visando medir a qualidade do serviço prestado pelos servidores públicos municipais. Há 14 anos o município criou a Fundação Escola de Serviço Pública Municipal (FESPM) voltada para ações pedagógicas de capacitação dos agentes públicos municipais. A FESPM atua de forma a conscientizar os servidores da importância de executar seu trabalho com qualidade à população. A Fundação utiliza como ferramenta para contribuir com o alcance de seu objetivo, o chamado Manual de Conduta no Serviço Público – Atitudes inteligentes em busca da excelência na Prefeitura de Manaus –, manual este que define limites nas atividades dos agentes públicos já previsto em estatutos e Constituição Federal, além de uma série de regras sobre a melhor conduta do servidor (Jornal A Crítica, 2011).

### 2.3 Empoderamento

Não existe um consenso de conceito dos termos Empoderamento ou *Empowerment*. Conforme o dicionário Webster, *Empowerment* tem o significado do ato de dar poder a alguém. Entende-se que este poder pode ser exercido por um indivíduo ou coletividade com a finalidade de ter autonomia sobre ações e atitudes que envolvam seus interesses. Na visão empresarial, *Empowerment* é delegar autoridade e responsabilidade aos colaboradores a fim de melhorar a relação de subordinação, com o objetivo de aumentar a confiança recíproca. Nesta visão, os colaboradores são estimulados não só a concordarem com a autoridade, como participarem nas decisões que lhe competem. Esse conceito ultrapassa a consciência individualista outrora pertencente à direção, onde normalmente a participação do subordinado era apenas um monossilábico “sim” ou “não”. Os colaboradores passam de simples paciente de execução à também agente da elaboração da própria ação. Em resumo, *Empowerment* é o ato de delegar poder e autoridade de decisão para alguém.

No Brasil, conforme Valoura (2006), quem primeiro utilizou o termo empoderamento com o sentido de transformador foi Paulo Freire. Ainda conforme Valoura, o sentido dado por Freire para o termo é

“pessoa, grupo ou instituição emponderada é aquela que realiza por si mesma as mudanças e ações que as levam a evoluir e se fortalecer”.

Atualmente, as empresas estão utilizando deste conceito para obter melhores resultados para a instituição. O resultado do empoderamento é o aproveitamento do capital intelectual dos indivíduos como grande força para buscar as melhores oportunidades no mercado altamente competitivo, exigente, turbulento e volátil. O empoderamento pode ser um diferencial estratégico em uma empresa. Semler (1989) afirma que, na Semco S.A, instalada no Brasil, a maioria dos empregados possuem: poder de voto nas decisões importantes da empresa; livre acesso às documentações gerenciais, tais como: relatórios financeiros e contábeis, produção, entre outros; além de escolher seu horário de trabalho. Ratifica ainda que esta mudança organizacional de ampliar o sistema decisório até o menor nível (empoderamento) é a principal razão dos excelentes resultados em 1988, de 10% de lucro sobre as vendas de US\$ 30 milhões, após o resultado desastroso de 1980. Não se deve confundir empoderamento como uma simples delegação de responsabilidade, deve-se deixar claro que a liberdade de participação na tomada de decisão tem que está vinculada aos objetivos da empresa. Isto é importante para que uma solução não se torne um problema onde todos, em razão do empoderamento, se julguem no direito de exercer este instrumento de forma inadequada. Werneck (2005) nos alerta que a técnica do empoderamento não deve ser confundida com a falta de organização, disciplina, controle e comando, apenas que estas atividades são compartilhadas para melhor desempenho da organização. Um exemplo de má aplicação do empoderamento pode ser verificado em governos onde foram nomeados membros sindicalistas e membros do Partido dos Trabalhadores para ocupar cargos de direção da Gestão Pública, sem levar em consideração a competência técnica e a qualidade profissional. A consequência foi o afastamento desses colaboradores por motivos diversos assaz divulgados na imprensa.

Se a finalidade da Administração Pública visa o bem comum e o interesse público, nada mais justo que os tomadores do serviço tenham a sua participação no que vai lhe ser servido. Esta participação se dá através do empoderamento. No Brasil, a população através do exercício do voto já se utiliza deste mecanismo ao escolher os seus governantes, pessoas com a finalidade de atender suas necessidades. Ela utiliza o poder do voto para influenciar e interferir na defesa dos seus interesses. Em outros exemplos verifica-se através do poder popular a retirada de governantes contrários às finalidades para os quais foram empossados. Entretanto, a exoneração desses governantes é o extremo do problema, a técnica do empoderamento tem a finalidade de evitar tais finais. É provável que continuemos a ter esses desvios em razão da aplicação deste conceito no ambiente da Administração Pública, não sendo aplicado de forma idêntica ao da Administração Privada. O modelo da Administração Pública é por essência burocrática e, portanto morosa.

Segundo Secchi (2009) desde 1980 todas as Administrações Públicas do mundo já estavam realizando mudanças substanciais na política da gestão pública em prol da eficiência e qualidade. De 1980 para os dias atuais, já se passaram pouco mais de 30 anos, e ainda não ocorrem mudanças com resultados desejados para a população, clientes desta Administração.

Conforme Oliveira et al (2004), os principais objetivos da implantação do *empowerment* ou empoderamento em uma instituição ou organização são a satisfação dos clientes e o aumento da rentabilidade. Os autores afirmam ainda que a satisfação dos clientes é o resultado de um atendimento rápido e ágil e, claro, com qualidade. A satisfação é o vetor para o aumento da receita, e a redução de custos decorre do envolvimento ou participação dos colaboradores no processo decisório. Este atendimento esperado pela sociedade ainda está longe de acontecer em razão da mudança ou reforma que também deverá está inclusa as pessoas que trabalham na Administração Pública. De acordo com Pereira (2001) na sua proposta para a Reforma Gerencial o Estado deveria ter funcionários competentes, treinados e bem remunerados.

Embora o Estado através da Administração Pública não tenha como objetivo o lucro resta outros dois elementos que é a satisfação dos clientes representados pelos interesses coletivos e individuais, e a redução de custo.

Como exemplo de aplicação de empoderamento na Administração Pública cita-se o Orçamento Democrático (OC) ou Orçamento Participativo onde os cidadãos influenciam a decisão dos orçamentos públicos municipais. Este tipo de participação teve início na Prefeitura de Pelotas/RS, sendo depois migrado para a Prefeitura de Porto Alegre/RS, na gestão de Olívio Dutra, em 1989. A partir de então vários outros exemplos foram aplicados em outras cidades como Diadema/SP, Vila Velha/ES.

Outros exemplos onde a população pode utilizar do seu poder estão previstos da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CF/88). Exercício do voto, previsto no art. 60, § 4º, II, CF/88, cláusula pétreia, já citada anteriormente. Ainda encontramos na mesma previsão legal no seu art. 14, onde através do voto cada cidadão tem igual poder, a partir de dezesseis anos, de opinar o que é melhor para a população. Três são os instrumentos de poder ou soberania da população. Um deles, o Plebiscito, a população utiliza o seu poder soberano de opinar se continua aceitando um dispositivo legal existente. Por exemplo, em 21/04/1993 a população através do Plebiscito permaneceu com a forma de governo presidencialista. Outro é o Referendo, dispositivo onde a soberania popular é expressa através do voto, decidindo se uma norma legal traz realmente benefício ou não, por exemplo: Referendo do desarmamento ocorrido em 23/08/05, a fim de validar a Lei 10.826 de 22/12/03. Por último, a Iniciativa Popular, onde a população brasileira pode apresentar um projeto de Lei, desde que consiga 1% das assinaturas dos eleitores distribuídos em pelo menos cinco estados da federação. Este feito foi obtido com a Lei 9.840/99 sobre compra de votos.

### **3. METODOLOGIA**

A Metodologia aplicada quanto a sua finalidade foi exploratória em função de tornar o tema da pesquisa mais explícito através da pesquisa bibliográfica (GIL, 2010). Reforçando a metodologia da pesquisa exploratória, Andrade (2010) nos reporta que a pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, tem a finalidade de trazer maiores informações e esclarecimentos sobre o assunto da pesquisa. A pesquisa bibliográfica foi direcionada por livros, artigos científicos e sites pertinentes ao tema.

### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O empreendedorismo não poderia deixar de estar presente no tripé que deve sustentar este modelo aplicado à Administração Pública, pois quando se considera a inovação, necessita-se também empreender, fazer algo novo, ou refazer algo de forma diferenciada, com resultado econômico ou social.

Na Administração Pública pode-se destacar que apesar da liberdade restrita que o gestor tem em tomar decisão de forma rápida e inovadora, seu poder discricionário deve ser sabiamente utilizado voltado para esta visão.

O usuário passa a ser cliente na Administração Pública, quando recorre a esta na expectativa de uma prestação de serviço, tal serviço deve ser prestado por pessoas aptas e capacitadas a dar um atendimento de qualidade. Em razão disto, a Administração deve ter como uma de suas prioridades o desenvolvimento profissional de seus servidores, a capacitação destes para um atendimento de qualidade, para então, poder falar em excelência no atendimento ao cidadão.

A administração Pública Gerencial deve ser permeável à maior participação dos agentes privados, das organizações da sociedade civil com ênfase nos resultados (fins); deve inspirar-se na administração das empresas, mas não deve ser confundida com esta. A diferença básica é que o mercado controla a administração das empresas e a sociedade por meio de seus representantes eleitos controla a

Administração Pública; visualizar o cidadão como contribuinte de impostos e cliente de seus serviços; relacionar-se com o interesse da coletividade e não com o aparato de Estado. Os seus resultados são considerados bons quando atendem às necessidades do cidadão/cliente. Em suma, deve ser implementada em maior escala em todas as esferas do setor público, seja no nível federal, estadual e municipal, segundo os princípios da EC 19/98.

O empoderamento é um instrumento bastante eficaz quando bem aplicado, e a Administração Pública pode se valer deste para melhor cumprir o seu objetivo fim que é atender às necessidades dos seus clientes denominados de população, especificamente voltadas para o social. A aplicação do Orçamento Participativo é um exemplo de utilização de empoderamento da população, onde não são apenas coadjuvantes do que é melhor para todos e sim protagonistas.

Conforme Dasso Júnior (2002), a Reforma Administrativa Pública deveria levar o Estado a se transformar em uma grande Empresa Privada onde seus gestores deveriam ser cobrados por cumprimento de metas e resultados, sob pena de serem exonerados, a exemplo do que ocorre com os executivos de uma grande empresa. É lamentável a realidade, pois não se percebe ainda com ênfase a impunidade dos maus gestores, mas existem sinais de avanços nessa direção do Estado empreendedor, com a terceirização de serviços, adoção do regime celetista em detrimento do estatutário, adoção das parcerias público-privada, aspectos que não fazem parte desta pesquisa, porém ficam como sugestões para trabalhos futuros.

Como observado, é necessário que o governo se assemelhe mais a um modelo empreendedor. Esta perspectiva surgida há 20 anos, com autores como Caiden (1991), segue atual na visão desta pesquisa. Adotar o modelo dos empreendedores do presente pode ajudar a construir um governo mais compatível com os anseios da sociedade conectada do mundo contemporâneo. Adotar uma postura inovadora sistemática é uma das saídas para os impasses vistos nas praças do mundo, pois as cidades e as sociedades não estão prontas, passam sempre por transformações e apenas com modelos de administração pública sendo constantemente renovados é que será possível tratar adequadamente os anseios e as necessidades de cada novo momento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ABRUCIO, F.L. O impacto do modelo gerencial na administração pública Um breve estudo sobre a experiência internacional recente. Cadernos ENAP; Brasília, n. 10, 1997.

ALEXANDRINO, M.; Paulo, V. Direito administrativo descomplicado. 16.ed. São Paulo: Método, 2008.

ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BRASIL. Constituição (1988). Emenda Constitucional nº 19, de 04 de junho 1998. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/emendas/emc/emc19.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc19.htm)>. Acesso em: 28 set. 2011.

\_\_\_\_\_. Lei 8.666, de 21 de junho de 1993. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8666cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8666cons.htm)>. Acesso em: 25 set. 2011.

\_\_\_\_\_. Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado, Brasília, nov. 1995. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/Documents/MARE/PlanoDiretor/planodiretor.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2011.

CAIDEN, G.E. Administrative reform comes of age. Berlin/New York: Walter de Grueter, 1991.

COUTINHO, A. L. C. Servidor público: reforma administrativa, estabilidade, empregado público, direito adquirido. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2003.

DASSO JÚNIOR, A. E. O papel do servidor público num Estado democrático e participativo. VII Congresso Internacional Del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administracion Pública, Lisboa, Portugal, 8 - 11 oct. 2002. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043625.pdf>>. Acesso em: 11 out.2011.

DORNELAS, J. C. A. Transformado ideias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEIRELLES, H. L. Direito administrativo brasileiro. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1982.

MELO NETO, F. P. e FRÓES, C. Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, U. R.; Rodriguez, M. V. R. Empowerment como ferramenta de gestão de pessoas para a redução dos custos e aumento da eficiência operacional: Um estudo de caso em uma instituição financeira. XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov. de 2004.

PASCARELLI FILHO, M. A nova administração pública: profissionalização, eficiência e governança. São Paulo: DVS, 2011.

PEREIRA, L. C. B. A reforma na gestão pública, Correio Braziliense, Brasília, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/view.asp?cod=918>>. Acesso em: 23 set. 2011.

\_\_\_\_\_. Do estado patrimonial ao gerencial, In Pinheiro, Wilhelm e Sachs (orgs.), Brasil: um século de transformações. São Paulo: Cia. das Letras, 2001. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/papers/2000/00-73EstadoPatrimonial-Gerencial.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2011.

PINHEIRO, L. Prefeitura de Manaus lança manual de conduta do servidor. Jornal A Crítica. Manaus, A Crítica, 12 jul. 2011. Disponível em: [http://acritica.uol.com.br/manaus/Prefeitura-Manaus-Manual-Conduto-Servidor\\_0\\_515948414.html](http://acritica.uol.com.br/manaus/Prefeitura-Manaus-Manual-Conduto-Servidor_0_515948414.html). Acesso em: 25 set. 2011.

SECCHI, L. Modelos organizacionais e reformas da administração pública. Rev. Adm. Pública, Rio de Janeiro, v. 43, n. 2, abr. 2009.

SEMLER, R. Management without managers. Havard Business Review, set/out 1989.

SILVA, C. O. P. A reforma administrativa e a emenda nº 19/98: uma análise panorâmica. Revista Jurídica Virtual, Brasília, v. 1, n. 1, mai. 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/revista/Rev\\_01/Reforma%20Administrativa.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_01/Reforma%20Administrativa.htm)>. Acesso em: 28 set. 2011.

VALOURA, L. C. Paulo Freire, o educador brasileiro, autor do termo empoderamento em seu sentido transformador, 2006. Disponível em: <[http://www.paulofreire.org/pub/Crpf/CrpfAcervo000120/Paulo\\_Freire\\_e\\_o\\_conceito\\_de\\_empoderamento.pdf](http://www.paulofreire.org/pub/Crpf/CrpfAcervo000120/Paulo_Freire_e_o_conceito_de_empoderamento.pdf)>. Acesso em: 22 set. 2011.

WEBER, M. Economy and Society. New York: Bedminster, 1968.

WERNECK, P. L. Teoria geral da administração. Rio de Janeiro: 2005. Disponível em: <<http://www.mercadoes.com.br/>>. Acesso em: 29 set. 2011.

## ALÉM DAS FRONTEIRAS DA PARAÍBA: MAPEAMENTO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CAJAZEIRAS EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO

N. N. Rodrigues<sup>1</sup>, H. K. B. Duarte<sup>2</sup> e C. F. Sousa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus Cajazeiras - Docente e

<sup>2</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus Cajazeiras – Bolsista do CNPq

nadja.rodrigues@ifpb.edu.br – hingredy\_cz@hotmail.com, kristina\_una@hotmail.com

### RESUMO

Objetivando caracterizar a participação dos consumidores da cidade de Cajazeiras, no processo de globalização, este artigo reflete os principais resultados de um projeto de pesquisa realizado nesta cidade. O objetivo principal deste artigo é identificar e apresentar o perfil dos consumidores comuns (do tipo pessoa física) de Cajazeiras, em tempos onde o processo de globalização exerce grande influência sobre os fluxos de informações e as transações comerciais. De forma mais detalhada, o projeto se propôs a investigar os seguintes aspectos: as características da globalização para o mercado consumidor da cidade de Cajazeiras; a influência dos recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) sobre os processos de globalização, para as pessoas desta cidade. Com base nesta investigação, o projeto se propôs a identificar e apresentar o perfil dos consumidores de Cajazeiras no que diz respeito ao processo de globalização. Para a execução do projeto, foram realizadas as seguintes atividades: revisão bibliográfica sobre os principais aspectos e características da globalização, e a forma como podem influenciar as vidas das pessoas no mundo; revisão bibliográfica sobre a influência dos recursos de TICs sobre as pessoas, no que diz respeito ao apoio ao processo de globalização; entrevistas com consumidores (entrevistas com pessoas da cidade de Cajazeiras), de forma a identificar os principais aspectos e características da globalização que influenciam as suas participações no processo. Essas entrevistas buscaram responder aos seguintes questionamentos: se as pessoas desta cidade estão participando ativamente da globalização; em caso positivo, quais os principais aspectos e características da globalização e recursos de TICs que estão influenciando a participação destas pessoas no processo. A análise dos dados provenientes das entrevistas resultou na construção do perfil dos consumidores de produtos e serviços de Cajazeiras com relação ao processo de globalização, como forma de refletir a influência deste processo sobre aspectos econômicos, sociais e culturais da cidade. A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o processo de globalização e o perfil consumidor das pessoas na cidade de Cajazeiras. Os dados referentes aos aspectos de globalização, coletados e analisados pelo projeto, demonstraram que o mercado consumidor de Cajazeiras participa da globalização. Os consumidores da cidade já desenvolvem iniciativas para ultrapassar as fronteiras da cidade e do estado da Paraíba, embora uma minoria de ações esteja relacionada a operações internacionais. Esses resultados ainda apontam para o fato de que os consumidores estão utilizando TICs em ações virtuais de globalização, embora alguns desses recursos possam ter seus usos potencializados, em virtude das suas propostas de utilização.

**Palavras-chave:** globalização, Tecnologias de Informação e Comunicação, consumo de produtos e serviços.



## 1. INTRODUÇÃO

Entende-se a globalização como sendo o processo que promove a integração do mundo como um todo, possibilitando que pessoas e instituições (públicas ou privadas) construam relacionamentos, troquem idéias, interajam com fins pessoas, financeiros ou comerciais, e expandam todos esses elementos além das suas fronteiras.

A globalização vem redefinindo a vida das pessoas e das instituições, sendo construída com base em alicerces como informação e tecnologias. Percebe-se que, em tempos de globalização, através das TICs, a informação está disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, podendo ser produzida e acessada por pessoas, empresas, governos. Freitas (2010) explica que as inovações, principalmente nas telecomunicações e na informática, promoveram a globalização.

Laudon e Laudon (2007) consideram a informação um recurso cada vez mais crítico, diante das transformações no cenário mundial, como a globalização da economia, a competição e o constante crescimento das empresas. Segundo Stair e Reynolds (2008), a capacidade de uma organização coletar dados, interpretá-los e agir com base neles, rapidamente, pode diferenciar vencedores de perdedores, em um mercado altamente competitivo. Rodrigues (2002) explica que através das TICs, acontece o engajamento ativo dos consumidores na busca de informações. A autora explica ainda que, nesse cenário, os consumidores passam a capturar dados relativos às empresas e aos produtos e serviços de que necessitam, e dessa forma podem fazer comparações e optar pelas melhores alternativas, de acordo com seus critérios.

Segundo Rodrigues (2002), a interação eletrônica entre uma empresa e os agentes do meio em que se encontra inserida traz benefícios para ambas as partes. A autora explica que os custos são reduzidos, a flexibilidade e a agilidade nas operações aumentam, os limites de tempo e espaço são reduzidos e o domínio sobre as informações aumenta, tudo graças à informatização dos processos.

Segundo Fernandes Neto (2006), a importância da globalização por todo o mundo aumenta significativamente. Este autor diz ainda que se os empresários investirem para globalizar suas organizações, haverá um incremento em seus lucros e rentabilidade, criando instituições mais sólidas dentro do mundo empresarial contemporâneo. Olhando pelo lado dos consumidores, a globalização aumenta a oferta de produtos e serviços e deve trazer como resultado, o aumento da concorrência entre as empresas, menores preços e maior qualidade desses produtos e serviços.

Considerando que a globalização é um cenário irreversível e os benefícios inerentes ao processo, para os consumidores de produtos e serviços, este estudo se propôs a identificar e apresentar o perfil dos consumidores comuns (do tipo pessoa física) de Cajazeiras, em tempos de globalização. Para guiar a execução do projeto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: identificar as características da globalização para o mercado consumidor da cidade de Cajazeiras, buscando entender como este processo está acontecendo na cidade; mapear a influência das TICs sobre os processos de globalização, para as pessoas desta cidade, buscando apresentar como o uso de TICs tem apoiado as ações de globalização para essas pessoas; identificar e apresentar o perfil dos consumidores de Cajazeiras no que diz respeito ao processo de globalização, buscando caracterizar a participação desses consumidores na globalização, além de motivar a expansão do processo na cidade. A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o processo de globalização e o perfil consumidor das pessoas na cidade, avaliando, de forma qualitativa ou quantitativa, os aspectos relacionados ao trabalho.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na seção 2 é apresentada a fundamentação teórica do trabalho; a seção 3 descreve a metodologia utilizada; a seção 4 apresenta os principais resultados do estudo, a análise e a interpretação dos mesmos; finalmente, a seção 5 apresenta algumas considerações finais.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção introduz alguns conceitos e definições usados como base para o desenvolvimento da pesquisa. Serão apresentados os principais aspectos relacionados aos elementos fundamentais para entendimento do cenário do projeto: os principais aspectos e características da globalização, e a forma como podem influenciar as vidas das pessoas no mundo; o relacionamento entre os principais recursos de TICs e a globalização, no que diz respeito à utilização desses recursos pelas pessoas, no processo de globalização.

### 2.1 O Cenário de Globalização

O processo de globalização diz respeito à forma como os países interagem e aproximam seus integrantes (pessoas, empresas e instituições), interligando o mundo e levando em consideração aspectos econômicos, sociais, culturais e políticos. “Essa palavra indica um processo de integração mundial que envolve, além da esfera econômica, as esferas política, social e cultural.” (TERRA et al, 2010a, p. 84).

Terra et al (2010a) explicam que o processo de desenvolvimento está intimamente relacionado à crescente integração da economia mundial. Os autores exemplificam a integração dos mercados mundiais como o fato de se poderem encontrar produtos de todo o mundo em um supermercado. Para esses autores, quanto maior o mercado, maior a recompensa financeira para aqueles que inventam produtos novos, técnicas de produção mais avançadas ou conseguem produzir com mais qualidade ou a preços mais baixos.

Segundo Terra et al (2010b), a globalização influencia não só as empresas, como também as pessoas, consumidores reais, ou potenciais. Os autores explicam que as inovações nas comunicações permitiram que a mídia passasse a fornecer novas referências culturais, em substituição às tradicionais. “Novos modos de vida foram divulgados por filmes, programas de TV e propagandas, internet. O lazer e as artes, assim como as referências de vestuário (moda) e de alimentação, universalizaram-se.” (TERRA et al, 2010b, p. 101).

Freitas (2010) explica que através da globalização ocorre a entrada de produtos importados e o consumidor é beneficiado, podendo contar com produtos importados mais baratos e de melhor qualidade. Ainda como resultado da globalização e da oferta maior de produtos, é ampliada a disponibilidade de produtos nacionais com preços menores e mais qualidade. Essa realidade pode ser constatada através da análise dos produtos disponíveis em vários setores, como eletrodomésticos, carros, roupas, cosméticos, e de serviços, como lavanderias, locadoras de vídeo e restaurantes.

Para Fernandes Neto (2006), O Brasil está atento à necessidade de integrar a globalização. Faz-se necessário que pessoas, empresas e instituições como um todo definam seus objetivos e tracem suas estratégias de ação, diante deste cenário, considerado irreversível e com grande possibilidade de benefícios para aqueles que o integram.

### 2.2 A Influência das TICs no Cenário de Globalização

As TICs correspondem ao conjunto de recursos tecnológicos (como hardware, software, recursos de telecomunicações) que, de forma integrada, proporcionam a automação de processos organizacionais ou pessoais e a troca de informações entre pessoas e/ou empresas. Com a evolução das TICs e dos seus recursos, naturalmente, mudam os hábitos e as formas de se fazerem as mesmas atividades. Os novos produtos de tecnologia, que surgem a cada dia, ainda ajudam na difusão da informação, trazendo velocidade para a divulgação dessa informação, encurtando assim, o tempo e a distância entre empresas e consumidores.

O processo de globalização está sendo impulsionado pelas TICs, através de recursos como televisores, celulares, computadores, internet, redes sociais, e vários outros meios que permitem a disseminação das informações e a comunicação. O fato de esses recursos estarem adentrando, cada vez

mais, nas residências e empresas, sendo consumidos em larga escala pelas pessoas e organizações, só tem reforçado os aspectos da globalização. Laudon e Laudon (2007) acreditam que a globalização e as TICs possibilitam a comunicação entre clientes e empresas de todo o mundo, além de aproximá-los, onde quer que estejam fisicamente localizados.

No mundo contemporâneo, as TICs podem ser usadas em casa, pelas pessoas, para lazer, ou para realizar atividades pessoais de forma confortável e prática. Já as empresas utilizam as TICs como recursos de trabalho, na automatização de processos de negócio, como divulgação de produtos ou realização de vendas.

Segundo Stair e Reynolds (2008), as pessoas interagem diariamente com TICs e sistemas de informação, tanto pessoal como profissionalmente. “Nós usamos caixas eletrônicos em bancos, funcionários em lojas verificam nossos itens com códigos de barras e dispositivos de varredura, nós acessamos informações pela internet e obtemos informações de quiosques com telas sensíveis a toques.” (STAIR e REYNOLDS, 2008, p. 4). Os autores explicam ainda que “As 500 principais companhias, gastam mais de 1 bilhão de dólares por ano em tecnologia de informações.” (STAIR e REYNOLDS, 2008, p. 4). Para esses autores, no futuro, as pessoas e empresas serão ainda mais dependentes de sistemas de informação. “Celulares, BlackBerrys, computadores de mão e e-mails, conferências on-line e teleconferências internacionais pela internet – todas essas ferramentas são essenciais para os negócios hoje.” (LAUDON e LAUDON, 2007, p.5).

Alguns dados da expansão do uso de TICs e sistemas de informação que apóiam o processo de globalização são apresentados por Laudon e Laudon (2007): “Em 2005, mais de 40 milhões de empresas tinha um site potocom registrado. Todos os dias cinco milhões de norte-americanos compram algo na Internet e outros 19 milhões pesquisam em busca de produtos.” (LAUDON e LAUDON, 2007, p.5).

Ainda referente à globalização, as redes sociais, por sua vez, também vêm sendo bastante utilizadas, com diferentes propósitos, como por exemplo: possibilitar a relação com diversos profissionais, criando oportunidades de venda e prospecção de serviços e recrutamento de pessoas; divulgação de produtos e serviços para potenciais consumidores; relacionamento entre consumidores por meios de suas afinidades com as marcas. Lemos et al (2011) dizem que mais de 65% das empresas já utilizam as redes sociais como ferramentas de comunicação com clientes e prospects.

As TICs mudam a vida de seus usuários, pela eficiência e praticidade que estão aliadas a essas tecnologias. As pessoas não precisam se deslocar de suas residências para adquirir produtos, por exemplo, pois fazem isso por meio da internet, ou até mesmo por programas de televisão que costumam vender por meio da telefonia. As empresas fabricam novos produtos, com alta qualidade, não só pra classe alta ou média terem acesso, mas também a classe baixa.

Cada vez mais as pessoas estão descobrindo as comodidades e facilidades que o uso de TICs oferece. Esse pode ser apontado como um fator motivador da globalização. Gomes (2007) acredita que a globalização está fortemente relacionada à internet. Por exemplo, para muitos clientes, a compra pela internet é pratica e segura, sem contar nas inúmeras vantagens de pagamentos e variedades de produtos. Os clientes buscam conforto e preço baixo sem sair de casa tendo, à sua disposição, através das transações online, informações quase sempre precisas em tempo real, além da possibilidade de acessar uma diversidade enorme de opções de produtos e marcas, dentre outros fatores.

Pode-se perceber que a combinação entre TICs e globalização vem dando certo, abrangendo um grande número de consumidores, que ganham praticidade, conforto e maiores opções de escolha no vasto território que o mundo globalizado pode oferecer. Essa percepção constata que TICs e globalização estão intimamente relacionadas.

Para Stair e Reynolds (2008), a expressão exclusão digital refere-se ao abismo que separa aqueles que podem fazer uso efetivo das novas ferramentas de comunicação e informação, como a internet, daqueles que não podem.

### 3. METODOLOGIA

Segundo dados do INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (2011), Cajazeiras possui uma população de 58.446 habitantes. Remetendo aos objetivos do estudo, foram definidos alguns aspectos da pesquisa. Foi utilizada uma pesquisa de campo, realizada através da aplicação de questionários para pessoas (clientes reais ou potenciais das empresas em globalização). Os questionários foram aplicados em uma amostra de 30 pessoas (aproximadamente 0,05% da população da cidade), conforme apresentado na Figura 1.

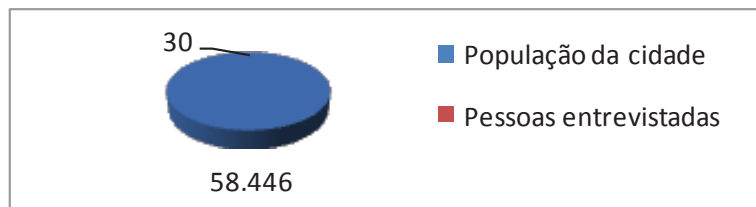


Figura 1- População da cidade e amostra de pessoas entrevistadas

As entrevistas com clientes envolveram os consumidores da cidade de Cajazeiras, clientes reais ou potenciais das empresas globalizadas, e objetivaram identificar os principais aspectos da globalização e recursos de TICs que influenciam a participação destes sujeitos no processo. A expectativa dos pesquisadores, em torno dos questionários, foi relacionada à idéia inicial de investigar se as pessoas em Cajazeiras participam do processo de globalização, e em caso positivo, identificar as características deste processo na cidade, ou seja, de que forma o fazem, especialmente com relação ao uso de TICs. Ainda se pretendeu motivar as pessoas envolvidas na pesquisa e as demais pessoas que por ventura acessem os resultados deste trabalho, a refletirem sobre a globalização e os benefícios que poderiam ser possibilitados por este processo, para cada uma delas, em particular. Por fim, os questionários puderam capturar as expectativas das pessoas em torno do uso de TICs, no processo de globalização. Neste caso, essas informações podem ser potencialmente utilizadas pelas empresas que globalizam seus produtos e serviços, para derivar estratégias de ação relacionadas à aproximação deste mercado consumidor, ou extrapolar as idéias provenientes deste trabalho para elaboração de estratégias de negócio voltadas a outros mercados consumidores.

A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o processo de globalização e o perfil consumidor das pessoas na cidade de Cajazeiras, avaliando, de forma qualitativa, diversos aspectos ao longo do questionário, como opiniões dos sujeitos. Por outro lado, alguns dados foram tratados de forma quantitativa, por refletirem aspectos mais objetivos do trabalho.

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta seção apresentará a análise dos dados coletados através da pesquisa, a partir dos questionários aplicados junto à amostra de clientes reais e potenciais da globalização, residentes na cidade de Cajazeiras.

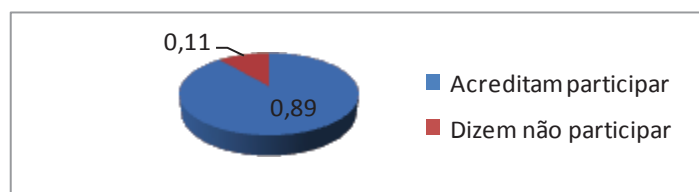
#### 4.1 Análise do Perfil da Amostra

Os dados quantitativos da pesquisa, inicialmente, demonstraram os aspectos investigados para melhor entendimento das características da amostra. A pesquisa contou com uma amostra de pessoas com as seguintes características: 56% são do sexo masculino, enquanto 44% são do sexo feminino; 78% são compostos por pessoas que possuem entre 20 e 29 anos; 11%, por pessoas entre 30 e 39 anos; os demais 11% são formados por pessoas que possuem entre 40 e 49 anos. Com relação à profissão, foram entrevistados desde estudantes, até pessoas que trabalham no comércio, profissionais liberais e ainda colaboradores de instituições em geral.

## 4.2 Identificação e Apresentação do Perfil do Consumidor de Cajazeiras

Em um segundo momento, a análise dos questionários identificou os principais aspectos e características da globalização que estão influenciando o processo, com relação aos consumidores de produtos e serviços residentes na cidade de Cajazeiras.

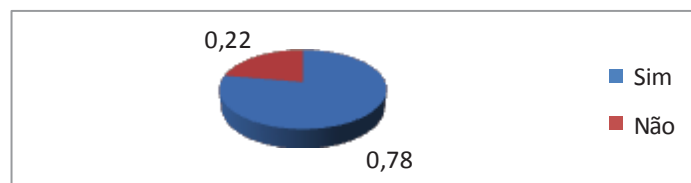
Avaliando a opinião das próprias pessoas sobre a globalização, percebeu-se que 89% acreditam que participam ativamente do processo, enquanto 11% dizem não participar, mas afirmam que gostariam de integrar o processo, conforme Figura 2. Justificando o seu interesse em fazer parte da globalização, as pessoas dizem buscar, especialmente, informações e conhecimento em geral, menores custos em transações financeiras ou comerciais, facilidade e agilidade nos processos rotineiros, tudo isso referente ao Brasil e ao mundo.



**Figura 2 - Participação dos consumidores na globalização**

Com relação às ações de globalização realizadas pelo consumidor, a pesquisa investigou operações de compras e vendas e troca de informações em geral. A seguir, serão apresentados os dados da pesquisa referentes a cada uma dessas ações.

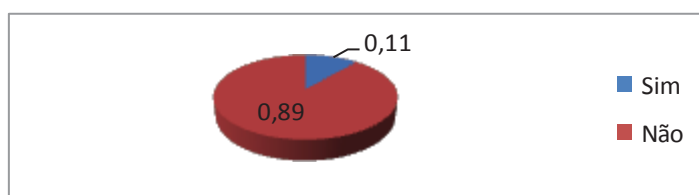
No que diz respeito às operações de compra, 78% afirmaram comprar produtos e serviços a outros estados brasileiros ou países, conforme pode ser visto na Figura 3. Os principais fatores que levam à compra de produtos fora da cidade de Cajazeiras e da Paraíba são a necessidade ou simplesmente o desejo de adquirir algo que não se encontra disponível na cidade ou estado do consumidor, ou o fato de terem sido percebidas melhores opções de compra em outras localidades.



**Figura 3 - Consumidores que compram a outros estados ou países**

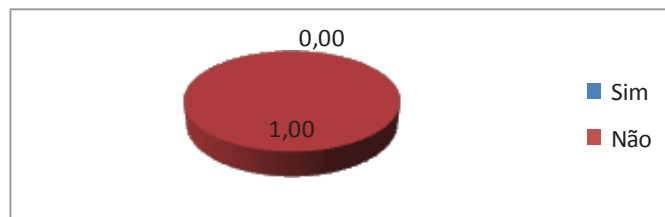
Outro dado importante é que 56% dos entrevistados disseram realizar essas operações de compra através do uso de recursos de TICs, e mais especificamente, da internet. O principal motivo apontado para não realização de compras pela internet foi a insegurança associada ao meio e o receio de algo dar errado na transação através da rede. O site mais citado nas compras foi o da Loja Submarino.

Especificamente com relação às importações, apenas 11% disseram que compram produtos e serviços a outros países, conforme Figura 4. A pesquisa aponta que o país procurado para as importações foi a China. Não há restrições com relação às compras dentro do país, tendo sido citados diversos estados das regiões brasileiras.



**Figura 4 - Consumidores que compram a outros países**

No que diz respeito às operações de venda, 100% relataram não vender produtos e serviços a outros estados brasileiros ou países, conforme pode ser visto na Figura 5.

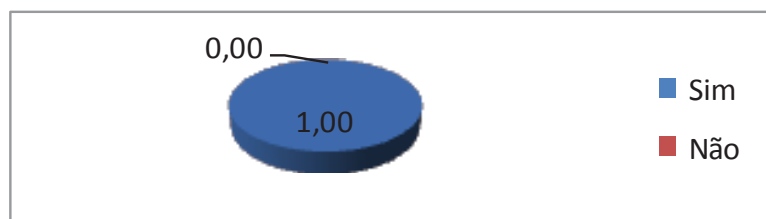


**Figura 5 - Consumidores que vendem a outros estados ou países**

O principal fator que leva a esses resultados é o fato de a grande maioria dos consumidores (89%) não se interessar pela venda de produtos ou serviços. Os poucos que disseram vender produtos ou serviços preferem realizar esses processos na própria cidade.

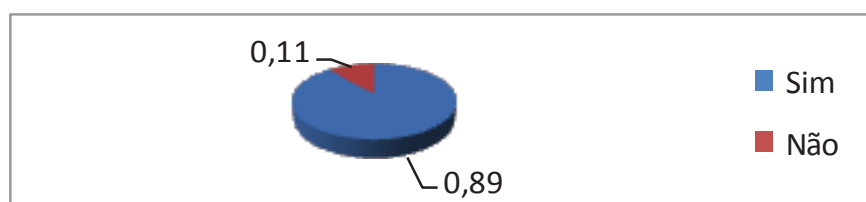
No que diz respeito ao fluxo de informações, percebe-se o uso de recursos de TICs como elementos fundamentais à busca e ao acesso às informações, e ainda uso das mesmas. 100% dos entrevistados relataram usar navegadores web para acessar a internet. Os mais citados foram o Mozilla Firefox e o Internet Explorer, sendo ambos utilizados por 89% da amostra

Especificamente com relação à web, 100% das pessoas afirmaram utilizar sites de busca para procurar as informações que desejam ou de que necessitam, conforme Figura 6, sendo o Google o mais popular entre os entrevistados.



**Figura 6 - Consumidores que usam sites de busca na web**

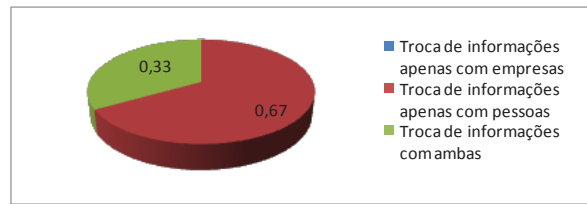
Um total de 100% dos entrevistados disse utilizar esses recursos para buscar informações e notícias sobre empresas. 89 % destes disseram utilizar os navegadores para buscar informações sobre empresas de outros estados ou países, conforme apresentado na Figura 7. Os países citados como de maior interesse por parte dos consumidores foram Estados Unidos da América e Inglaterra.



**Figura 7 - Consumidores que buscam informações sobre empresas de outros estados ou países**

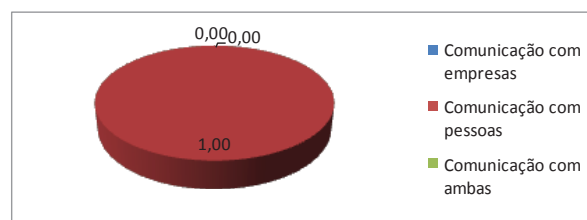
Avaliando recursos de TICs que poderiam ser mais bem explorados pelos consumidores de Cajazeiras, no processo de globalização, podem ser citados o correio eletrônico (email), as ferramentas para comunicação online e as redes sociais. Esses dados serão discutidos a seguir.

No que diz respeito ao uso de correio eletrônico como recurso para troca de informações, percebe-se que 100% dos entrevistados afirmaram utilizar este recurso. Entretanto, a maioria dos entrevistados (67%) disse fazer uso deste apenas como instrumento para comunicação com pessoas, enquanto apenas 33% também fazem uso deste para troca de informações com empresas, conforme Figura 8, sendo estas 100% brasileiras.

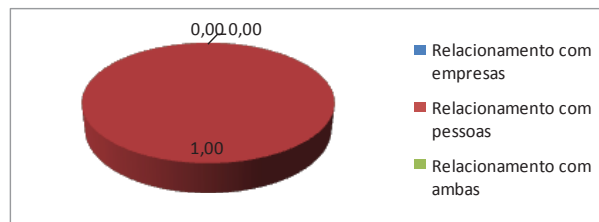


**Figura 8 - Consumidores que fazem uso do correio eletrônico e sua finalidade**

No que diz respeito ao uso de ferramentas de comunicação online e redes sociais como recurso para troca de informações, percebe-se que 100% dos entrevistados afirmam utilizar os referidos recursos. Entretanto, todos os entrevistados disseram utilizar ambos os recursos apenas como instrumento para comunicação com pessoas, conforme apresentam as Figura 9 e Figura 10, sendo estas pessoas essencialmente brasileiras.



**Figura 9 - Consumidores que fazem uso das ferramentas de comunicação online e suas finalidades**



**Figura 10 - Consumidores que fazem uso das redes sociais e suas finalidades**

Conforme comentado anteriormente, e diante do interesse dos consumidores de Cajazeiras de integrar o processo de globalização, percebe-se que o uso de recursos como correio eletrônico, ferramentas de comunicação online e redes sociais poderia ser potencializado para estreitar relações com empresas de interesse desses consumidores e assim dar origem a um canal de comunicação eficiente sobre produtos e serviços, e aspectos como promoções, lançamentos, inovações.

Todas as pessoas entrevistadas (100%) afirmaram perceber as vantagens de participar do processo de globalização e citaram algumas justificativas, como: agilidade no atendimento, disponibilidade de informações sobre produtos e serviços, maior diversidade para escolha, preços atualizados e muitas vezes menores, maior qualidade dos produtos e serviços, aquisição de conhecimento, crescimento pessoal, amplitude de acesso a todos esses elementos. Com relação às desvantagens, 78% acreditam que não há nenhuma, enquanto 22% temem o desemprego.

Os dados coletados e analisados demonstram que os consumidores de Cajazeiras estão expandindo suas fronteiras além da cidade e mesmo do estado da Paraíba. Embora a maioria deles esteja comprando produtos e serviços e trocando informações com vários estados brasileiros, poucos estão ultrapassando as barreiras do país, e realizando transações internacionais.

Espera-se que em breve novos limites possam ser ultrapassados e que os consumidores desta cidade possam participar do processo de globalização na sua plenitude, rumo ao mundo, de acordo com suas necessidades ou simplesmente vontades de integrar o cenário de economia, sociedade, cultura e política globalizada.

O que reforça essa idéia são alguns outros dados relacionados ao uso de TICs (além dos que já foram apresentados anteriormente), por parte desses consumidores, que demonstram as facilidades operacionais para as ações de globalização: 100% dos entrevistados disseram tanto acreditar que as TICs facilitam as vidas das pessoas quanto usar TICs no seu dia a dia, e mais especificamente, computadores, para comunicação, busca de informações em geral e pesquisa de preços, trabalho, lazer ou passatempo, ou transações comerciais como compras; 78% dos consumidores disseram ter recursos como computadores e internet em suas residências, enquanto os demais 22% afirmaram que gostariam de tê-los em breve.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário de globalização promove a idéia de um mundo sem limites, para pessoas, empresas ou instituições, independentemente de onde se encontrem fisicamente. Para integrar esse mundo globalizado, entretanto, além de motivação, precisa-se de recursos que ultrapassem as barreiras de residências, ambientes de trabalho, cidades, estados, países, e transportem as necessidades e desejos dos consumidores de informações e de qualquer tipo de produtos e serviços para quem puder atendê-las.

O apoio das TICs ao processo de globalização é imprescindível para garantir que o mundo esteja ao alcance de todos, respeitando requisitos como conforto, comodidade, facilidade, praticidade, segurança, e oferecendo informações sempre precisas em tempo real, vantagens de pagamentos e variedades de produtos e marcas.

Esse projeto partiu do princípio de que a globalização é um processo irreversível e repleto de benefícios, especialmente para consumidores de cidades onde as opções de produtos e serviços são restritas, em virtude de não serem grandes cidades e da pouca diversidade de empresas nelas instaladas, como exemplo, Cajazeiras. Nesse cenário, o projeto considerou que os consumidores de produtos e serviços de Cajazeiras deveriam conhecer mais detalhadamente os principais aspectos e características da globalização, e a forma como as TICs podem apoiá-la, através do estudo de caso e das análises realizadas nesta cidade. Nesse sentido, como forma de ajudar a promover a globalização, o projeto explorou os aspectos que levam as pessoas da cidade a integrar o mundo globalizado e apresentou diversos recursos de TICs que estão sendo ou podem ser utilizados pelas pessoas, de acordo com suas necessidades, para realizar suas ações referentes à globalização. Os principais resultados do projeto demonstram que os consumidores desta cidade já desenvolvem iniciativas para ultrapassar as fronteiras da cidade e do estado da Paraíba, embora uma minoria de ações esteja relacionada a operações internacionais. Esses resultados ainda apontam para o fato de que os consumidores estão utilizando TICs em ações virtuais de globalização, embora alguns desses recursos possam ter seus usos potencializados, em virtude das suas propostas de utilização.

O projeto foi finalizado com a expectativa de que esse estudo apresente às pessoas da cidade de Cajazeiras esclarecimentos sobre o potencial da globalização, através dos recursos de TICs, para que essas pessoas vislumbrem as oportunidades advindas deste cenário e sintam que é possível fazer parte dele, abrindo as portas do mundo para Cajazeiras, de forma particular, e de acordo com as necessidades ou desejos de cada um de seus habitantes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

FERNANDES NETO, Álvaro Francisco. A Importância da Globalização para as Empresas Brasileiras. São Paulo: THESIS, 2006. Disponível em: <<http://www.cantareira.br/thesis2/n5a3/alvaro.pdf>> Acesso em: 09 nov. 2010.

FREITAS, Eduardo. Globalização. Brasil Escola, 2010. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/geografia/globalizacao.htm>>. Acesso em: 09 nov. 2010.



GOMES, Cristina. Globalização. Info Escola, abr. 2007. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/geografia/globalizacao>>. Acesso em: 09 de novembro de 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cajazeiras –PB – Síntese das Informações. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidades>>. Acesso em: 11 mar. 2011.

LEMONS, Alexandre Paiane et al. A importância das Redes Sociais na contextualização da globalização. Blog da Profa. Cristina Jung, abr. 2011. Disponível em: <<http://crisijung.blogspot.com/2011/03/importancia-das-redes-sociais-na.html>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane. Sistemas de Informação Gerenciais. Tradução da 5. ed. São Paulo: Makron Books Editora, 2007.

RODRIGUES, Nadja da N. Virtualização bancária: a experiência em João Pessoa – PB. João Pessoa: UFPB, 2002. 157 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2002.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. Princípios de Sistemas de Informação. Tradução da 6. ed. São Paulo: Thompson, 2008.

TERRA, Lygia; ARAÚJO, Regina; BORGES, Raul. **Conexões Estudos de Geografia Geral e do Brasil: Estudos da globalização.** São Paulo: Moderna, 2010a.

TERRA, Lygia; ARAÚJO, Regina; BORGES, Raul. **Conexões Estudos de Geografia Geral e do Brasil: Formação Territorial e Impactos ambientais.** São Paulo: Moderna, 2010b.

## ANÁLISE COMPARATIVA DOS MODELOS DE AQUISIÇÃO DE BENS, PRODUTOS E SERVIÇOS PRATICADOS POR INSTITUTOS FEDERAIS DE EDUCAÇÃO NO BRASIL

KONDO<sup>1</sup>, C. M; ZANG<sup>2</sup>, N.; SALVE<sup>3</sup>, G. B. ; COSTA<sup>4</sup>, D. O. e PEDROZA<sup>5</sup>, M. M.

<sup>1</sup>Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas, <sup>2</sup>Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas, <sup>3</sup>Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas, <sup>4</sup>Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas e <sup>5</sup>Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas .

mitiekondo@hotmail.com, nelsonzang@hotmail.com, guilhermesalve@gmail.com, danicosta1988@hotmail.com, mendespedroza@hotmail.com.

### RESUMO

O presente trabalho aborda os tipos e modalidade de licitações, pregão eletrônico e os modelos de descentralização, centralização ou misto, de instituições de ensino federais em relação às vantagens e desvantagens de cada modelo a ser adotado no processo licitatório. O objetivo é analisar o processo licitatório, de forma a encontrar uma solução que atenda as necessidades organizacionais, com atenção aos critérios, leis e legislações relacionadas. Pretende-se fornecer subsídios e ferramentas para os gestores egerem a melhor alternativa que atenda as necessidades de sua organização, de maneira racional e pedagógica. Os dados necessários para elaboração deste artigo foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica sobre conceito, processos, tipos, modelos e parâmetros relacionados a compras; legislação, modalidade, tipos licitação e pregão eletrônico, além de observação no local pelos autores que atuam nessa área. Nos órgãos públicos federais e entidades de ensino, a modalidade pregão eletrônico é a mais utilizada devido principalmente a sua celeridade, transparência e a possibilidade de maior número de fornecedores participantes (nível nacional), sendo que este último contribui de maneira significativa para um dos princípios que fundamenta o processo licitatório, o da economicidade. O resultado do artigo indica que a escolha do modelo a ser seguido deverá ser realizada pelo gestor de acordo com as principais variáveis incontroláveis: a demanda de sua instituição, logística, tempo e recurso a ser utilizado.

**Palavras-chaves:** pregão eletrônico, descentralização, processo licitatório, demanda, economicidade.

## 1 INTRODUÇÃO

A compra representa uma parcela considerável dos gastos públicos. O ato de comprar é um registro de uma troca do pecúnio por um bem que passa a ser guardado no almoxarifado ou depósito de material, quando consumido se registra o verdadeiro gasto do dinheiro, embora, em termos contábeis, uma vez empenhada, liquidada, paga ou inscrita em restos a pagar, é tida como realizada.

O processo licitatório é um ato administrativo que segue formalidades legais e administrativas que devem ser obedecidas, com objetivo de obter a proposta mais vantajosa para a administração pública.

A fiscalização por órgãos de controle externo é rigorosa e as leis e legislações que regulamentam as licitações sofrem modificações e atualizações.

As pessoas envolvidas no processo licitatório deverão participar periodicamente de capacitações (cursos, congressos, seminários, dentre outros) para que as aquisições sejam realizadas sem percalços, cumprindo os princípios constitucionais.

As instituições de ensino da rede federal optam por compras descentralizadas e centralizadas, modelos distintos com suas vantagens e desvantagens, possibilitando dessa maneira a comparação entre esses modelos na modalidade pregão eletrônico - registro de preço. Esta modalidade foi à última incorporada ao processo licitatório e de seu início ao final do processo o consome cerca de três meses para ser concluído, englobando várias etapas.

O problema origina-se da escolha da melhor alternativa pelo gestor considerando: modalidade e tipo de licitação, recursos humano e financeiro, logística e legislações que regulamentam o processo licitatório, sendo que todos estes estão vinculados a demanda gerada pela organização no setor ou campus.

A dificuldade na escolha do modelo licitatório está baseada nas variáveis envolvidas, dentre elas: porte e estrutura da instituição, recursos financeiros, recursos humanos (profissionais com treinamento e conhecimento técnico), logística (entrega dos itens licitados pelo fornecedor ou distribuição para o setor ou campus), escolha da forma que será patrimoniado e armazenado os itens adquiridos (centralizado ou descentralizado), legislação e falta de material publicado sobre os modelos. Outro fator de suma importância é o tempo que o processo leva de seu início ao final para que não ocorram compras de emergência.

O objetivo do trabalho é analisar comparativamente os modelos de aquisição de produtos, bens e serviços adotados pelas instituições de ensino federais visando identificar a mais adequada considerando porte da instituição, estrutura organizacional, logística, recursos humanos financeiros e materiais.

## 2 METODOLOGIA

A comparação entre os modelos e variáveis foram baseadas na observação no local pelos autores que atuam na área licitatória e no Trabalho de Conclusão de Curso (KONDO, s.d.), que contribuiu para as observações percorridas, elaboração do quadro comparativo dos modelos, escolha dos conceitos e teorias que serviram de base para a fundamentação teórica.

A revisão bibliográfica inicia-se com conceitos de compras e as formas de compras, demonstrando a importância do planejamento para que a compra de emergência seja evitada para que não ocorra falta de um determinado produto, ou que seja adquirido por um preço elevado por falta de tempo hábil para proceder à licitação. Os parâmetros de compras servem de norteio para escolha do modelo de compras (centralizado, descentralizados e mistos), além das leis e legislações que regulamentam o

processo licitatório. O artigo explana as principais vantagens e desvantagens de cada modelo e discorre sobre o conceito de licitação (tipos, modalidades e pregão eletrônico). O pregão eletrônico foi abordado devido ser a modalidade mais utilizada e que envolve muitos conhecimentos teóricos e treinamento dos envolvidos na licitação por em geral ser adotada sua forma eletrônica via Comprasnet.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 Compras

De acordo com Viana (2006), compras é a atividade que tem por objetivo o suprimento das necessidades da organização, através da aquisição de bens ou serviços provenientes de solicitações enviadas pelos usuários.

Para Viana (2006), as etapas do processo de compra são: pedido de compra (demanda), processamento da compra, cadastro de fornecedores, concorrência, julgamento, negociação, adjudicação do pedido, diligenciamento ou follow-up (cumprimento das cláusulas contratuais) e recebimento.

As modalidades de compras são (VIANA, 2006):

- **Compra normal:** procedimento utilizado quando o prazo for conciliável para obter as melhores condições comerciais e técnicas na aquisição de matérias. Forma mais vantajosa por permitir ao comprador estabelecer as condições ideais para a empresa.
- **Compra em emergência:** falha por parte da organização pública ou privada na elaboração do planejamento ou no atendimento de necessidade advinda de problemas operacionais é desvantajosa para a organização. Os preços obtidos são elevados em relação aos da compra normal, devida a falta de tempo hábil para realizar o processo de compra adequado.

O ato de comprar é composto pelas seguintes etapas: determinação do objeto, prazo e quantidade; análise dos fornecedores e verificação da capacidade técnica; promoção de concorrência – seleção de um vencedor; fechamento do pedido (autorização de fornecimento ou contrato); acompanhamento ativo (período entre pedido e entrega) e fim do processo, após o recebimento do material e controle da qualidade e quantidade (BAILY, 2009).

De acordo com Baily (2009), os parâmetros utilizados para compras são:

- **Qualidade:** pode significar excelência (produto de qualidade) e a conotação de satisfação do cliente. Qualidade é estar de acordo com o propósito (conformidade) com uma especificação;
- **Quantidade correta:** estabelecida a partir de um controle de estoque e controle de produção, devendo ser feita a partir de um planejamento adequado para atender às exigências de estoque e produção;
- **Tempo:** é o objetivo-padrão da função de compras, visto que, se os bens e materiais não chegarem ao prazo estipulado ou o processo não for concluído em tempo hábil pode haver prejuízo nas vendas, produção e cláusulas de danos invocadas. Outro tempo a ser observado é o de entrega causado pelos próprios fornecedores que não cumprem as datas de entrega e compradores com programações de entrega não rigorosas
- **Preço:** sofre influência de três principais fatores: concorrência, valor percebido pelos clientes e custo de produção, sendo determinados a curto e longo prazo;

### 3.1.1 Modelos de compras

Em grandes empresas, composta por diversos setores ou fábricas, surge à questão de saber qual modelo de compras seria mais vantajoso para a organização. Existem nesse caso três possibilidades: centralização ou compartilhada, descentralização ou uso de ambas dependendo do produto/serviço a ser adquirido (BAILY, 2009).

A centralização das compras envolve diminuição dos custos de processamento de pedido e processo, possibilitando a aquisição de produtos/ serviços em maiores quantidades com preços ou prazos negociáveis, contribuindo para a melhora na eficácia e eficiência no processo de compras. Todos devem estar envolvidos no processo com grande espírito de coletividade, cooperação e comprometimento e cientes de que as vantagens serão comuns e equilibradas (BAILY, 2009).

O ponto central das compras compartilhadas é determinar quantidades exatas a serem compradas (demanda) com base nos estoques e necessidades, priorizando o prazo para que todos os setores ou entes enviem os itens dos produtos/serviços e quantidades necessárias ao setor/empresa que será responsável por consolidá-las e executar o processo de aquisição. Nesse tipo de aquisição o valor do bem/serviço não é considerado e independe do local de entrega ou execução (BAILY, 2009).

O departamento responsável pelas compras centralizadas deve (BAILY, 2009):

- Determinar de políticas, padrões, procedimentos e especificações gerais;
- Negociação dos contratos de materiais/serviços comuns usados por todas as unidades independente do volume;
- Grandes contratos de construção de fábricas, aquisição de equipamentos e projetos que utilizarão muito capitais;
- Assuntos legais relacionados a suprimentos;
- Coordenação da estocagem de todas as unidades;
- Educação e desenvolvimento do pessoal de suprimentos de todas as unidades e orientação para o recrutamento de funcionários.

De acordo com Baily (2009), as vantagens da aquisição centralizada são:

- A agregação dos pedidos de todos os setores/empresas (consolidação) em um só lugar permite melhora no poder de negociação e relacionamento com os fornecedores;
- Evita discrepância de preços entre as unidades do grupo e concorrência entre elas no caso de bens/serviços escassos;
- Otimiza a administração geral dos estoques e utilização dos materiais;
- Possibilita menor quantidade de funcionários envolvidos no processo de compras, padronização de procedimentos, formulários e especificações.

Segundo Baily (2009), na descentralização cada setor ou ente faz todo processo de compra independente dos demais como se fosse desvinculado do órgão ou empreendimento. Contudo nesse tipo de processo de compra por vezes o poder de negociação (preço e prazo) é menor devido à demanda reduzida para alguns produtos/serviços, serão utilizados recursos (financeiros, materiais e humanos) para cada aquisição, o tempo será reduzido devido ao fato de não ser necessário aguardar a demanda de vários setores/entes, além de influenciar na escolha da modalidade de licitação a ser utilizada.

De acordo com Baily (2009), as vantagens da aquisição descentralizada são:

- A pessoa que executa as compras conhece melhor as necessidades de sua empresa/ente, fornecedores locais, logística e locais de estocagem, além de resolver emergências que possam ocorrer;
- Organograma com menos níveis possibilita maior rapidez na comunicação entre o comprador e seu chefe imediato, possibilitando maior vínculo e controle da alta gerência, principalmente quando se opera em centros de lucro.

A utilização dos dois tipos de compras deve ser empregada dependendo do volume desejado do bem/serviço comum e quantos setores ou entes estão necessitando. No caso de serem somente poucos itens ou ser somente um setor ou fábrica envolvido na compra compartilhada o ideal seria a compra descentralizada, principalmente se os valores/quantidade serem baixos. As desvantagens da centralização em geral são as vantagens da descentralização em vista disso a adoção dos dois tipos dependendo da compra é a mais indicada (BAILY, 2009).

Um ponto a ser considerado no momento da escolha da centralização ou descentralização do processo licitatório é a complexidade e inúmeras modificações das legislações que a regulamenta. Outro fator a ser considerado são os servidores envolvidos na licitação, a qual exige constante treinamento e profundo conhecimento das legislações.

De acordo com Santana (2009), “O pregoeiro é o servidor responsável pela sessão de julgamento, até o momento da adjudicação ao vencedor, do objeto licitado.” O pregoeiro deve ter um perfil adequado às atribuições que desempenha no processo licitatório e deve ter capacitação específica para exercer a função, incluso o servidor que já possui experiência em licitações realizadas de acordo com a Lei 8666/93 (SANTANA, 2009).

### 3.2 LICITAÇÃO

De acordo com Tribunal de Conta da União - TCU, licitação é o procedimento administrativo formal realizado pela Administração Pública, chamando as empresas interessadas na apresentação de propostas para o oferecimento de bens e serviços, através de condições estabelecidas em ato próprio - edital ou convite (TRIBUNAL DE CONTA DA UNIÃO, 2006).

O objetivo da licitação, segundo o Tribunal de Conta da União (2006), é garantir que seja obedecido o princípio da isonomia da Constituição Federal que corresponde à escolha da proposta mais vantajosa para a Administração, assegurando a todos licitantes oportunidades iguais e a possibilidade de haver o maior número de participantes no certame, execução de obras, na prestação de serviços e o fornecimento de bens para atendimento de necessidades públicas. As alienações e locações devem ser contratadas mediante licitações públicas, exceto nos casos previstos na Lei nº 8.666, de 1993, e alterações posteriores.

Os órgãos integrantes da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades da economia mista e demais entidades controladas direta e indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios devem licitar, sendo previsto na Constituição Federal, artigo 37, inciso XXI.

De acordo com Melo (2000), as leis que regulamentam a compra no setor público são: Constituição Federal, artigo 37, inciso XXI; Lei nº 4.320/64 - artigos 60 a 63; Lei nº 8.666/93 - artigos 14 e 15; Lei Estadual nº 4.041/71 - artigos 81 a 100; Lei Federal 10.520/2002 (Pregão) e Atos Normativos CONTROL - números 01/97 e 02/98.

### 3.2.1 Modalidades de licitação

De acordo Tribunal de Conta da União (2006), modalidades de licitação são a maneira específica de realizar o procedimento licitatório, com base em critérios definidos em lei. O principal fator é o valor estimado para contratação na escolha da modalidade de licitação, exceto no pregão que não está limitado a valores e são:

- **Concorrência:** Modalidade que podem participar os licitantes interessados, os quais na fase de habilitação preliminar devem comprovar possuir requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução do objeto da licitação.
- **Tomada de preços:** modalidade realizada entre participantes cadastrados ou participantes que atendem a todas as condições exigidas para cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, de acordo com a qualificação.
- **Convite:** É a modalidade mais simples e realiza-se entre interessados do ramo do objeto da licitação, escolhidos e convidados em número mínimo de três pela Administração. A divulgação é feita mediante afixação de cópia do convite em quadro de avisos do órgão ou entidade, localizado em lugar de ampla divulgação.
- **Pregão:** modalidade de licitação para fornecimento de bens e serviços comum e realizado em sessão pública. Os licitantes apresentam suas propostas de preço por escrito e por lances verbais, independente do valor estimado da contratação.
- **Leilão:** O leilão é a modalidade na qual é possível a participação de quaisquer interessados, de preferência para a venda de bens móveis inservíveis, destacando-se que são bens deteriorados, para os casos de bens que não têm mais utilidade para a Administração Pública e para a venda de bens semoventes (cavalos, bois, etc.)
- **Concurso:** modalidade de licitação destinada à escolha de trabalho técnico, científico ou artístico para trabalhos que exijam uma criação intelectual. Pode também ser utilizada para a escolha de projetos arquitetônicos

A escolha das modalidades concorrência, tomada de preços e convite é definida pelos seguintes limites representados no Quadro 1 que se segue:

VALORES PARA LICITAÇÕES (Lei Federal 9.648 de 27/05/98)			
Modalidade	PRAZO	COMPRAS OU SERVIÇOS	OBRAS E SERVIÇOS DE ENGENHARIA
Dispensa		Até R\$ 8.000,00	Até R\$ 15.000,00
Convite	05 dias úteis	Acima de R\$ 8.000,00 Até R\$ 80.000,00	Acima de R\$ 15.000,00 Até R\$ 150.000,00
Tomada de Preços	15 dias corridos	Acima de R\$ 80.000,00 Até R\$ 650.000,00	Acima de R\$ 150.000,00 Até 1.500.000,00
Concorrência	30 dias corridos	Acima de R\$ 650.000,00	Acima de R\$ 1.500.000,00
Pregão Presencial	08 dias úteis	Bens e serviços de uso comum	
Pregão Eletrônico	08 dias úteis	Compras e serviços	não válido

Quadro 1 - Valores para Licitações -Fonte: Site Licitações (s.d.)

### **3.2.3 Dispensa e inexigibilidade**

Para o Tribunal de Contas da União, a Administração Pública tem como regra sempre licitar quando contrata obras, bens e serviços. No entanto, as exceções a essa regra são os casos em que a licitação dispensada, dispensável ou inexigível previstas em lei. (TRIBUNAL DE CONTA DA UNIÃO, 2006).

### **3.3 Tipos de licitação**

Para o Tribunal de Conta da União (2006), O tipo de licitação é o critério de julgamento utilizado pela administração para seleção da proposta mais vantajosa, sendo os seguintes:

- **Menor Preço:** Critério de seleção em que a proposta de maior peso para a Administração é a de menor preço. É empregado para compras e serviços de modo geral e para contratação de bens e serviços de informática na modalidade convite.
- **Melhor Técnica:** Critério de seleção em que a proposta é escolhida com base em ordem técnica. É usado somente para serviços de natureza principalmente intelectual para na elaboração de projetos, cálculos, fiscalização, supervisão e gerenciamento e de engenharia consultiva em geral e elaboração de estudos técnicos preliminares e projetos básicos e executivos.
- **Técnica e Preço:** Critério de seleção em que a proposta mais vantajosa é eleita com base na maior média ponderada, a partir das notas obtidas nas propostas de preço e de técnica. É o tipo empregado na contratação de bens e serviços de informática nas modalidades tomada de preços e concorrência.

### **3.4 Pregão eletrônico**

Para Luchi e Carneiro (2006), o Pregão é uma nova modalidade de licitação instituída pela Lei 10.520 de 2002, criada para a aquisição de bens e serviços comuns, independente do valor da contratação, com uso de proposta escrita e posteriormente de lances verbais ou por via eletrônica em sessão pública e o licitante vencedor será aquele que apresentar menor preço final.

O Pregão introduziu descentralização de decisão, flexibilidade, menos rigidez, criatividade e busca de resultados às compras e contratações de menor risco (bens e serviços comuns), que exigem menos rigor e possibilita redução dos prazos no procedimento para esse tipo de certame. O pregoeiro conduzindo o pregão foi uma das inovações desta modalidade e com a Lei nº 10.520/02, obteve autonomia para tomada de condução do certame e poder de decisão (LUCI e CARNEIRO, 2006).

Segundo Santana (2009), as modalidades do pregão eletrônico são:

- **A modalidade presencial:** realizada em sessão pública com os representantes legais dos fornecedores, pregoeiro e equipe de apoio e os licitantes se dirigem ao local da licitação, na data e hora previamente estipulados, onde serão feitas as propostas e lances verbais;
- **A modalidade eletrônica:** utiliza a tecnologia da informação e a abertura é feita diante do gestor do sistema. O sistema recebe as propostas sob sigilo até a abertura, após há a classificação e desclassificação da proposta, escolha da melhor proposta, decisão sobre habilitação/inabilitação e homologação do vencedor habilitado. O site de compras públicas federais é o ComprasNet.

Para Niebuhr (2006), os fundamentos principais que norteiam do pregão eletrônico são: economicidade, competitividade, celeridade, simplificação e transparência, que somados demonstram a



eficiência e eficácia no processo licitatório realizado pela Administração Pública. A relação entre economicidade e a eficiência no pregão proporciona os elementos necessários para o atendimento desses princípios.

As vantagens do pregão são (NIEBUHR, 2006):

- Não depende do valor estimado do futuro contrato;
- Possibilita que no mesmo exercício orçamentário possam ser realizadas várias licitações sob a modalidade pregão, para o mesmo objeto, sem se preocupar minimamente com os valores dos contratos;
- Agilidade em concluir licitações devido à inversão no processo, onde se analisam os documentos de habilitação, verificando se os licitantes são ou não aptos para cumprirem o objeto licitado;
- A fase de julgamento no pregão é dividida em duas etapas e as propostas são abertas e classificadas em ordem de valor, posteriormente os licitantes são convidados a oferecerem novas propostas, abrindo oportunidade para que cada um deles cubra o preço oferecido pelos outros, até que se alcance o menor preço, possibilitando redução significativa de preço;
- Diminui a possibilidade de litígios, pois permite interposição de recursos apenas aos licitantes que participam do pregão e que manifestem desejo de exercer esse direito. A administração não necessita publicar as decisões na imprensa oficial para dar início a contagem dos prazos para a interposição dos recursos.

#### **4 ANÁLISE COMPARATIVA DOS MODELOS DE COMPRAS**

No modelo centralizado a organização terá como principais vantagens: maior controle no processo de aquisição, maior poder de compra (preço X quantidade), equipe com menor número de colaboradores em contrapartida os principais pontos negativos serão: um almoxarifado de grande porte, controle e cobrança para consolidação das demandas e verificação de recursos financeiros nos setores ou campus, os colaboradores deverão ter capacitação contínua, problemas com a elaboração de especificações de bens, produtos e serviços (conhecimento técnico), logística para entrega nos locais solicitantes, além de controle rigoroso no patrimônio de cada bem adquirido e transferência deste produto ou bem para outro campus ou setor em outro local.

A descentralização na organização que possui setores ou campus distantes de seu principal elemento gestor contribui para melhor controle financeiro do processo porque cada setor ou campus no caso faria a gestão de seus recursos, levantamento de demanda, armazenamento, recebimento e identificação de patrimônio de suas aquisições. Contudo cada setor ou campus deverá ter uma equipe capaz de licitar.

A escolha de um só modelo (descentralizar ou centralizar) pelo gestor muitas vezes implica em atraso na aquisição do bem, produto ou serviço desejado e aumento da burocracia e de etapas a serem executadas durante a licitação.

O modelo misto seria o mais indicado levando – se em consideração os tipos e modalidades de licitação, a rigorosa legislação que sofre atualizações anuais buscando maior controle do processo licitatório, tempo e recurso financeiro e humano empregado na aquisição do bem, produto ou serviço. Muitas vezes a quantidade ou tempo (três meses para um processo licitatório pregão eletrônico no sistema registro de preço) obrigam o gestor a escolher uma modalidade que nem sempre atende ao princípio da economicidade visando continuidade do serviço prestado a comunidade. Deve-se considerar que em

alguns casos somente um setor ou campus necessita de determinados itens e este licita sozinho ou para si e outro setor/campus, não envolvendo o setor responsável pela licitação compartilhada que poderá estar licitando produtos, bens e serviços comuns a todos os setores ou campus, possibilitando que ocorram licitações concomitantes.

A comparação entre os modelos de compras e as principais variáveis foi elaborada pelos autores com base em observações de processos licitatórios de instituições de ensino federal, conforme Quadro 2 a seguir.

<b>MODELOS DE COMPRAS</b>			
	<b>CENTRALIZADO</b>	<b>COMPARTILHADO</b>	<b>MISTO</b>
Porte da instituição	Instituição de médio e pequeno porte.	Instituição de médio e grande porte.	Pode ser usando em todos os portes.
Almoxarifado	Grande porte no caso de todos itens licitados serem armazenados no local onde se realiza o processo licitatório para posterior distribuição.	Vários de médio ou pequeno porte dependendo da estrutura da instituição nos locais onde serão entregues os itens licitados	Médio ou pequeno porte dependendo da instituição
Recursos Humanos	Em geral uma só equipe que realizará todas as licitações.	Haverá mais de uma equipe ou colaboração de setores ou campus no processo licitatório.	Poderá ser usado somente a equipe principal ou de um campus.
Recursos Financeiros	Centralizado no setor ou campus que realiza a licitação para toda a organização.	Centralizado ou descentralizado.	Centralizado ou descentralizado.
Logística	Entrega em um só local e posterior distribuição.	Entrega no local onde será utilizado o(s) itens licitados	Entrega no local ou centralizar a entrega.
Patrimônio	Centralizado setor ou campus que realiza a licitação para toda a organização.	Centralizado ou descentralizado (cada setor ou campus possui sua seqüência de patrimônio).	Centralizado ou descentralizado (cada setor ou campus possui sua seqüência de patrimônio).
Tempo	Pode ser mais demorado para consolidar as demandas de todos os setores ou campus.	Pode ser mais demorado para consolidar as demandas de todos os setores ou campus.	Pode ser demorado ou rápido dependendo da quantidade de itens e de setores ou campus envolvido.

**Quadro 2- Modelos de Compras - Fonte: Sistematizado pelos autores.**

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho abordou os conceitos e elementos que envolvem o processo licitatório em instituições federais de ensino a serem consideradas pelos tomadores de decisão e a importância da escolha do modelo que melhor se adequem a sua realidade.

No que tange as escolhas dos gestores os modelos apresentados possuem vantagens e desvantagens cabendo a este fazer uma análise profunda de ambos, verificando seus prós e contras, assim como as consequências de sua escolha.

Na escolha do modelo de compras almeja-se a redução dos custos finais e as possíveis causas são: otimização de tempo, redução de custos e tempo do processo e redução de gargalos na área jurídica (recursos impetrados por fornecedores, notificações de prazo de entrega não atendido ou de produto, bem ou serviço entregue ou realizado de maneira distinta ao especificado no edital, dentre outros).

A modalidade pregão eletrônico trouxe ao processo licitatório como principais benefícios: celeridade, transparência, maior número de fornecedores, economicidade (demanda em relação a oferta), além de interposição de recursos que está limitado aos participantes do pregão.

O objetivo foi explicar os modelos de aquisição de produtos, bens e serviços adotados pelas instituições de ensino federais visando identificar a mais adequada considerando porte da instituição, estrutura organizacional, logística, recursos humanos financeiros e materiais, o artigo concluiu que o ambiente em que os entes públicos estão inseridos está em constante transformação e influenciando o modelo de compra adotado pela instituição deve também considerado que a organização tende a crescer com o tempo e o modelo adotado inicialmente pode tornar-se ineficaz e ineficiente para a nova estrutura e porte fazendo-se necessário a adoção de outro modelo, obedecendo aos preceitos legais que norteiam o serviço público e suas necessidades.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAILY, P. J., DAVID, F., DAVID, J., DAVID, J.. **Compras: Princípios e administração**. 1 ed. São Paulo: Editora: Atlas, 2009.

COMPRASNET. **Sobre o ComprasNet**. Disponível em:< <http://www.comprasnet.gov.br/>>. Acesso em: 04 de maio de 2011.

LICITAÇÕES, **Tabela de Valores para Licitações**. Disponível em: < <http://licitacoes.webnode.com.br/news/tabela%20de%20valores%20para%20licita%C3%A7%C3%B5es%20/>>. Acesso em: 11 de abril de 2011.

KONDO, C.M.. **Identificação da efetividade do processo de compras compartilhadas em instituições federais de ensino, pesquisa e extensão**. Trabalho de Conclusão de Curso a ser apresentado no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública. Palmas: IFTO. (em fase de elaboração).

LUCHI, Juliana S. P., Carneiro, Teresa Cristina J.. (2006). **Análise de eficiência e eficácia do pregão presencial**. Anais do XXVI ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção - Fortaleza, Ceará, Brasil. Disponível em:< [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006\\_TR450313\\_7693.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR450313_7693.pdf)>. Acesso em: 29 de abril de 2011.

MELO, Francisco. **Compras no Serviço Público – Noções Práticas**. Disponível em: <<http://www.control.rn.gov.br/doutrinas/Compras%20P%C3%ABlicas.doc>>. Acesso em 11 de abril de 2011.

NIEBUHR, Joel de Menezes. **As Vantagens da Modalidade Pregão**. Disponível em: < [http://www.mnadvocacia.com.br/assets/pdf/artigo\\_pregao.pdf](http://www.mnadvocacia.com.br/assets/pdf/artigo_pregao.pdf)>. Acesso em 12 de abril de 2011.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. **Licitações & Contratos**. Disponível em:<[http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/licitacoes\\_contratos/LICITAcoes\\_CONTRATOS\\_3AED.pdf](http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/licitacoes_contratos/LICITAcoes_CONTRATOS_3AED.pdf)>. Acesso 22 de abril de 2011.

SANTANA, J. E.. **Pregão: Presencial e eletrônico**. 3 ed. Minas Gerais: Fórum, 2009.

VIANA, J. J.. **Administração de Materiais**. São Paulo: Atlas, 2009.

## ANÁLISE DA MATURIDADE NO GERENCIAMENTO DE PROJETOS ATRAVÉS DO MMGP EM UMA EMPRESA DE GRANDE PORTE NA PARAÍBA.

A. C. Santos<sup>1</sup> e P. N. Rodrigues<sup>2</sup>

<sup>1 e 2</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa  
alan2santos@gmail.com – patricia\_nrodrigues@yahoo.com.br

### RESUMO

A gestão de projetos proporciona maior agilidade para as empresas alcançarem seus objetivos. Além de garantir um diferencial competitivo, mantendo a permanência das mesmas em um mercado cada vez mais dinâmico. Com base nisso e, compreendendo a importância que a gestão de projetos apresenta, abordaremos neste artigo, a questão da maturidade em gestão de projetos, o estágio de maturidade, na perspectiva do MMGP - Modelo de Maturidade em Gestão de Projetos. Esse artigo tem abordagem qualitativa, baseado em revisão bibliográfica sobre maturidade e gerenciamento de projetos. O estudo foi realizado através de levantamento de dados no setor de gestão de projetos de uma empresa de grande porte da cidade de João Pessoa, utilizando como instrumento de pesquisa o questionário de avaliação de maturidade desenvolvido por Prado (2009). Conclui-se com esse resultado, que a empresa apresenta seus processos otimizados de planejamento e execução implicando em novas melhorias de *performance*. Os projetos além de manterem-se alinhados com a estratégia da empresa, vêm sendo executados com base na experiência, nos conhecimentos e atitudes pessoais dos seus gestores. Chama-se atenção para o resultado obtido pela empresa na dimensão competência comportamental e na dimensão estrutura organizacional, o qual se apresentou abaixo da média se comparada com outras empresas do mesmo setor. Atendo-se a esses resultados, a empresa tem grande potencial para consolidar com sucesso seu modelo de maturidade de gestão de projetos e servir como *benchmark* para outras empresas.

**Palavras-chave:** projetos, gerenciamento, modelo de maturidade.

## 1. INTRODUÇÃO

O tema gestão de projetos passou a ser abordado nas empresas com maior frequência devido a sua capacidade de organizar todos os recursos disponíveis (dinheiro, mão-de-obra, matéria-prima, tempo) em prol da concretização de um objetivo. Isso vem ocorrendo em empresas que tem passado por transformações com o intuito de obter eficazmente respostas ágeis quanto às questões ambientais e organizacionais (CARVALHO, 2009).

É inerente o fato de que organizações e processos evoluem e amadurecem e que existe uma relação intuitiva entre amadurecimento e sucesso. No caso de gestão de projetos, diversas pesquisas e estudos têm demonstrado que maturidade e sucesso realmente caminham juntos (PRADO, 2006). A aplicação dos métodos de gerenciamento de projetos vem se tornando cada vez mais comum nas empresas que precisam dar respostas ágeis e eficazes as questões internas e externas a elas. (SANTOS & MARTINS, 2008).

Motivado por esses fatores, esse trabalho tem como objetivo principal estudar a maturidade em gerenciamento de projetos e seus modelos, a fim de analisar a maturidade na gestão de projeto de uma empresa de grande porte da Paraíba através do modelo de gerenciamento de projeto MMGP e medir os resultados obtidos comparando com a média das organizações no Brasil.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Definições de Projetos e suas Características

Toda organização em algum momento se deparará com alguma situação que se exigirá que seja empregado algum processo nunca antes acontecido. É nesse momento em que o conhecimento a respeito sobre gestão de projetos é aplicado. Segundo Kerzner (2007, p. 15), projeto trata-se de um empreendimento com objetivo bem definido, que consome recursos e opera sobre pressões de prazos, custos e qualidade. Além disso, todo projeto é único.

Para Keelling (2002), os projetos caracterizam como fáceis de entendimento uma vez que suas metas e objetivos são simples; por ser possível descrevê-lo claramente em poucos termos (objetivo, recursos, administração, dentre outros); por não apresentar dependência em seu controle, podendo ser bem protegido do mercado; por ser fácil de realizar medição, comparando metas com padrões definidos; por ser flexível quanto à mão-de-obra, que pode ser temporária; por ser atraente e, portanto, motivador, levando as pessoas a se esforçarem em executá-lo, por provocar uma sensibilidade quanto ao estilo de liderança; por proporcionar uma capacitação pessoal mais acelerada; por serem discretos e seguros; por poder ser executado em qualquer país ou lugares remotos e por poder ser realizado sem a necessidade de um contrato.

Quanto à classificação por duração no projeto, Keelling (2002) afirma que o mesmo dividi-se em curto, médio e longo prazo, onde o primeiro tem duração de um mês a um ano, o segundo até dois anos e o terceiro mais de dois anos.

### 2.2 Tipos de Estruturas de Gerenciamento em Projetos

Para que um projeto se concretize, é necessário estar bem orientado quanto à equipe que irá executá-lo, a estrutura definirá como as atividades serão executadas, a partir do tempo, custo e técnicas definidas pelo cliente e pela empresa que prestará tal serviço. Os autores afirmam que a estrutura organizacional deve ser dinâmica, ou seja, capaz de rápidas mudanças caso o ambiente exija. (CARVALHO & RABECHINI, 2009).

Dentre suas vantagens, podemos citar uma maior efetividade de controle, uma menor ocorrência de conflitos internos, uma melhor comunicação interna, dentre outros. Porém, Kerzner *apud* Carvalho e Rabechini (2009), afirma que há cinco indicadores que apontam que a estrutura funcional pode não ser

a mais adequada para gerenciar projetos: o fato de ocorrer satisfação por parte dos gerentes quanto às habilidades técnicas desenvolvidas por suas equipes; o fato de existir comprometimento durante a execução do projeto; o fato de ocorrer uma subutilização de profissionais especialistas e talentosos; por haver constante reclamação entre as equipes devido as falhas no trabalho e por existir insatisfação dos profissionais em relação aos resultados, mesmo apresentando os mesmos no prazo previsto.

A partir da estrutura funcional ou tradicional, como também é conhecida, surgiu mais dois modelos: a estrutura projetizada e matricial. De acordo com Carvalho e Rabechini (2009, p. 26), a estrutura projetizada agrupa-se em quatro tópicos principais: a velocidade de reposta e a orientação do mercado; o desenvolvimento regular de novos processos, produtos/ serviços; a expansão da tecnologia que por sua vez acaba desestabilizando a estrutura da organização e por último a insegurança por parte da alta administração diante das diversas informações e atividades que ocorrem dentro da empresa. Para Kerzner *apud* Carvalho e Rabechini (2009), a maior vantagem da estrutura projetizada é que um único indivíduo, o gerente de projetos, mantém autoridade completa sobre o projeto como um todo.

Quanto à segunda estrutura (matricial), há a possibilidade de se apresentar em várias formas, como em estrutura matricial fraca, forte e equilibrada. A primeira trata-se de como os gerentes funcionais apresentam maior poder em relação aos gerentes de projetos. A segunda aproxima-se ao modelo de estrutura projetizada, pelo fato dos gerentes de projetos terem mais influência nos funcionários do que os gerentes funcionais e, por último a equilibrada, onde tantos os gerentes de projetos como os funcionais possuem o mesmo nível de influência no ambiente de trabalho (CARVALHO e RABECHINI, 2009).

### 3. GERENCIAMENTO DE PROJETOS – CICLOS DE VIDA

Alguns conceitos de gerenciamento de projetos que foram abordados tratam-se de grupos de processos e de áreas de conhecimento, entretanto, os projetos também podem ser vistos como fases de ciclo de vida. Os autores Carvalho e Rabechini (2009) afirmam que através das fases é possível entender as saídas esperadas. Reforçam que o controle passa a ser encarado de forma mais profissional através dessas fases.

### 4. O QUE É MATURIDADE EM GESTÃO DE PROJETOS E SEUS TIPOS DE MODELOS

Para as empresas chegarem à maturidade, é preciso levar em consideração que cada uma delas tem sua própria maneira de administrar seus recursos e de realizar suas atividades operacionais.

Segundo Kerzner (2009, p. 45), maturidade em gestão de projetos é o desenvolvimento de sistemas e processos que são, por natureza, repetitivos e garantem uma alta probabilidade de que cada um deles seja um sucesso. O autor acrescenta ainda que uma empresa pode ser madura em gestão de projetos e não excelente.

De acordo com Carvalho *apud* Carvalho e Rabechini (2009), os modelos de maturidade em gestão de projetos basearam-se em Humphrey (1989), o qual percebeu que o desenvolvimento em projetos de TI apresentava níveis de maturidade, baseado principalmente na forma como os gerentes gerenciavam os projetos nas empresas.

Os autores Carvalho e Rabechini (2009), determinaram algumas características que identificam organizações maduras das imaturas descritas no quadro 1.

**Quadro 1 - Organizações Imaturas x Organizações Maduras**

Organizações Imaturas	Organizações Maduras
Há improvisação nos processo por parte dos profissionais e gerentes;	Há coerência nas atividades desenvolvidas efetivando a conclusão do trabalho;

<p>Não há rigorosidade na seqüência e nem há controle do cumprimento;</p> <p>Há alta dependência dos profissionais;</p> <p>Há visão baixa em relação ao progresso e qualidade;</p> <p>Há chance de comprometer a funcionalidade e a qualidade do produto;</p> <p>Há dificuldade de prever qualidade.</p>	<p>Há continuidade de melhoramento;</p> <p>Há apoio da alta administração e gerência;</p> <p>Há fidelização no processo e controle no mesmo;</p> <p>Há uma utilização das medições do produto e do processo;</p> <p>Há o uso disciplinado da tecnologia.</p>
--	--

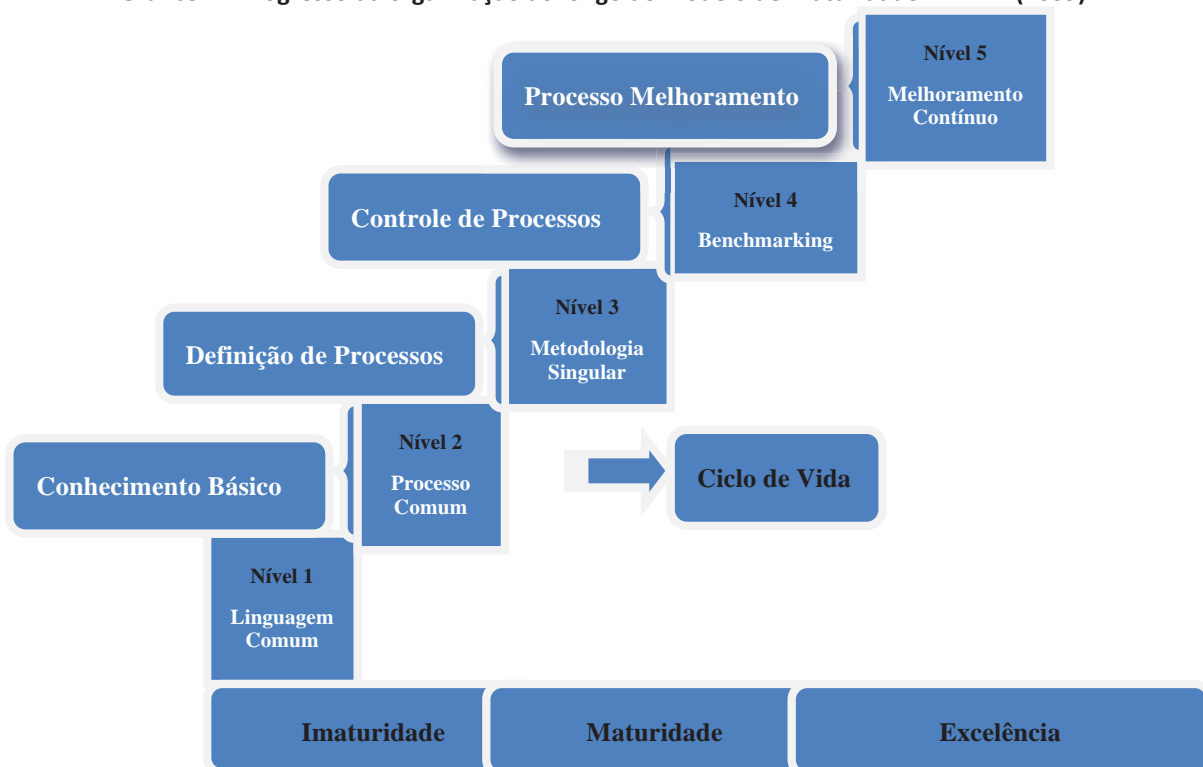
Fonte: Carvalho e Rabechini (2009)

Segundo Carvalho *apud* Carvalho e Rabechini (2009), existe vários modelos de maturidades, porém os mais conhecidos e divulgados são; *Capability Maturity Model (CMM)*, *Project Management Maturity Model (PMMM)*, *Organizational Project Management Maturity Model (OPM3)*. E, o menos conhecido MMGP, o qual será o nosso foco de estudo neste artigo.

O CMM foi criado pelo *Software Engineering Institute (SEI)* para atividades de projetos de TI na *Carnegie Mellon University*. Esse modelo apresenta em sua estrutura, níveis de maturidade que correspondem a um processo onde cada etapa é necessária. (CARVALHO E RABECHINI, 2009).

Já o PMMM proposto por Kerzner (2000 e 2001) estende o modelo anterior. Esse modelo procura medir o progresso da empresa ao longo do modelo de maturidade (CARVALHO & RABECHINI, 2009). A figura 2 exemplifica o progresso das empresas que adotam o modelo de maturidade PMMM.

Gráfico 2 - Progresso da organização ao longo do modelo de Maturidade PMMM (2009)



Fonte: Carvalho e Rabechini

Embora o PMMM diferencie-se em vários aspectos do modelo CMM, sua estrutura contempla instrumentos de benchmarking para medir o progresso da organização ao longo do modelo de maturidade (CARVALHO *et al.*, 2003 *apud* CARVALHO e RABECHINI, 2009).



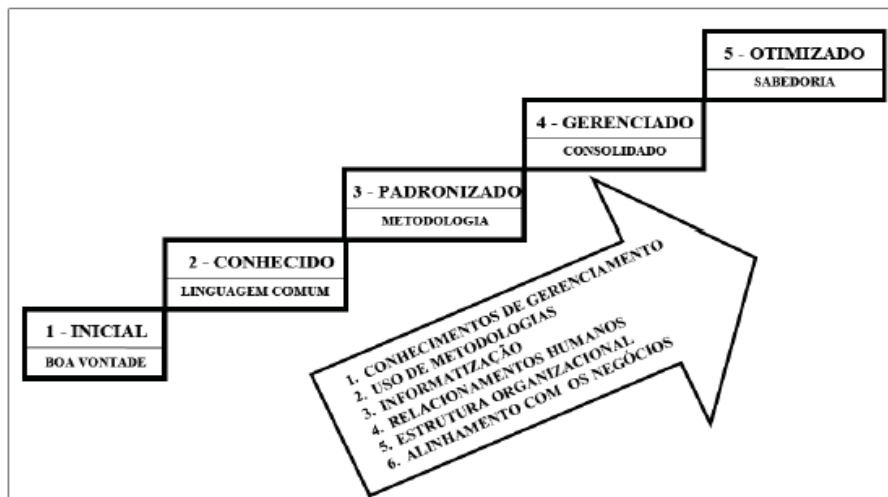
O OPM3 foi elaborado em 1999 e considera duas coisas importantes: organização e maturidade (CARVALHO e RABECHINI, 2009).

#### 4.1 Modelo de Maturidade de Gerenciamento de Projetos (MMGP)

O MMGP foi criado para ajudar a equipe de gerenciamento de projetos do Instituto de Gerenciamento Industrial (INDG) a avaliar o estágio de maturidade das organizações para as quais prestam consultoria e sugerir um plano de crescimento. (PRADO, 2006).

O MMGP é composto de cinco níveis e apresenta seis dimensões de maturidade as quais variam em intensidade dependendo do nível. Como pode ser observado na figura 3 abaixo. As dimensões são: conhecimento de gerenciamento, uso prático de metodologias, informatização, relacionamentos humanos, estrutura organizacional e alinhamento com os negócios. Estas dimensões estão presentes nos cinco níveis de maturidade do MMGP, variando a intensidade de acordo com esses níveis, são eles: Inicial, Conhecido, Padronizado, Gerenciado e Otimizado (SANTOS e MARTINS, 2008, pg. 1).

Figura 3: Dimensões e Níveis de Maturidade



Fonte: Santos e Martins (2008)

De acordo com a Figura 3, observa-se que a primeira dimensão corresponde ao conhecimento em gerenciamento de projetos, que é a empresa baseada no PMBOK Guide do PMI ou ao conhecimento de outras práticas já adotadas pela organização, como o modelo japonês de Gerenciamento pela Qualidade Total (GQT). É importante que esses conhecimentos estejam difundidos em todos os setores envolvidos com projetos. A aquisição de conhecimento é mais intensa no nível Conhecido (PRADO, 2008; SANTOS e MARTINS, 2008).

A segunda dimensão é a do uso prático de metodologias, faz-se importante que seja utilizada uma única metodologia em toda organização, aplicando corretamente os métodos, técnicas e ferramentas. (PRADO, 2008; SANTOS e MARTINS, 2008)

A informatização é a terceira dimensão de maturidade em gerenciamento de projetos. Prado (2008) afirma que o desenvolvimento e implantação de um sistema informatizado deve estar alinhado a metodologia adotada, e encontra-se definido e consolidado na organização a partir do nível Padronizado.

A quarta dimensão refere-se ao conhecimento dos aspectos dos relacionamentos humanos. As pessoas devem manter-se motivadas para desenvolver seus trabalhos de forma eficaz, evitando assim conflitos que venham a prejudicar a organização. Isso ocorre com mais intensidade no nível Gerenciado.

A quinta dimensão diz respeito à estrutura organizacional, a qual se deve buscar ser a mais adequada a fim de maximizar os resultados e minimizar conflitos. Essa estrutura de acordo com a

necessidade da empresa pode ser: funcional, matricial ou projetizada. Essa dimensão cresce no nível Padronizado, evoluindo nos demais. (PRADO, 2008; SANTOS e MARTINS, 2008).

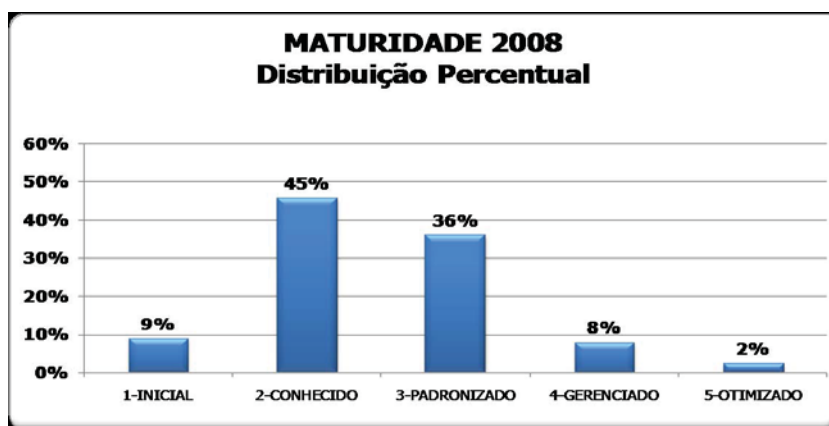
A sexta dimensão refere-se ao alinhamento com os negócios da organização. Prado (2008) reforça a necessidade de que tantos os projetos atuais como os futuros estejam alinhados com os objetivos estratégicos da organização. Essa dimensão é mais frequente a partir do nível Otimizado.

## 5. APLICAÇÃO DO MMGP EM EMPRESAS NO BRASIL E SEUS RESULTADOS

Os pesquisadores Archibald & Prado, no ano de 2008, aplicaram um questionário sobre MMGP a mais de 300 profissionais de todos os tipos de empresas do Brasil. O resultado final apresentou maturidade média de 2,66 (ARCHIBALD e PRADO, 2009). Para eles o resultado é positivo tendo em vista o tempo que o Brasil tem adotado a GP, porém ainda tem muito que ser feito.

Segundo os pesquisadores Archibald e Prado (2009), os níveis 1 e 2, os quais equivalem a 54% das organizações participantes desta pesquisa, mostram que o gerenciamento de projetos ainda não traz resultados aos seus negócios como nos níveis 3, 4 e 5. E, já nos níveis 4 e 5 os quais representam 10% das organizações, estão em níveis que permitem domínio e otimização do trabalho, como mostra a Figura 4.

Gráfico 4 - Maturidade Global 2008

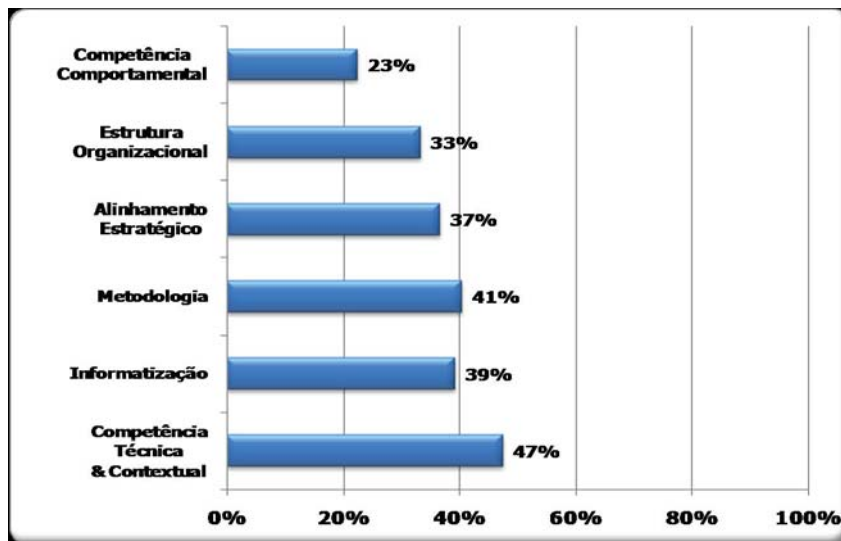


Fonte: Prado (2009)

Observando o gráfico 4 conclui-se que as empresas que apresentam nível 2, representam cerca de 45%, ou seja, já começaram a investir em conhecimentos. Já o nível 3 é composto por 36% das empresas estudadas, onde essas já implantaram padrões na maturidade na gestão de projetos.

No gráfico 5 estão expostos os resultados da média global de maturidade das empresas no ano de 2008 obtidos através dos estudos de Archibald e Prado (2009).

Gráfico 5 - Aderências às dimensões

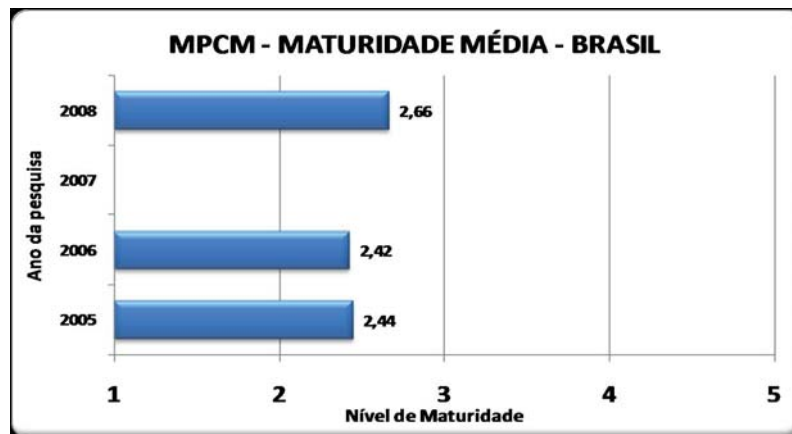


Fonte: Prado (2009)

No gráfico 5, observa-se que quanto ao assentimento às dimensões do modelo de gerenciamento MMGP, a partir dos resultados acima se percebeu que a Competência Técnica, Informatização e Metodologia lideram, logo ARCHIBALD e PRADO (2009) afirmam que *“na maioria das organizações, a evolução está ocorrendo mais fortemente nas dimensões Competência Técnica & Contextual, Informatização e Metodologia.”*

O Gráfico 6 revela que no ano de 2008, a média geral nacional foi de 2,66, a mais alta dos anos pesquisados.

Gráfico 6 - Comparação com anos anteriores



Fonte: Prado (2009)

No gráfico 7, quanto aos resultados estratificados, pode-se observar que a empresas privadas assumiram a primeira colocação, atingindo a média de 2,73, seguida pelo terceiro setor, com 2,66 e por último o setor público que apresentou as médias 2,40 para governo indireto e 2,33 para governo direto. Nesse estudo as organizações de governo com administração direta tiveram 16 participantes.

Gráfico 7 - Maturidade por tipo de organização



Fonte: Prado (2009)

### 3. METODOLOGIA

Essa pesquisa foi de natureza descritiva, com uma abordagem quantitativa. Quanto aos procedimentos técnicos foi utilizada a pesquisa bibliográfica, elaborada a partir de livros sobre o gerenciamento de projetos e seus modelos e artigos disponibilizado pela *internet*. Foi realizado um levantamento de dados foi utilizado um questionário testado e validado. Tal questionário foi desenvolvido por Prado (2008), sendo composto por 40 perguntas de múltiplas escolhas, aplicado no setor de gestão de projetos de uma empresa de grande porte localizado na cidade de João Pessoa. As respostas foram fornecidas pelo gerente de projetos da empresa em estudo. Os resultados foram avaliados de acordo com o modelo de maturidade de gerenciamento de projetos proposto por Prado (2008), MMGP (Modelo de Maturidade em Gerenciamento de Projetos) disponível no site [http://www.maturityresearch.com/novosite/index\\_br.html](http://www.maturityresearch.com/novosite/index_br.html).





### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A empresa em estudo, embora tenha sua sede na cidade de João Pessoa, domina cerca de 98% do mercado em que atua em toda a Paraíba. Ela vem realizando expressivos investimentos para garantir aos paraibanos um serviço de boa qualidade, tornando-a mais moderna e passando a registrar alto nível de evolução em seus principais indicadores de desempenho.

Como resultado de sua avaliação segundo o modelo de maturidade (MMGP) feito no setor de projetos da empresa em estudo, obteve nota 4,06, sendo a nota máxima 5,00 pontos. Tendo em vista que a empresa em estudo é da iniciativa privada, a mesma apresentou resultado bem acima da média, 2,73, obtida pelas outras empresas da mesma categoria.

A Figura 8 refere-se à avaliação da maturidade no gerenciamento de projetos com relação ao nível proposto pelo modelo MMGP. Pode-se observar que a empresa em estudo obteve 97 pontos no nível 2, o qual se refere ao alinhamento de conhecimento na área de gerenciamento de projetos. No nível 3, obteve 94, indicando que a mesma já adota padrões e metodologias no gerenciamento de projetos. No nível 4 obteve 65 pontos, cuja a mesma já trabalha com treinamento avançado na área. No nível 5 apresentou 50 pontos, a metade em relação ao total, apontando que a empresa já tem um experiência que vem se consolidando na área de gerenciamento de projeto além da mesma já vir se capacitando para assumir riscos maiores e se preparando para um novo ciclo de mudanças organizacionais.

Gráfico 8 - Perfil de Avaliação da Maturidade da Empresa X



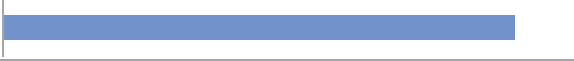



Nível	Pontos	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
2	97											
3	94											
4	65											
5	50											

Fonte: os autores (2010)

O Percentual de Aderência (figura 9) é o valor obtido no teste de avaliação de maturidade que reflete o posicionamento de uma organização nos requisitos de um nível de maturidade. Podem-se utilizar os valores obtidos para cada nível da seguinte forma:

- Aderência até 20%: nula ou fraca
- Aderência de 20% até 60%: regular
- Aderência de 60% até 90%: boa
- Aderência acima de 90%: completa

Gráfico 9 - Aderências às dimensões

DIMENSÃO	%	ADERÊNCIA (%)									
		10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Competência Técnica	81										
Metodologia	83										
Informatização	95										
Estrutura Organizacional	54										
Competência Comportamental	29										
Alinhamento Estratégico	85										

Fonte: os autores (2010)

Observando a gráfico 9, pode-se averiguar que na competência técnica, a aderência foi de 81%, considerada boa. A metodologia utilizada foi considerada boa. A informatização obteve um excelente resultado, com cerca de 95%, mostrando uma completa aderência da informatização nesse setor. Na dimensão alinhamento estratégico o resultado foi bom e na estrutura organizacional e na competência comportamental obtiveram um resultado regular tendo em vista que um percentual favorável deveria ser acima de 60%.

## 5. CONCLUSÃO

Foi possível analisar com esse estudo que a maturidade do setor da empresa, apresentou nota de 4,06, significativamente superior ao da média de 2,66 das 310 empresas que participaram do estudo desenvolvido por Darci Prado em 2008. Conclui-se com esse resultado, que a empresa apresenta seus

processos otimizados de planejamento e execução implicando em novas melhorias de *performance*. Os projetos além de manterem-se alinhados com a estratégia da empresa, vêm sendo executados com base na experiência, nos conhecimentos e atitudes pessoais dos seus gestores. Chama-se atenção para o resultado obtido pela empresa na dimensão competência comportamental, 29%, sendo importante para a mesma, investir em programas de motivação eficazes para seus colaboradores, visando melhor execução das atividades por parte dos mesmos. A dimensão estrutura organizacional merece atenção, 54%, logo, é necessário escolher a estrutura mais adequada para envolver os diferentes setores dessa empresa na execução de seus projetos, visando maximizar os resultados e minimizar os conflitos.

Atendo-se a esses resultados, a empresa apresenta potencial para consolidar com sucesso seu modelo de maturidade de gestão de projetos, alcançando assim a excelência, além de ser um *benchmark* para outras empresas da região. Tal estudo pode servir como um propulsor para empresa na elaboração de estratégias para sua modernização e alcance de alto nível de evolução em seus principais indicadores de desempenho, obtendo assim um retorno mais rápido dos investimentos que vem sendo feitos nesses últimos anos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

CARVALHO, M. M.; RABECHINI, R. J. **Construindo competências para gerenciar projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PRADO, D. **MMGP – Um modelo brasileiro de maturidade em gerenciamento de projetos**. Revista Mundo PM. São Paulo, n. 003, jun-jul 2005. Disponível em: <<http://pontogp.wordpress.com/2006/05/06/mmgp-um-modelo-brasileiro-de-maturidade-em-gerenciamento-de-projetos/>> Acesso: set 2010

PRADO, D.; ARCHIBALD, R. D. **Pesquisa Maturidade em Gerenciamento de Projetos**. Copyright 2009. Disponível em: <[http://www.sucesurj.com.br/download/Artigos/PesquisaMaturidade-2008\\_RelatorioGeral\\_VersaoResumida\\_V4.pdf](http://www.sucesurj.com.br/download/Artigos/PesquisaMaturidade-2008_RelatorioGeral_VersaoResumida_V4.pdf)>. Acesso: set 2010

SANTOS, L. G. C.; MARTINS, M. R. **Análise da influência da evolução na maturidade em gerenciamento no desempenho dos projetos**. In: XV SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2008, São Paulo.

KEELING, R. **Gestão de Projetos: uma abordagem global**. São Paulo: Saraiva, 2002.

KERZNER, H. **Gestão de Projetos: as melhores práticas**. 2ª ed. São Paulo: Bookman, 2007.

## ANÁLISE DA QUALIDADE DE VIDA DE TRABALHADORES DE UMA FEIRA LIVRE DE JOÃO PESSOA

I. O. L. Verde<sup>1</sup> e A. C. Santos<sup>2</sup>

<sup>1 e 2</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa  
ilzair@hotmail.com; alan2santos@gmail.com

### RESUMO

O presente trabalho tem como questionamento analisar em que medida as condições de trabalho tem influenciado a qualidade de vida dos feirantes que realizam suas atividades laborais na Feira Livre de Jaguaribe, no município de João Pessoa – PB. Objetiva analisar a qualidade de vida dos feirantes que realizam suas atividades na Feira Livre de Jaguaribe, primeiramente traça um perfil desses feirantes, em seguida traz a percepção que esses trabalhadores têm em termos da sua qualidade de vida, em seguida verifica se as atuais condições de trabalho na Feira Livre de Jaguaribe têm influenciado na qualidade de vida dos feirantes e na qualidade dos serviços por eles. Trata-se de um estudo descritivo, de abordagem quantitativo-qualitativa, com amostragem por conveniência, a ser realizada junto aos feirantes que realizam suas atividades laborais na Feira Livre de Jaguaribe, no município de João Pessoa – PB. Foi aplicado um questionário sócio demográfico, com o objetivo de traçar o perfil dos feirantes. Foram realizadas algumas entrevistas individuais, de caráter semiestruturadas, desenvolvidas através de um roteiro de perguntas. Esse é um trabalho pioneiro, como resultado desse estudo constatou-se que é necessário desenvolver uma campanha de conscientização, apontado aspectos importantes sobre o que é qualidade de vida e como desenvolver um ambiente de trabalho em feiras livres mais saudáveis, tendo em vista que 40% dos entrevistados responderam que as informações que precisam para o seu dia-a-dia não estão disponíveis em sua totalidade.

**Palavras-chave:** qualidade de vida, trabalho, feira livre, feirantes.

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade laboral surgiu devido à necessidade do homem de encontrar os meios adequados para satisfazer as suas necessidades pessoais. A palavra trabalho é: sinônimo de atividade, ocupação, ofício profissional, tarefa, distinguindo-se de lazer, e aparece como resultado de uma determinada ação. Em outras palavras, o trabalho é a atividade desenvolvida pelo homem com o objetivo de produzir riqueza. (TAVARES, EIRAS e MANGINI, 2002; CODO, SAMPAIO e HITOMI, 1993).

No entanto, em se tratando de economia informal, esta pode ser definida pela Organização Internacional do Trabalho como sendo toda atividade em que não há distinção entre o patrimônio próprio e o dinheiro investido na fonte de renda. As atividades informais surgem como alternativas das atividades de trabalho. Estas organizações informais são compostas de pessoas com perfis variados. Além disso, e de acordo com Tavares, Eiras e Mangini (2002), a economia informal pode representar uma alternativa de acesso ao consumo para diversos segmentos da sociedade que não possuem condições de usufruir dos produtos e serviços do mercado convencional.

Em se tratando de atividades laborais, pode-se dizer que, de maneira geral, a qualidade de vida no trabalho abrange uma série de fatores, a constar: renda capaz de satisfazer as expectativas pessoais e sociais; orgulho pelo trabalho realizado; vida emocional satisfatória; autoestima; imagem da instituição junto à opinião pública; equilíbrio entre trabalho e lazer; horários e condições de trabalhos sensatos; oportunidades e perspectivas de carreira; possibilidade de uso do potencial; respeito dos direitos, justiça nas recompensas (LACAZ, 2000). Em outras palavras, é possível se afirmar que a qualidade de vida do indivíduo depende da qualidade de vida no trabalho, pois este assume o papel central na vida das pessoas, chegando a definir aspectos vitais como “status” e identidade pessoal.

No Brasil, são poucas as iniciativas visando à promoção da saúde dos trabalhadores, sendo a maioria das experiências restrita a uma empresa, ou comumente, a um setor de uma empresa. Desta forma, torna-se relevante estudar a condição de vida dos feirantes.

Diante do exposto, esta pesquisa apresenta a seguinte problemática: em que medida as condições de trabalho tem influenciado a qualidade de vida dos feirantes que realizam suas atividades laborais na Feira Livre de Jaguaribe, no município de João Pessoa – PB. Em outras palavras, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a qualidade de vida dos feirantes que realizam suas atividades na Feira Livre de Jaguaribe, mediante a obtenção dos seguintes objetivos específicos:

- Traçar um perfil dos feirantes da Feira Livre de Jaguaribe;
- Compreender a percepção que esses trabalhadores têm em termos da sua qualidade de vida;

Verificar se as atuais condições de trabalho na Feira Livre de Jaguaribe têm influenciado na qualidade de vida dos feirantes e na qualidade dos serviços por eles prestados.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Este item faz menção ao embasamento da revisão da literatura acerca do tema anteriormente definido, enfatizando conceitos e argumentos no intuito de obter clareza na abrangência da realização deste trabalho de pesquisa.

### 2.1 O trabalho do feirante

De acordo com Souza e Silva (2009), as feiras surgiram da necessidade que os homens têm de comprar, vender e trocar produtos de diversos tipos, atraindo pessoas residentes em locais distantes para o ponto central de comercialização, sendo essa atividade um costume muito antigo. A feição da feira e do feirante vai se transformando, dia a dia, frente às necessidades do mercado que é afetado pela nova ordem internacional do capital.



O atual processo de globalização ocasionou modificações em vários setores, tais como: tecnológico, financeiro, comercial, produtivo e na economia. Esses acontecimentos históricos determinaram um processo de rápidas mudanças políticas e econômicas no mundo, criando novos agentes e organismos para atuar no cenário internacional (SANTANA, 2004). Nessa perspectiva, é possível considerar que todos os setores da economia são partícipes desse processo global, desde a mais alta classe empresarial que rege a política nacional, até um “simples” feirante que com o seu fazer diário movimenta, em menor escala, a economia do país, do estado e da sua cidade.

Há alguns anos, o feirante era o homem oriundo do campo e quase sempre o pequeno produtor que vinha expor à venda o que colhia na propriedade familiar. Atualmente, esse panorama vem sendo modificado por razões aliadas à oferta de emprego formal (DINIZ, 1987). A competição da feira muda e é facilmente observável: novos produtos e serviços estão expostos à comercialização e novas pessoas nela engajada. É o novo aliando-se ao velho; é o feirante qualificado profissionalmente competindo com o tradicional rurícola (PAIXÃO e CRUZ, 1982, citados por SOUZA e SILVA, 2009).

A Feira de Jaguaribe é uma das mais tradicionais feiras livres de João Pessoa, primeiro por que ela só funciona nas quartas-feiras, e segundo por que é possível comprar de todo tipo de alimento: de verdura a frutas. Ela se situa no também tradicional bairro de Jaguaribe e está bem próxima à Mata do buraquinho. Por ficar bem próximo do IFPB, é interessante que se realize tal estudo a fim de avaliar como anda a qualidade de vida dos feirantes, aproximando a academia desta categoria de trabalhadores.

## 2.2. A qualidade de vida no trabalho

Conforme argumenta Asmus (2004), a qualidade de vida (QV) de uma determinada comunidade é, na verdade, um reflexo das circunstâncias de vida nas quais essa população está inserida, assim como uma apresentação da forma com que as mesmas são percebidas por seus indivíduos. Em relação ao primeiro ponto, pode-se afirmar que se constitui objeto da análise objetiva, enquanto que o segundo reporta-se à análise subjetiva. Desta feita, evidencia-se que a avaliação da qualidade de vida de um grupo de trabalhadores feirantes deve ser multidimensional, ou seja, deve incorporar tanto o eixo objetivo quanto o subjetivo.

Por outro lado, a qualidade de vida é definida pela Organização Mundial de Saúde (OMS), através da sua Divisão de Saúde Mental, como sendo: “a percepção do indivíduo de sua posição na vida, no contexto da cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações” (BLEY e VERNAZZA-LICHT, 1997, p.7; WHOQOL, 1998). Alguns casos em que a qualidade de vida é estudada em relação à saúde mental baseiam-se em pesquisas de comportamento em situações extremas e muito particulares de estresse, como nos ambientes das feiras livres, por exemplo.

De acordo com Silva, Aldson e Soares (2007), o mundo no qual as empresas estão inseridas (sejam elas de quais tipos forem, inclusive as informais) já está consciente da importância da qualidade de vida e da necessidade de criar melhores condições para o bem estar dos colaboradores, considerando que o profissional produz mais e melhor quando se sente feliz e motivado. Neste estudo merece destaque Elton Mayo, cujas pesquisas são de grande importância para a avaliação do comportamento humano, da motivação dos indivíduos para a obtenção das metas e da Qualidade de Vida do Trabalhador.

Mesmo com outros títulos e em outros contextos, mas sempre voltada para facilitar ou trazer satisfação e bem-estar ao trabalhador na execução de suas atividades, a qualidade de vida sempre foi objeto de preocupação da raça humana. Os autores supracitados ainda afirmam que a QVT deve ser considerada como uma gestão dinâmica, já que as organizações e as pessoas mudam contingencial e constantemente, e isso depende da realidade de cada empresa no contexto em que está inserida. Ou seja, os fatores físicos e psicológicos afetam no bem estar dos trabalhadores e em sua produtividade.

De maneira geral, a QVT abrange:

- ✓ Renda capaz de satisfazer às expectativas pessoais e sociais;
- ✓ Orgulho pelo trabalho realizado;
- ✓ Vida emocional satisfatória;
- ✓ Autoestima;
- ✓ Imagem da empresa/instituição junto à opinião pública;
- ✓ Equilíbrio entre trabalho e lazer;
- ✓ Horários e condições de trabalho sensatos;
- ✓ Oportunidades e perspectivas de carreira;
- ✓ Possibilidade de uso do potencial;
- ✓ Respeito aos direitos; e
- ✓ Justiça nas recompensas.

Se o homem é um ser racional, embora nem sempre pareça, é hora de agir como tal. O novo desafio que marcará o século XXI é como inventar e difundir uma nova organização do trabalho, capaz de elevar a qualidade de vida e do trabalho, fazendo alavanca sobre a força silenciosa do desejo de felicidade. São nas organizações (e neste caso em particular, nas feiras livres) que o trabalhador passa a maior parte de suas vidas, natural seria que eles as transformassem em lugares mais aprazíveis e saudáveis para a execução do seu trabalho. Locais onde eles pudessem, de fato, passar algumas horas vivendo, criando e realizando plenamente – com qualidade de vida, satisfação e alegria.

### 3. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo, de abordagem quantitativo-qualitativa, com amostragem por conveniência, a ser realizada junto aos feirantes que realizam suas atividades laborais na Feira Livre de Jaguaribe, no município de João Pessoa - PB. Como critérios de inclusão serão: os participantes da pesquisa deverão ser maiores de 18 anos e trabalhar como feirante há, pelo menos, 6 (seis) meses.

Foi aplicado um questionário sócio demográfico, com o objetivo de traçar o perfil dos feirantes. Quanto ao eixo subjetivo, foram realizadas algumas entrevistas individuais, de caráter semiestruturadas, desenvolvida através de um roteiro de perguntas, de maneira a permitir uma maior flexibilidade de respostas por parte dos entrevistados. Todas as entrevistas foram realizadas dentro da conveniência dos feirantes. Os resultados foram analisados através da técnica de análise de conteúdo temática, com o objetivo de descobrir os sentidos fundamentais que compõem uma comunicação (MINAYO, 2004), de forma a trazer algum significado consistente e pertinente à esta pesquisa

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

#### 4.1 Perfil dos feirantes

Ao analisar as características sócio-demográficas dos feirantes, constatou-se os seguinte dados, apresentados na tabela 1, quanto ao gênero e estado civil dos participantes da pesquisa.

Tabela 1: Características sócio-demográficas

Variáveis	SEXO	
	Quantidade	%
Feminino	12	60%
Masculino	8	40%

ESTADO CÍVIL		
Variáveis	Quantidade	%
Solteiro (a)	8	40%
Casado (a)	8	40%
Companheiro (a)	1	5%
Separado (a)/Divorciado (a)	3	15%
Viúvo (a)	0	0%

Fonte: Pesquisa de Campo

No gráfico 1 constam os percentuais de entrevistados distribuídos quanto a idade.

## 2. Gráfico 1 - Idade

Fonte: Pesquisa de Campo.

O gráfico 2 especifica as etnias que os pesquisados se auto denominaram fazer parte.

## 3. Gráfico 2 - Etnia

Fonte: Pesquisa de Campo.

O gráfico 3 caracteriza os pesquisados quanto a escolaridade.

## Gráfico 3 - Nível de Escolaridade

=

Fonte: Pesquisa de Campo

Depois de coletados os presentes dados, constatou-se o seguinte perfil dos feirantes estudados: a maioria era do sexo feminino, sendo grande parte solteiro(a) ou casado(a), a faixa etária encontrava-se no intervalo de quarenta anos até quarenta e nove anos, a maioria é da raça negra, o nível de escolaridade predominante foi o do ensino fundamental incompleto e a média de filhos era de 1,9 por feirante.

## 4.2. Concepção dos feirantes sobre Qualidade de Vida

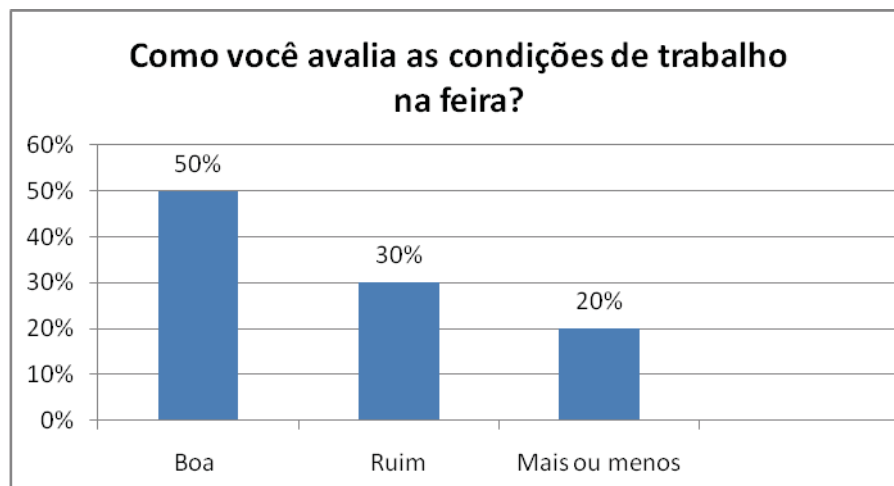
Na análise subjetiva da pesquisa, primeiramente foi questionado para cada feirante o que é qualidade de vida. Na percepção dos mesmos, o tema qualidade de vida está relacionado com viver bem, ter um lar aconchegante (harmonia conjugal e possuir um bom relacionamento com os filhos), poder ser bem assistido pelo Estado, possuir um salário justo, o qual lhes proporcione estabilidade e condições para que possam educar seus filhos, possuir uma casa própria e desfrutar de momentos de lazer. Outros fatores considerados de suma importância para os feirantes são: a paz, a fé e a segurança; para que sua vida seja considerada de qualidade.

Diante do que foi encontrado, pode-se constatar que mesmo que há uma relação entre o que foi argumentado por Asmus (2004), sobre qualidade de vida (QV) que se trata do reflexo das circunstâncias de vida nas quais essa população está inserida, assim como uma apresentação da forma com que as mesmas são percebidas por seus indivíduos; e da percepção dos feirantes sobre o que é qualidade de vida.

## 4.3. Avaliação QUANTI-QUALITATIVA das condições de trabalho na feira

O gráfico 4 representa os resultados das avaliações dos feirantes em relação às condições de trabalho presentes no ambiente da feira.

Gráfico 4 - Quanti-Qualitativo relacionado às condições de trabalho na feira



Fonte: Pesquisa de Campo

Nessa segunda fase da pesquisa subjetiva, constatou-se que 50% dos feirantes avaliaram as condições de trabalho na feira boas, pois haviam conquistado uma boa clientela; além disso, eles também consideram seu ambiente de trabalho alegre, pois lá eles são capazes de interagir de maneira mais direta com os clientes, sentindo-se mais integrado à sociedade. Sentiam-se felizes porque conseguiam vender as suas mercadorias além de considerar uma fonte de renda em meio a tanto desemprego.

Já 30% dos feirantes avaliaram as condições de trabalho na feira como desfavoráveis, mais especificamente, ruins, pois era um trabalho incerto quando se fala em comercialização de mercadorias. Ou seja, ora a mercadoria poderá ser toda comercializada, ora não será comercializada e parte ou todo capital investido não terá o retorno esperado por se tratar de um bem de consumo não durável.

Os participantes da investigação relataram também a ausência de higiene no ambiente, constatando que não havia uma coleta adequada para o lixo, além de insuficiência de água, e que a quantidade de banheiros existentes não atende as necessidades dos feirantes. No que se refere à insatisfação das condições de trabalho na feira, o depoimento a seguir evidencia bem este relato: “aqui na feira é ruim. Porque vivemos num meio sacrificado, arriscamos nossa vida e temos muito aborrecimento.”

É preciso despertar para situações deste tipo, o antropólogo Studs Terkel (1972) argumentou que: “o trabalho trata da busca por um sentido diário, bem como pelo pão de cada dia, por reconhecimento, bem como por dinheiro, por surpresa ao invés de torpor, em suma, por um tipo de vida, e não por um tipo de morte de segunda a sexta-feira.

E, por fim, 20% dos entrevistados consideraram as condições de trabalho na feira mais ou menos, ou seja, destacaram que a feira proporciona a liberdade que um trabalho formal não pode proporcionar. Isto porque a informalidade segundo os feirantes, proporciona a liberdade que o trabalho formal não proporciona. Segundo Zarifian (2001), as transformações do trabalho resultaram em uma maior exigência de aquisição de novas competências, o que na maioria das vezes faz com que os trabalhadores busquem constantemente informações, habilidades e mais qualificações. Os participantes relataram também que as condições poderiam ser bem melhores se o local da feira ficasse em um ambiente fechado, pois assim eles estariam menos expostos à chuva, ao calor, ao sol e à poeira. Afirmaram também que a feira é um local barulhento e que à noite esse barulho torna-se insuportável.

No tocante aos produtos, os feirantes mencionaram que, na maioria das vezes, as mercadorias são caras e nem sempre trazem o retorno esperado, logo esta situação na maioria das vezes gera uma insatisfação nas expectativas tanto pessoais com sociais dos feirantes.

#### 4.4. Avaliação subjetiva das Condições de Trabalho na feira

Na terceira fase do eixo subjetivo da pesquisa, quando perguntado se, em relação ao local da feira, o feirante possuía tudo que precisava para realizar o trabalho, foram coletados os dados, conforme o gráfico 5 a seguir:

Gráfico 5 - Percepção do local de trabalho pelos feirantes



Fonte: Pesquisa de Campo

De acordo com o gráfico 5, constatou-se que 55% dos feirantes consideraram que possuíam tudo que precisava para realizar o seu trabalho, associando que condições laborais estavam relacionadas com o fato de: possuir sacolas e bancos, ter a mercadoria necessária para atender a demanda dos clientes, ter um local de trabalho tranquilo. Os entrevistados alegaram também que tinham energia elétrica, água e banheiro suficientes para a realização do trabalho.

Em contrapartida, 45% dos feirantes relataram que não possuíam o necessário para a realização do seu trabalho, justificando que há uma grande dificuldade para utilização dos banheiros, pois os mesmo são insuficientes e inadequados. Para estes, a estrutura física é precária, apresentado consideráveis buracos e tornando-os vulneráveis aos acidentes, assim como para as pessoas que por lá transitam. Isso sem contar com a ausência de uma coleta de lixo contínua e da segurança ser bastante precária.

O depoimento a seguir reforça bem a questão percebida pelos feirantes:

“Dificuldade em negociar com a prefeitura, a prefeitura quer tomar os pontos. Segurança fraca já foi roubado uma vez aqui. Banheiro não presta, mas quando reclama, eles fecham os banheiros. Morte na feira” (Feirante, Masculino, 70 anos)

Ao avaliar tais questionamentos, constatou-se que, mesmo que intrinsecamente demonstrados, a maioria dos trabalhadores, senão todos os trabalhadores, buscam com o seu trabalho respeito aos seus direitos, uma renda capaz de satisfazer as suas expectativas sociais e pessoais, condições de trabalho favoráveis, oportunidades para demonstrar suas habilidades e possibilidade do uso de seu potencial.

## 5. CONCLUSÕES

Com essa pesquisa foi possível identificar um perfil dos feirantes que trabalham na feira livre de Jaguaribe, tendo uma predominância do sexo feminino, com idade acima de 45 anos, ensino fundamental incompleto, a idade e escolaridade se encontra fora do padrão adotado para ser absorvido no mercado de trabalho formal. Como definição de qualidade de vida, pode-se constatar que para esses trabalhadores, a mesma se define abrangendo aspectos tais como: viver bem, ter um lar, salário justo, lazer, paz, fé e a segurança. Sobre as condições de trabalho na feira, 50% dos entrevistados alegaram serem boas, mas vale salientar que eles levaram em consideração apenas os seguintes aspectos: boa relação com os clientes, ambiente alegre e fonte de renda. Tais aspectos não são suficientes para determinar um ambiente de trabalho em boas condições. Outros aspectos apontados pelos demais entrevistados devem também ser mensurados, tais como: instabilidade nas vendas, falta de higiene, falta de segurança e sanitários insuficientes. Com relação ao acesso aos serviços de saúde, essa pesquisa nos trouxe um dado preocupante, cerca de 50% mostram-se muito insatisfeitos. Dos entrevistados, 35% afirmaram que precisam de algum tratamento médico para levar sua vida diária. No quesito lazer, a maioria (45%) alega aproveitar a vida mais ou menos, reforçando 35% disseram ter poucas oportunidade de atividades e lazer. Cerca de 40% dos entrevistados alegam ter um ambiente físico de trabalho mais ou menos, mas 55% mostram-se satisfeitos com sua capacidade de trabalhar. Com relação a autoestima, chama-se atenção que a maioria, cerca de 45% afirmaram estar satisfeito, seguido por outros 40% que responderam estar mais que satisfeito consigo mesmo. As relações pessoais, pela maioria (35%) são consideradas muito satisfatórias. A maioria (40%) alega também terem um apoio satisfatório de seus amigos sempre que necessários. Faz-se necessário desenvolver uma campanha de conscientização, apontado aspectos importantes sobre o que é qualidade de vida e como desenvolver um ambiente de trabalho em feiras livres mais saudáveis, tendo em vista que 40% dos entrevistados responderam que as informações que precisam para o seu dia-a-dia não estão disponíveis em sua totalidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ASMUS, R.M.F. **Qualidade de vida na agricultura familiar**. Tese de Doutorado, Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2004.
- BLEY, D.; VERNAZZA-LICHT, N. **La multiplicité des usages du terme de "Qualité de vie"**. In: Prevenir - Qualité de vie: santé, ecologie, environnement, 33, 2º semestre, 1997, p.7-14.
- CODO, W.; SAMPAIO, J.J.C.; HITOMI, A.H. **Indivíduo, trabalho e sofrimento**. Revista Vozes 1993; 3(2):103-112.
- DINIZ, J. A. F. **As feiras em Sergipe e em seu entorno**. ECOS-Ensaio Econômicos e Sociais. Vol. 1, nº. 1, 1987. Aracaju, Instituto de Economia e Pesquisas-Inep.
- LACAZ, F.A.C. **Qualidade de vida no trabalho e saúde/doença**. Revista Ciência e Saúde 2000; 5(1):151-161.
- MINAYO, M.C.S.; HARTZ, Z.M.A.; BUSS, P.M. **Qualidade de vida e saúde: um debate necessário**. Ciênc. saúde coletiva [online], 2000, vol.5, n.1, pp. 7-18.
- \_\_\_\_\_, M.C.S. **O Desafio do Conhecimento – Pesquisa Qualitativa em Saúde** (8ª. ed.). São Paulo – Rio de Janeiro: HUCITEC-ABRASCO, 2004.
- NEVES, Y. M.; ARAÚJO, S. J. A.; VIEIRA, B. S.; ALBERTO, P. F. M. **Subjetividade e Trabalho: "a vida não é só isso que se vê"**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

PICCININI, V.C. **Cooperativas de trabalho de Porto Alegre e flexibilização do trabalho.** Sociologias, Porto Alegre, ano 6, nº 12, jul/dez 2004, p. 68-105.

RIGOTTO, R.M. **Saúde dos trabalhadores e meio ambiente em tempos de globalização e reestruturação produtiva.** Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, 93/94: 9-20, dez.1998

ROSSI, M. A.;PERREWÉ, L. P.;SAUTER, L. S. **Stress e qualidade de vida no trabalho: perspectivas atuais da saúde ocupacional.** 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SANTANA, H.T.S. **Globalização da Economia: Soberania Nacional e MERCOSUL.** Rio de Janeiro, 2004. Acesso em 08 de junho de 2010, em <http://www.eceme.ensino.eb.br>.

SILVA, S.J.; ALDSON, S.; SOARES, M.A.A. **Qualidade de vida.** Revista Eletrônica Administradores.com. Janeiro de 2007. Recuperado em 08 de junho de 2010.

SOUZA, E.S.; SILVA, P. **Perfil socioeducacional e identidade do feirante de Itabaiana-SE.** Psicologia em foco, Aracaju, Faculdade Pio Décimo, v. 2, n. 1, jan./jun. 2009.

TAVARES, T.S; EIRAS, N.R.S.; MANGINI, D. **Trabalho informal e qualidade de vida: interações possíveis no contexto local.** Cadernos de Pesquisas em Administração 2002; 9(1): 104-115.

VASCONCELOS, A.F. **Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas.** Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 08, nº 1, janeiro/março, 2001.

WHOQOL. (1998). **Versão em português dos Instrumentos de Avaliação de Qualidade de Vida – Organização Mundial da Saúde – Divisão de Saúde Mental, Grupo WHOQOL – Projeto OMS/UFRGS, Departamento de Psiquiatria.** Recuperado em 15 de maio de 2010, de <http://www.ufrgs.br/psiq/whoqol.html>.

ZARIFIAN, P. **Objetivo e Competência: Por uma nova lógica.** São Paulo: Atlas, 2001.

## ANÁLISE DO PROCESSO DE CARGA E DESCARGA DE MATERIAL PERMANENTE EM ÓRGÃO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: Um estudo sobre a percepção dos consignatários no ambiente do IFRN Campus Natal Central.

Fernando VARELLA<sup>1</sup>; Francisco SILVA<sup>2</sup>; Luiz SILVA<sup>3</sup>; Ivo ASSUNÇÃO<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Central; <sup>2</sup> Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Central; <sup>3</sup> Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Central, <sup>4</sup> Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Central..

fernando.varella@ifrn.edu.br - fassis@cefetrn.br - luiz.gomes@ifrn.edu.br – [ivo.assuncao@ifrn.edu.br](mailto:ivo.assuncao@ifrn.edu.br)

### RESUMO

O presente artigo é um estudo de caso, desenvolvido por alguns alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) - Campus Natal Central, que visa uma reflexão da atual conjuntura administrativa dos materiais permanentes pertencentes ao IFRN – Campus Natal Central e, conseqüentemente, em posse dos seus servidores consignatários. O trabalho aborda, de forma clara e sintética, a falta de percepção que alguns desses agentes públicos têm da responsabilidade que lhes é atribuída. A partir das informações extraídas do instrumento da pesquisa, foi possível diagnosticar a ausência da transmissão, aos servidores consignatários, das normas relativas aos procedimentos a serem adotados para o controle patrimonial dos materiais permanentes no IFRN – Campus Natal Central, como conseqüência, verificou-se falhas no procedimento de carga e descarga desses materiais. Mediante uma análise quantitativa identificada através de pesquisa, após a extração dos dados retirados de questionário com perguntas fechadas, aplicado a 22 servidores que possuem sob sua responsabilidade carga patrimonial considerável, após tratamento das informações, foram identificadas falhas no processo de conscientização dos métodos normativos adotados pelo Instituto. Com isso, sugerido a Administração práticas de combate aos erros encontrados.

**Palavras-Chave:** Controle patrimonial. Instruções Normativas. Responsabilidade socioeconômica. Servidores consignatários.



## INTRODUÇÃO

O controle patrimonial de um ente da Administração Pública deve ser efetuado com muita seriedade, visto que é através dele que se monitora toda a política de aquisição, controle, conservação e distribuição de bens, agindo assim como uma inter-relação com outros seguimentos internos e externos à Instituição na sua totalidade.

Ao longo dos últimos anos, o Governo Federal vem adotando políticas mais veementes e severas de controle do patrimônio público, entre as quais se destacam a implantação do Sistema Integrado de Administração Financeira (SIAFI) e o aumento da fiscalização exercida pelos órgãos de controle externo, como o Tribunal de Contas da União (TCU) e pela Controladoria-Geral da União (CGU), instituição do Governo Federal responsável pela defesa do patrimônio público e pelo incremento da transparência da gestão, por meio das atividades de controle interno. Esses órgãos estão cada vez mais atualizados, tanto do ponto de vista administrativo quanto tecnológico, e têm atuado de forma mais rigorosa na fiscalização do uso e conservação do bem público.

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte é um órgão da Administração Pública Federal, subordinado ao Ministério da Educação e Cultura, voltado ao ensino superior, médio, técnico- profissionalizante e outras modalidades de educação. Possui hoje uma estrutura multicampi, com unidades de ensino em diversas regiões estratégicas do estado. Seu trabalho perante a sociedade norterio-grandense iniciou como Escolas de Aprendizes Artífices, em janeiro de 1910, na capital do estado. Após passar por várias modificações de cunho social-estrutural ao longo do tempo, hoje apresenta um aporte intelectual, técnico e científico de grande valia para o Rio Grande do Norte e outros entes da Federação, já que os profissionais formados pelo Instituto atende às demandas não apenas do estado, mas também de outros estados brasileiros e, até mesmo, de outros países.

O presente artigo é fruto desses conhecimentos gerados pelo IFRN, uma vez que todos os pesquisadores envolvidos neste projeto fazem parte da Instituição, sejam como alunos ou como servidores, e de alguma forma encontram-se vinculados, direta ou indiretamente, ao controle patrimonial do Instituto.

Os pontos relevantes a serem pesquisados são:

- Compreender como é processado o cadastramento e manuseio das informações referentes aos equipamentos e outros bens que fazem parte do acervo patrimonial permanente do IFRN – Campus Natal Central;
- Buscar em conjunto com os alunos integrantes da pesquisa, soluções para resolver problemas do cotidiano apresentados ao longo do trabalho.

## 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Considerando que o presente trabalho é voltado para o entendimento e as análises dos procedimentos de controle de material patrimonial do IFRN – Campus Natal Central, torna-se necessária a apresentação de alguns conceitos normativos que disciplinam a Administração. Contudo, não deixará de ser considerada a opinião de outros autores.

### 1.1 Material permanente

De acordo com art. 15, § 2 da lei federal de normas gerais de direito financeiro - lei 4320/64, caracteriza-se material permanente como:

- Aquele que não é caracterizado como bem de consumo;
- Não é peça de reposição;
- Que tem seu prazo de duração superior a 02 (dois) anos.

## 1.2 Carga e descarga

A Instrução Normativa nº 205, de 08 de abril de 1988 da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República define carga como a efetiva responsabilidade pela guarda e uso de material pelo seu consignatário e descarga a transferência desta responsabilidade. No momento do procedimento de carga, a Administração está assumindo a responsabilidade sobre aquele determinado bem público, ao contrário da descarga, onde se extingue a responsabilidade no momento de sua efetivação.

## 1.3 Termo de responsabilidade

É especificado pela IN 205/88, em seu item 7.11, da seguinte forma: “Nenhum equipamento ou material permanente poderá ser distribuído à unidade requisitante sem a respectiva carga, que se efetiva com o competente termo de Responsabilidade assinado pelo consignatário...”.

Conforme a referida IN, os Termos de Responsabilidade devem ser emitidos pelo Setor de Patrimônio, em duas vias, e assinados pelo Responsável pela Guarda e Conservação do bem. Uma via será arquivada na Seção de Patrimônio da Unidade e a outra será entregue ao signatário. Os Termos de Responsabilidade serão emitidos sempre que ocorrer: tombamento dos bens; mudança de responsabilidade pela guarda dos bens; mudança de localização dos bens e renovação anual.

## 1.4 Controle

O controle, como função administrativa, significa verificar se as atividades realizadas estão de acordo como o que foi planejado.

Hely Lopes conceitua controle como: “a faculdade de vigilância, orientação e correção que um poder, órgão ou autoridade exerce sobre a conduta funcional de outro”.

Segundo Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

“pode-se definir o controle da Administração Pública como o poder de fiscalização e correção que sobre ela exercem os órgãos dos Poderes Judiciário, Legislativo e Executivo, com o objetivo de garantir a conformidade de sua atuação com os princípios que lhe são impostos pelo ordenamento jurídico”.

Já para Gasparini controle significa: “vigilância, orientação e correção de certo órgão ou agente público sobre a atuação de outro ou de sua própria atuação”.

Para efeito do presente trabalho, será considerada a definição de Maria Sylvia Di Pietro por se aproximar mais do objetivo por ora pretendido.

Elencados no item 7.4.1 da Instrução Normativa nº 205, de 08 de abril de 1988, os tipos de controles são definidos como:

- a) registro de pedidos de fornecimento (requisições);
- b) acompanhamento periódico;
- c) acompanhamento a cada movimentação.

## 1.5 Estratégias na gestão de materiais

A estratégia na gestão de materiais é peça fundamental em uma organização, seja ela da iniciativa pública ou privada. Buscar minimizar perdas de capital nos processos organizacionais, harmonia entre os grupos internos e externos, maximização da qualidade nos serviços e mudança de comportamento dos envolvidos nos procedimentos administrativos são as principais finalidades do uso dessa ferramenta. Ressalte-se que em virtude do engessamento nos métodos e normas que norteiam a Administração Pública, essa visão estratégica é muito mais complexa do que se fosse proferida pela administração privada. Contudo é objeto norteador para gestores em geral. Em seus ensinamentos, Motta (1991) afirma:

...de que toda a essência da visão estratégica na gestão de materiais pode ser resumida na idéia de se construir, em nível organizacional, uma postura que seja suficientemente forte para indicar com clareza um caminho futuro e suficientemente flexível para ser alterado de acordo com as novas condições ambientais, este estudo se justifica plenamente por representar uma tentativa de contribuir para a construção desta postura por parte das empresas...

Buscar o perfeito sincronismo entre a aquisição de novos equipamentos e a melhor utilização dos já existentes é um desafio constante enfrentado pelos gestores. Entender o funcionamento da máquina administrativa, que em frações milimétricas multam em face de um ambiente complexo e dinâmico e fator predominante. Abordando essa compreensão do ambiente organizacional e seu dinamismo no que condiz a gestão estratégia, é apresentada por Certo e Peter (2006) uma exposição importante, que diz:

Uma questão estratégica é um fator ambiental tanto interno como externo à organização e que pode ter impacto sobre a habilidade da empresa em atingir seus objetivos. Sendo uma forma dos administradores tentarem determinar a sensibilidade de sua organização em face aos diversos fatores, principalmente, dos fornecedores.

Conforme visto, gerir o bem público com eficiência e vinculado as instruções normativas é tarefa árdua atribuída ao gestor público, sendo-lhe cobrado à atenção necessária em benefício da administração. Diante desse panorama, se insere os gestores do IFRN – Campus Natal Central, esperando dos mesmos a consonância com tudo que foi exposto.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa trata-se de um estudo de caso, pois relata sobre a realidade específica de uma determinada organização, e é quantitativa porque apresenta uma análise dos dados obtidos através da aplicação de questionários junto aos servidores da instituição pesquisada.

A metodologia utilizada permitiu o levantamento dos dados necessários para servir de base para constatação de possíveis vulnerabilidades existente.

Como alvo os servidores do IFRN - Campus Natal Central que possuem equipamentos sob sua responsabilidade, ficando assim definido, em conformidade com informações coletadas no sistema SUAP, fornecidas pelo Setor de Patrimônio do referido Campus, um universo de duzentos e dezesseis servidores.

Objetos de amostra, dentro do universo supracitado, foram selecionados vinte e dois servidores que concordaram em participar dessa pesquisa, salientando que todos os pesquisados tem sob sua responsabilidade uma carga patrimonial considerável.

O instrumento de coleta de dados foi gerado a partir da adaptação de um questionário aplicado aos servidores do IFRN – Campus Zona Norte pela Auditoria Interna do IFRN. Formulou-se um questionário composto de duas partes, a primeira com questões fechadas, nas quais foram coletados dados sobre algumas características gerais e demográficas dos servidores e a segunda parte, fonte primária da pesquisa, contemplando as 27 questões fechadas conforme apresentado na “Tabela 1”.

**Tabela 1 - Resumo da segunda parte da pesquisa aplicada aos servidores do IFRN- Campus Natal Central**

Da movimentação e controle	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. Na movimentação de equipamento ou material permanente ocorre registro da transferência de responsabilidades?	22	0	0	22
2. Onde é feito esse registro, existe documento próprio? (cautela ou documento de transferência do SUAP).	20	2	0	22

3. A transferência de responsabilidade pela guarda do material ocorre como regra geral, baseada em processo regular, onde constem todos os detalhes do material (descrição, estado de conservação, preço, data de inclusão em carga, destino da matéria-prima eventualmente aproveitável e demais informações)?	13	9	0	22
4. Os equipamentos ou materiais permanentes são distribuídos à unidade requisitante sem a respectiva carga, consoante dispõe a I.N. nº142/83/SEDAP?	3	16	3	22
5. Existe controle da localização, recolhimento, manutenção e redistribuição do bem?	17	4	1	22
6. Para efeito de identificação e inventário, os equipamentos e materiais permanentes possuem números seqüenciais de registro patrimonial? (tombamento)	21	1	0	22
7. Em caso de redistribuição de equipamento ou material permanente, o termo de responsabilidade é atualizado fazendo-se dele constar a nova localização, e seu estado de conservação e a assinatura do novo consignatário.	19	3	0	22
8. Equipamentos ou materiais permanentes são movimentados, ainda que, sob a responsabilidade do mesmo consignatário, com prévia ciência da Coordenação de Patrimônio?	13	8	1	22
9. Os equipamentos ou materiais permanentes são movimentados de uma unidade para outra através da Coordenação de Patrimônio?	17	4	1	22
10. A Coordenação de Patrimônio realiza previamente o levantamento dos equipamentos e materiais permanentemente em uso junto aos seus consignatários, com a finalidade de constatar os aspectos quantitativos e qualitativos desses?	14	8	0	22
11. O consignatário, independentemente de levantamento, comunica a Coordenação de Patrimônio qualquer irregularidade de funcionamento ou danificação nos materiais sob sua responsabilidade?	16	6	0	22
<b>B Dos Inventários Físicos</b>	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. É realizado o inventário físico dos equipamentos e materiais permanentes pelo menos uma vez ao ano?	18	4	0	22
2. No inventário analítico, para a perfeita caracterização do material, figuraram?	3	2	17	22
a) Descrição padronizada;	15	7	0	22
b) Número de registro;	21	0	1	22
c) Valor (preço de aquisição, custo de produção, valor arbitrado ou preço de avaliação);	17	5	0	22
d) Estado (bom, ocioso, recuperável, antieconômico ou irrecuperável);	9	12	1	22
3. O bem móvel cujo valor de aquisição ou custo de produção quando desconhecido é avaliado tomando como referência o valor de outro, semelhante ou sucedâneo, no mesmo estado de conservação e a preço de mercado?	13	6	3	22
<b>Da Responsabilidade e Indenização</b>	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. Existe ressarcimento a União quando há o desaparecimento do material que lhe for confiado, para guarda ou uso, bem como pelo dano que, dolosa ou culposamente, causar a qualquer material, esteja ou não sob sua guarda?	17	4	1	22
2. O servidor ao ser desvinculado do cargo, função ou emprego, passa a	22	0	0	22

responsabilidade do material sob sua guarda a outrem?				
3. A passagem de responsabilidade é feita obrigatoriamente à vista da verificação física de cada material permanente e lavratura de novo Termo de Responsabilidade?	15	6	1	22
<b>Arquivamento da Documentação</b>	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. Estão sendo arquivados os termos de responsabilidade?	18	2	2	22
2. Com assinatura do responsável	17	3	2	22
3. Separados por setor	13	6	3	22
<b>Cessão, Doação ou Transferência de bens do permanente</b>	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. Existe procedimento utilizado para cessão, de bens permanentes?	17	2	3	22
2. Existe procedimento utilizado para doação de bens permanentes?	17	1	4	22
3. Existe procedimento utilizado para transferência de bens permanentes?	17	2	3	22
<b>Os procedimentos dos bens móveis estão em conformidade com a Legislação aplicada</b>	SIM	NÃO	SEM RESPOSTA	T. QUEST.
1. Tem conhecimento da Instrução Normativa nº142/1983 da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República – SEDAP/PR;	11	10	1	22
2. Tem conhecimento da Instrução Normativa nº 205/1988 da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República – SEDAP/PR;	11	10	1	22
3. Tem conhecimento da Instrução Normativa CGU nº 04/2009;	11	10	1	22
4. Tem conhecimento do Decreto nº 99.658/90	11	10	1	22

Os dados dessa pesquisa são denominados primários, já que foram coletados, na sua totalidade, pelos pesquisadores. Todos os servidores receberam orientação sobre o preenchimento do questionário.

O tratamento dos dados coletados foi mediante uma análise quantitativa, procurando evidenciar os resultados e obter conhecimentos sobre o grau de informação que os pesquisados, objeto do trabalho, têm em relação às normas que norteiam o controle patrimonial.

### 3. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Extraído do instrumento da pesquisa, conforme pode ser percebido na Tabela 1, as informações mais relevantes para evidenciar os questionamentos dos pesquisadores no que concerne a falta de controle do material permanente pertencente ao IFRN – Campus Natal Central e em posse de seus consignatários originando dois gráficos (Figura 1 e Figura 2), com intuito de dar melhor visibilidade às informações deste presente instrumento.

A pesquisa aponta a existência de falhas no processo de atribuição de responsabilidade, conforme foi identificado no item três no tema que trata da movimentação e controle (Figura 1).

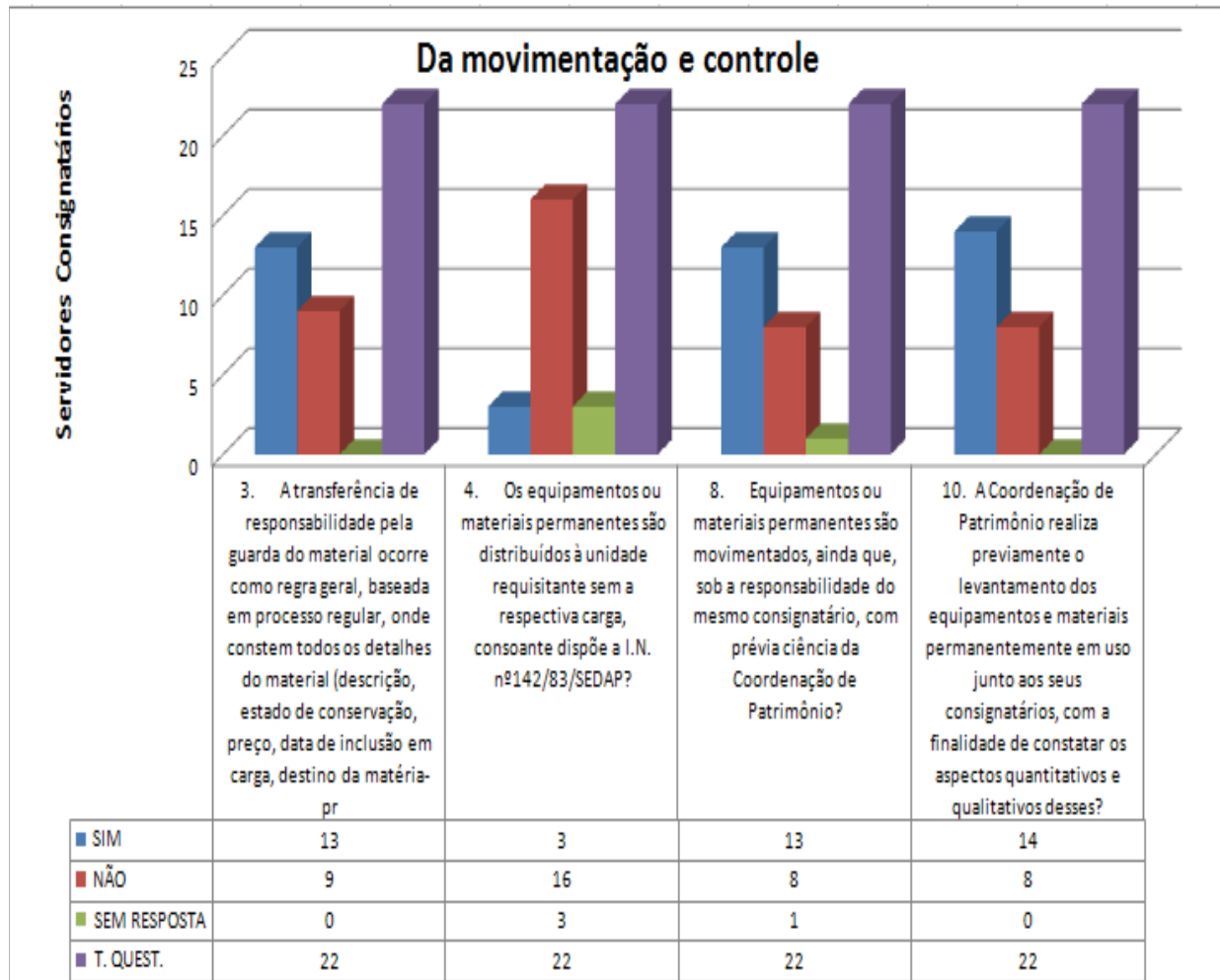
Nove dos 22 pesquisados disseram que a transferência não ocorre de forma regular.

No item quatro do mesmo gráfico, 16 dos 22 pesquisados apontaram que a distribuição dos equipamentos ou materiais não é realizada em conformidade com a I.N. nº142/83/SEDAP. Três não opinaram.

No item oito, 13 dos 22 pesquisados disseram que a movimentação de equipamentos só é feito após aviso ao setor de Patrimônio, mas oito dos pesquisados não davam ciência do ocorrido ao setor de controle patrimonial e um dos pesquisados não respondeu.

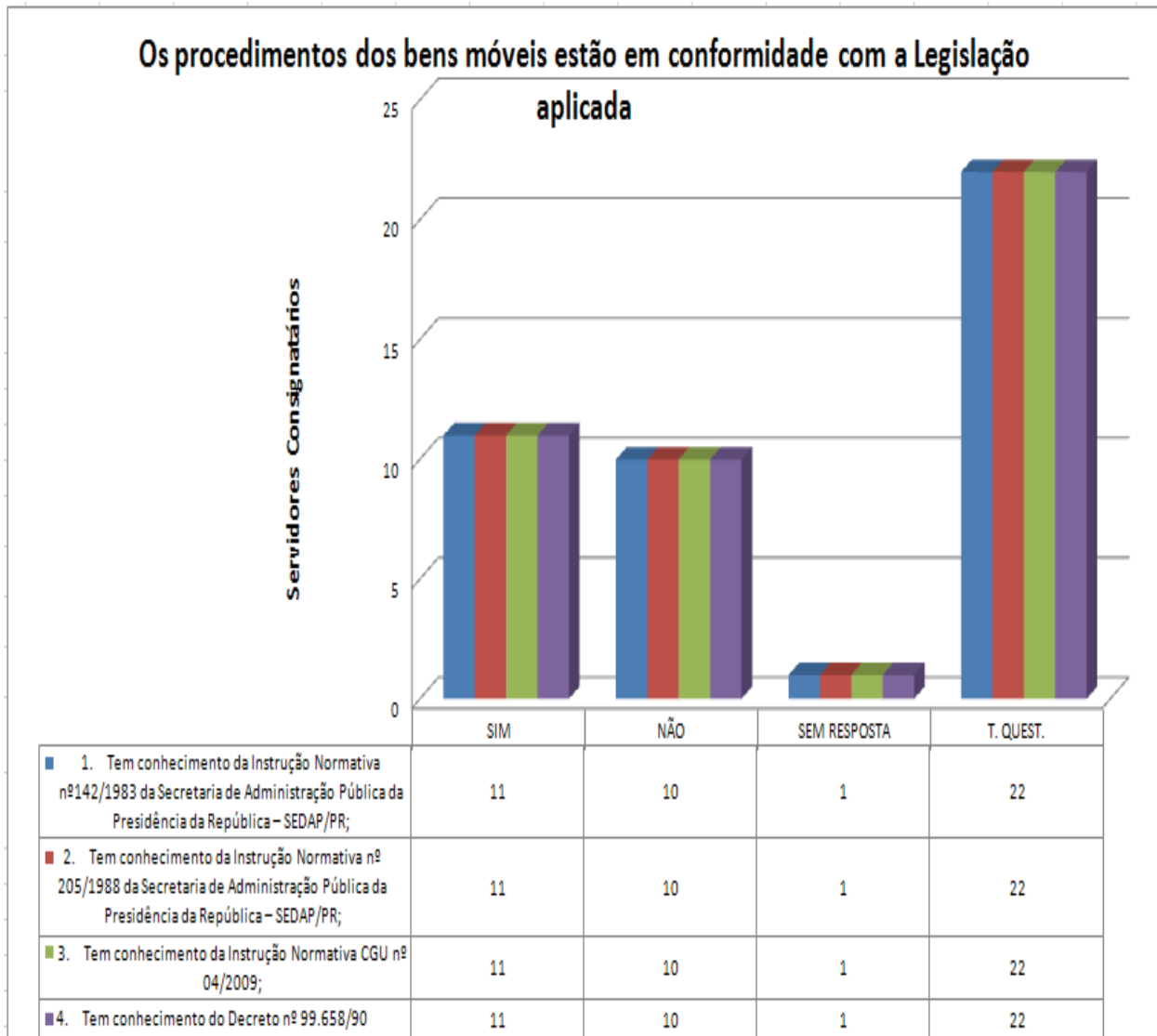
No item 10 foi identificado um grande número de consignatários que informaram a inexistência de levantamento dos equipamentos e materiais permanente com a finalidade de constatar os aspectos quantitativos e qualitativos, oito dos 22 disseram que o procedimento não é adotado.

**Figura 1 – Gráfica aponta a falta de informações dos consignatários, na movimentação e controle do material permanente do IFRN – Campus Natal Central**



Nos temas que sucedem no referido instrumento de pesquisa, foram identificados os mesmos indícios de falta de informação dos consignatários em relação aos procedimentos legais adotados no controle patrimonial, principalmente os relativos aos procedimentos em conformidade com a Legislação aplicada. Nesse tema, ficou explícito a falta de informação dos consignatários em relação às normas pertinentes, pois em todos os itens (Figura 2), dos 22 pesquisados, dez não tinham conhecimento das Instruções Normativas nº142/1983 (SEDAP), nº 205/198 (SEDAP), nº 04/2009 (CGU) e do Decreto Federal nº 99.658/90. Por volta de 50% desconheciam as leis normativas que afetam diretamente as suas atribuições de servidor público. Tal fato pode gerar, para esses servidores, implicações administrativas e jurídicas. Considerando apenas os pesquisados que conhecem as normas, conforme está presente no instrumento da pesquisa, pode-se afirmar que apenas 50% dos 22 pesquisados têm conhecimento das Normas e Decretos pertinentes ao controle patrimonial. Reafirmando a falta de informações dos consignatários do IFRN - Campus Natal Central.

Figura 2 – Gráfico aponta a falta de conhecimento dos Consignatários a respeito das Instruções Normativas que norteiam o controle patrimonial do IFRN – Campus Natal Central



#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise dos dados, conclui-se que uma parcela considerável dos servidores consignatários do IFRN – Campus Natal Central não tem informações suficientes sobre as normas pertinentes à movimentação e controle dos materiais permanentes em sua posse.

Diante do exposto, recomenda-se à Diretoria de Administração para que, em conjunto com a Coordenação de Patrimônio do IFRN - Campus Natal Central, promova palestras abordando o tema em comento, dedicadas aos servidores consignatários, com o objetivo de sanar os problemas identificados neste trabalho, não só por tratar-se de uma necessidade emergencial e de suma importância para o controle patrimonial, mas também pode ser algo que venha a ajudar os Administradores do Instituto a contribuir com maximização da excelência do Serviço Público Federal.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 4.717, de 29 de junho de 1965. Regula a ação popular. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L4717.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4717.htm)>. Acesso em: 6 maio 2008.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Diário oficial da União, Brasília, DF, 30 dez. 2009.

BRASIL. Lei 4320/64, de 17 de março de 1964 – Estatui normas gerais de direito financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, Estados, Municípios e do Distrito Federal. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, de 23 de março de 1964.

BRASIL. Instrução Normativa 205 de 08 de abril de 1988. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, 1988.

CERTO, S. C. and PETER, J. P. *Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia*. Pearson. São Paulo.2006.

CGU. Disponível em: <http://www.cgu.gov.br/CGU/>. Acesso em: 10 maio 2011.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2000. GASPARINI, Diógenes. Direito Administrativo. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1992.

Disponível em: <<http://br.vlex.com/source/dou-diario-oficial-da-uniao2080/issue/2008/12/30/03>>. Acesso em: 20 out. 2009.

Meirelles, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 25 ed. São Paulo: Malheiros MELLO, Celso Antonio Bandeira de. Curso de Direito Administrativo. 17. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.

MOTTA, Paulo R.. *Gestão contemporânea*. Record. Rio de Janeiro.1991.



## AS CONTRIBUIÇÕES DA PECUÁRIA LEITEIRA PARA A QUALIDADE DE VIDA DOS PRODUTORES RURAIS DE CONCEIÇÃO DO ARAGUAIA-PA

Carlos André Corrêa de Mattos<sup>1</sup>; Antonio Cordeiro de Santana<sup>2</sup>; Glenda Maria Braga Abud<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Universidade Federal Rural da Amazônia. Av. Presidente Tancredo Neves, 2501. Belém-Pa CEP 66.077-901.

<sup>3</sup> Empresa de Assis.Técnica e Extensão Rural do Estado do Pará.Rod. BR-316, Km 12. Marituba-Pa CEP 67.105-970

[carlos.mattos@ufra.edu.br](mailto:carlos.mattos@ufra.edu.br)<sup>1</sup>; [acsantana@superig.com.br](mailto:acsantana@superig.com.br)<sup>2</sup>; [glenda.abud@gmail.com](mailto:glenda.abud@gmail.com)<sup>3</sup>

### RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar as contribuições da pecuária leiteira para qualidade de vida dos produtores rurais que optaram pela atividade. O local da pesquisa foi o município de Conceição do Araguaia, no estado do Pará. A pesquisa classificada como aplicada, exploratória e descritiva com abordagem quantitativa, utilizou como forma de coleta de dados o questionário estruturado em pesquisa de campo. A técnica de amostragem foi aleatória simples, com 95% de margem de segurança e 10% de margem de erro, resultando em 90 questionários de pesquisa válidos. No tratamento dos dados aplicou-se a técnica de análise multivariada de dados, Análise Fatorial Exploratória (AFE), pela necessidade de observar fatores latentes. Os resultados revelaram a presença de quatro fatores que explicaram 74,15% da variância dos dados. Os fatores foram denominados como: **renda, infraestrutura social, gestão de negócios e interação social**. Observou-se que, a atividade leiteira assumiu a posição principal dentre as atividades exercidas pelos produtores, respondendo positivamente para melhorar a qualidade de vida. A conclusão da pesquisa indica que os produtores, na sua maioria, perceberam e identificaram as mudanças produzidas pela pecuária de leite na qualidade de vida em Conceição do Araguaia, no estado do Pará, apesar das imperfeições de mercado observadas no segmento lácteo em geral.

**Palavras-chave:** qualidade de vida, cadeia produtiva de leite; pequena produção, Conceição do Araguaia.

## 1. INTRODUÇÃO

O estado do Pará observou um intenso processo de expansão da pecuária leiteira iniciado em 1999, com o aumento da capacidade instalada dos laticínios. A taxa de expansão da produção de leite no estado evoluiu, em média, 9,27% ao ano, no período entre 1999 e 2008. Atualmente, segundo a Agência de Defesa Agropecuária do Pará (ADEPARÁ) e o Ministério da Agricultura (SIF/DIPOA) existem 38 indústrias de laticínios em funcionamento no estado, com capacidade para processar 626.500 litros de leite por dia. A atividade está concentrada na mesorregião Sudeste do estado, com 79% da produção (IBGE 2010b).

A expansão da cadeia de produção atraiu para a atividade muitos produtores rurais, que deixaram de tirar o leite apenas para o autoconsumo e passaram a comercializar a maior parte da produção. Esse processo contribuiu para melhorar a produtividade, inicialmente, com o plantio de pastagens e com a introdução de animais com maior aptidão leiteira. Um forte estímulo à atividade, foi o rápido crescimento das instalações industriais e a disponibilidade de crédito do Fundo Constitucional de Financiamento do Norte (FNO) que foi destinado à atividade (SANTANA, 2002). Desta forma, o objetivo deste trabalho foi analisar as contribuições da pecuária leiteira para qualidade de vida dos produtores rurais que optaram pela atividade, no município de Conceição do Araguaia, no estado do Pará.

Apesar de não existir uma única definição que seja amplamente aceita para o termo qualidade de vida (QV). Observa-se que a partir da década de 1990, os estudos científicos contribuíram para o amadurecimento conceitual e metodológico do termo, que passou a ser compreendido sob dois aspectos fundamentais. O primeiro foi baseado na presença da subjetividade, assim compreende-se qualidade de vida segundo padrões e percepções individuais com relação à satisfação com a vida e com o bem-estar em sociedade. O segundo foi a multidimensionalidade, segundo essa dimensão, os indivíduos avaliam a qualidade de vida conforme concepções diversas da vida cotidiana, que compreendem aspectos biológicos, psicológicos, econômicos e culturais. A qualidade de vida modifica-se e recebe diversos tipos de influências ao longo da vida (DANTAS; SAWADA; MALERBO, 2003; SEIDL; ZANON, 2004; GONÇALVES, 2009).

Desta forma, sintetizando a compreensão multidisciplinar para o constructo qualidade de vida (QV) a Organização Mundial da Saúde (OMS) propôs uma definição (1995, p.1405) estabelecida a partir da “percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, no contexto da cultura e dos sistemas de valores nos quais ele vive, e em relação a seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações”. As características do tema e sua importância para a compreensão da realidade pessoal e social de forma ampla e sistêmica, contribuíram para que as pesquisas fundamentadas na qualidade de vida fossem progressivamente, ocupando posições de destaque, em diversos ramos do conhecimento humano, envolvendo estudos médicos, econômicos, administrativos, sociológicos, psicológicos, urbanísticos, entre outros.

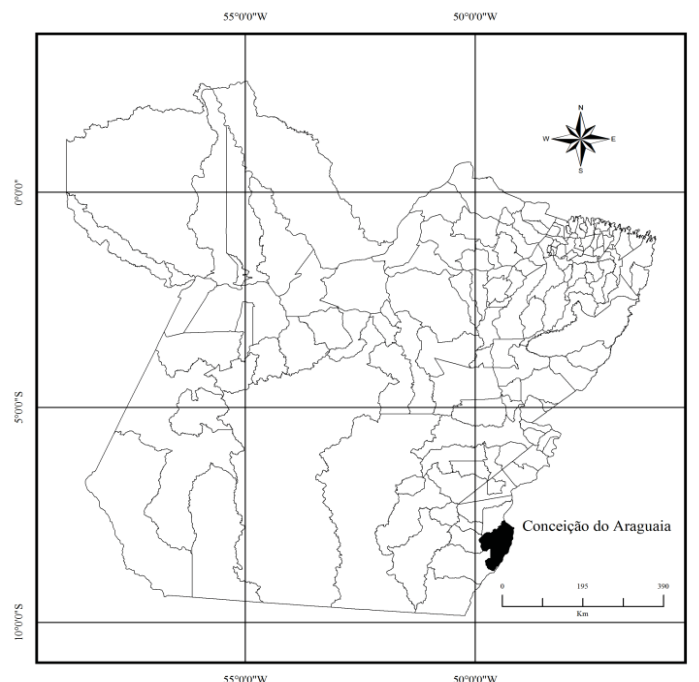
Com a finalidade de compreender a realidade local sob a ótica dos produtores rurais, o presente artigo foi organizado em quatro seções incluindo esta. A primeira seção apresentou o tema, as definições conceituais fundamentais e constatações empíricas que motivaram a pesquisa de campo e assim buscou-se fundamentar os objetivos do estudo. A segunda teve por finalidade apresentar a metodologia empregada para a coleta e tratamento dos dados, sua classificação, o universo e a amostra obtida, assim como, às técnicas empregadas para tratar os dados. A terceira seção será composta pelos principais resultados do estudo, buscando sistematizar as informações obtidas pelo trabalho de campo, essa seção, foi dividida em duas subseções, sendo: a primeira composta pelo perfil dos entrevistados e a segunda pelos resultados da Análise Fatorial Exploratória (AFE), técnica multivariada utilizada para identificar as variáveis latentes, não observáveis pela análise das variáveis individualmente. A quarta e, última, seção apresentará as principais conclusões da pesquisa.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa classifica-se como aplicada, de caráter exploratório e descritivo. A classificação como aplicada, justifica-se pela contribuição para a solução de problemas do mundo real, imediatos ou não, assumindo assim, finalidade prática (VERGARA, 2010). Assim, os resultados do estudo podem colaborar para a compreensão das contribuições, ou não, da atividade leiteira para a qualidade de vida dos produtores rurais. Outro aspecto relevante é a possibilidade de melhorar utilização dos recursos, concentrando ações em áreas consideradas como mais necessárias segundo a avaliação dos entrevistados.

Adotando a classificação de Vergara (2010), as pesquisas devem ser classificadas minimamente sob dois aspectos específicos: o primeiro é quanto aos fins e o segundo quanto aos meios. Desta forma, o presente estudo, classifica-se quanto aos fins como exploratório e descritivo e quanto aos meios como estudo de campo. Esses métodos, quando utilizados de forma combinada, possibilitam empregar diversas técnicas de pesquisa e várias formas de coleta e análises de dados. Baseados, tanto em abordagens teóricas quanto empíricas, qualitativas e quantitativas, possibilitando a compreensão do fenômeno de forma aprofundada (MARCONI; LAKATOS, 2009).

O local da coleta de dados foi o município de Conceição do Araguaia (Figura 1), no estado do Pará, localizado na mesorregião Sudeste, às margens do rio Araguaia. O município apresenta um dos principais rebanhos bovinos do estado, com 32.104 vacas ordenhadas por dia em 2.636 propriedades e a maior planta industrial de laticínios do estado do Pará, com capacidade para processar aproximadamente 200.000 litros por dia (IBGE 2010a).



**Figura 1** – Localização geográfica do município de Conceição do Araguaia no estado do Pará.

**Fonte:** elaborado pelos autores.

O universo da pesquisa foi composto por produtores de leite, localizados no município. Responderam ao questionário 93 (3,5%) produtores de leite. A amostragem, foi probabilística aleatória simples, calculada a partir da Equação 1, especificada para um universo finito, assumindo 95% de margem segurança e 10% de erro. Três questionários, que apresentaram *missing value*, foram retirados da amostra, fato que elevou levemente o erro amostral (10,15%).

$$n = \frac{S*Z^2*N}{(S*Z^2*e^2(N-1))} \quad [Eq.1]$$

Em que:  $n$  = tamanho da amostra;  $S$  = variância da amostra;  $Z^2$  = desvio padrão ao quadrado, relacionado ao índice de confiança;  $e^2$  = erro amostral ao quadrado;  $N$  = tamanho do universo.

O questionário incluiu 14 variáveis para medir os reflexos da atividade leiteira na qualidade de vida dos produtores (Tabela 1). As questões foram elaboradas na forma de afirmativa e as opções de repostas em escala itemizada de Lickert com quatro opções que variaram de 0 (zero) para discordo completamente, 1 para discordo em parte, 2 para concordo em parte e 3 para concordo plenamente. A utilização da escala teve como finalidade avaliar o grau de concordância do entrevistado com a variável. No início dos questionários, foram incluídas questões de características gerais da propriedade e da produção. A coleta de dados ocorreu em pesquisa de campo.

**Tabela 1. Descrição das variáveis utilizadas na pesquisa**

Variável	Descrição	Finalidade
V1	Tenho a atividade leiteira como principal	Verifica a importância da atividade no mix de atividades que compõem a renda do produtor
V2	Melhorei de vida	Indica se o produtor percebeu melhorias nas condições de vida depois do início da atividade leiteira.
V3	Vendo mais do que vendia antes	Verifica o aumento na receita do produtor decorrente da atividade leiteira.
V4	Aprendi novas formas de produzir (fazer)	Verifica se o produtor teve acesso ao aprendizado de técnicas que puderam ser utilizadas na produção
V5	Aprendi novas formas de administrar a atividade	Verifica se o produtor aprimorou técnicas de gestão da propriedade após o início da atividade leiteira.
V6	Aumentei o plantel e a produção	Identifica um processo de acumulação de capital e de investimentos na atividade leiteira.
V7	Tive oportunidade de melhores e maiores financiamentos	Identifica o acesso a linhas e crédito e financiamento para investimentos ou custeio.
V8	A prefeitura (indústria) melhorou as estradas	Caracteriza investimentos em infraestrutura de transporte para escoamento de produção de ordem pública ou privada.
V9	Comecei a participar do sindicato	Verifica o surgimento de atividades associativas e sindicais de produtores na região em decorrência da atividade leiteira.
V10	Tenho acesso a novos parceiros	Verifica se ocorreu a ampliação de redes de comercialização associadas a atividade leiteira.
V11	Temos novas escolas	Verifica ampliação na oferta de serviços educacionais na região.
V12	Temos novos hospitais e postos de saúde	Verifica a ampliação de serviços de saúde pública na região.
V13	Surgiram entidades como Sesi, Senai, Sebrae, etc	Verifica se ocorreu a implantação de instituições de ensino, capacitação e fomento produtivo no município.
V14	Existe maior regularidade e facilidade de transporte	Identifica a facilidade e regularidade de transporte entre as regiões produtores e as cidades.

Fonte: elaborado pelos autores.

A abordagem quantitativa utilizou testes paramétricos de hipóteses, estatística descritiva e multivariada. A técnica multivariada utilizada foi a Análise Fatorial Exploratória (AFE). A finalidade da utilização dessa técnica, foi possibilitar a redução das variáveis a um pequeno número de fatores

latentes capazes de representar a maior parte da variância total dos dados. O modelo de Análise Fatorial pode ser expresso conforme a Equação 1 (SANTANA, 2007, HAIR et al., 2009, MATTOS et al. 2010):

$$X = \alpha F + \epsilon, \tag{Eq.1}$$

Em que:  $X$  = é o  $p$ -dimensional vetor transposto das variáveis observáveis, denotado por  $X = (x_1, x_2, \dots, x_p)^t$ ;  $F$  = é o  $q$ -dimensional vetor transposto de variáveis não observáveis ou latentes, identificadas como “fatores comuns”, denotado por,  $F = (f_1, f_2, \dots, f_q)^t$ , sendo que  $q < p$ ;  $\epsilon$  = é o  $p$ -dimensional vetor transposto de variáveis aleatórias ou fatores únicos,  $\epsilon = (e_1, e_2, \dots, e_p)^t$ ;  $\alpha$  = é a matriz ( $p, q$ ) de constantes desconhecidas, chamadas de “cargas fatoriais”. A consistência interna dos fatores foi testada pelo *alpha* de Cronbach, que apresentou valores adequados para pesquisas exploratórias, conforme HAIR et al.,2009.

Fávero et al. (2009, p.235) ao destacar as vantagens da Análise Fatorial afirmaram que:

[...] a maior vantagem da análise fatorial é permitir a simplificação ou redução de um grande número de dados por intermédio das dimensões latentes, também conhecida como fatores. E como consequência, possibilitar ao pesquisador a criação de indicadores inicialmente não observados compostos do agrupamento das variáveis.

Seidl e Zannon (2004) destacam que na literatura especializada, os estudos quantitativos são hegemônicos quando se trata de qualidade de vida. Dentre as técnicas mais empregadas, estão as que possibilitam a compreensão multidimensional do fenômeno, principalmente através da análise da estrutura fatorial, associada a testes de confiabilidade dos construtos identificados. Desta forma, a utilização da técnica da análise fatorial exploratória (AFE) combinado com o *alpha* de Cronbach se apresenta em conformidade com os estudos da área.

### 3. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O perfil dos entrevistados quanto à mão de obra foi familiar em 100% dos casos. Quanto ao volume de produção, 42 (47%) entrevistados produziam até 50 litros por dia e 48 (53%) entre 51 e 100 litros por dia. Cada estabelecimento empregava, em média, 1,46 trabalhadores, contra 1,40 no início da atividade. O teste *t* foi empregado (Tabela 2) para verificar se havia diferenças significativas entre as médias das respostas dos entrevistados. O teste foi utilizado para verificar se nessa escala de produção as diferenças eram estatisticamente significativas ou se ocorriam ao acaso.

O teste *t* não apresentou diferenças significativas entre as médias das respostas, a única variável com comportamento diferente ( $p < 0,05$ ) foi “existe maior facilidade e regularidade de transporte” (V14; produtores com até 50 litros/dia=1,48; produtores entre 51 e 100 litros/dia=1,77), essa diferença provavelmente deve ser função da maior regularidade na coleta do leite nas propriedades com maior produção, seja pela relação entre tempo e volume de fornecimento, seja pela localização das propriedades.

**Tabela 2 – Medidas de dispersão e médias das respostas dos produtores.**

Variável	Produtores com até 50 litros/dia			Produtores entre 51 e 100 litros/dia			Valor de P (teste t)
	Frequência	Média	Desvio Padrão	Frequência	Média	Desvio Padrão	
V1	42	2,38	0,882	48	2,48	0,899	0,60
V2	42	2,26	0,734	48	2,48	0,875	0,20
V3	42	2,21	0,782	48	2,48	0,825	0,12
V4	42	1,93	0,778	48	1,98	0,526	0,71
V5	42	1,98	0,780	48	1,96	0,582	0,90
V6	42	2,02	0,811	48	2,15	0,618	0,42
V7	42	2,07	0,677	48	1,92	0,539	0,23
V8	42	1,33	1,052	48	1,54	0,874	0,30
V9	42	1,86	1,160	48	1,85	0,875	0,98
V10	42	1,86	0,843	48	2,06	0,665	0,20

V11	42	0,69	0,975	48	0,81	0,842	0,52
V12	42	0,62	0,987	48	0,65	0,785	0,88
V13	42	0,93	1,091	48	0,77	1,057	0,48
V14	42	1,48	0,773	48	1,77	0,555	<b>0,04*</b>

\*Indica que o resultado do teste *t* é significativo ( $p < 0,05$ ).

### 3.1. Análise Fatorial Exploratória

O teste KMO apresentou valor igual a 0,737 e o teste de esfericidade de Bartlett com qui-quadrado ( $\chi^2$ ) de 766,46, significativa a 1%, ambos atestando a adequação da amostra para uso na análise fatorial. Na extração dos fatores, utilizou-se o critério do autovalor maior ou igual a um, definido por meio da técnica de Componentes Principais, com rotação ortogonal pelo método Varimax.

Os quatro fatores extraídos, após rotação (Tabela 3), explicaram 74,15% da variância total dos dados. Cada fator explicou respectivamente 22,01%, 21,39%, 17,70% e 13,04% da variância total. Todas as variáveis apresentaram comunalidade acima de 0,630, indicando que pelo menos 63% de suas variâncias foram explicadas pelos fatores. A consistência interna dos fatores, com  $\alpha = 0,794$  para o conjunto das variáveis e  $\alpha = 0,916$  para o fator 1,  $\alpha = 0,826$  para o fator 2,  $\alpha = 0,811$  para o fator 3 e  $\alpha = 0,677$  para o fator 4, mostrou-se adequada para pesquisas exploratórias.

**Tabela 3. Fatores, variáveis, cargas fatoriais, comunalidade e Alpha de Cronbach**

Variáveis	Componente				h <sup>2</sup>
	1	2	3	4	
V1 Tenho a atividade leiteira como principal	0,838	-0,134	0,101	0,040	0,732
V2 Melhorei de vida	0,898	-0,135	0,173	0,080	0,861
V3 Vendo mais do que vendia antes	0,928	-0,113	0,057	0,097	0,887
V4 Aprendi novas formas de produzir (fazer)	0,298	0,197	0,807	0,115	0,792
V5 Aprendi novas formas de administrar a atividade	0,241	0,143	0,859	0,162	0,842
V6 Aumentei o plantel e a produção	0,425	0,133	0,292	0,591	0,632
V7 Tive oportunidade de melhores e maiores financiamentos	-0,172	0,047	0,702	0,367	0,659
V8 A prefeitura (indústria) melhorou as estradas	0,044	0,673	0,266	0,233	0,580
V9 Comecei a participar do sindicato	-0,202	0,043	0,393	0,791	0,822
V10 Tenho acesso a novos parceiros	0,286	0,263	0,030	0,725	0,677
V11 Temos novas escolas	-0,111	0,856	-0,063	0,260	0,817
V12 Temos novos hospitais e postos de saúde	-0,245	0,898	-0,012	0,007	0,867
V13 Surgiram entidades como Sesi, Senai, Sebrae, etc	-0,340	0,634	0,193	0,066	0,560
V14 Existe maior regularidade e facilidade de transporte	0,206	0,634	0,448	-0,092	0,654
Autovalores	3,082	2,996	2,478	1,826	10,38
(%) da variância	22,01	21,39	17,70	13,04	74,15
Alpha de Cronbach ( $\alpha$ )	0,916	0,826	0,811	0,677	0,794

KMO - 0,737 Bartlett - ( $\chi^2$ ) 766,46 significativa a 1%.

Determinação do número de fatores pelo critério dos Autovalores.

Extração dos fatores ACP com rotação ortogonal Varimax.

A interpretação das cargas fatoriais associadas à cada variável fundamentaram a nomeação dos fatores. Ao **Fator 1** associaram-se as variáveis: V3; V2; V1 (em ordem decrescente das cargas fatoriais). Essas variáveis permitiram nomear o fator como **“Renda”**, pois relaciona características ligadas ao aumento nas vendas e satisfação dos produtores com o desempenho financeiro e os resultados gerados pela atividade leiteira. Ao **Fator 2** estão vinculadas as variáveis V12, V11, V8, V14 e V13, todas reunindo características de melhorias e formação de infraestrutura. Assim, o fator foi designado como **“Infraestrutura social”**. O **Fator 3**, identificado como **“Gestão de negócios”**, está representando as influências das variáveis, V5, V4 e V7, que contemplam as características de capacitação produtiva e aperfeiçoamento profissional. O **Fator 4** envolveu variáveis de relacionamento

interpessoal, configuradas por meio de atitudes e comportamentos recíprocos. Assim, o Fator 4 foi identificado como **“Interação Social”**.

O fator **“Renda”** explicou 22,1% da variância total dos dados, expressando a magnitude dos reflexos da atividade leiteira, mantida pelas influências das demais atividades exercidas pelos produtores. Nota-se, portanto, que os produtores compreendem que a atividade proporcionou melhor desempenho, pois passaram a vender mais do que vendiam antes. Outro aspecto importante é que a atividade leiteira assumiu o papel principal na receita do produtor e contribuiu de forma importante para a percepção da melhoria na qualidade de vida.

O aspecto revelado por esse fator está de acordo com a definição de Dantas, Sawada e Malerbo (2003), ao afirmarem que qualidade de vida surge a partir de um conjunto de significados que refletem conhecimentos, experiências, e valores individuais e coletivos, estabelecidos com base em objetivos construídos a partir da compreensão da realidade pessoal, de acordo com a posição na vida, cultura, expectativas quanto ao futuro, sistema de valores e preocupações humanas.

Portanto, o fator **“Renda”** está relacionado, diretamente, à capacidade de manutenção da família, segurança alimentar e melhoria na qualidade de vida dos produtores, pois favorece o acesso a bens e serviços, como: roupas, eletrodomésticos, saúde, divertimento, entre outros. Uma vez que, a atividade leiteira contribui para a sustentação financeira da propriedade, mesmo sendo uma atividade complexa e trabalhosa. Evidencia-se que o ciclo financeiro da atividade leiteira é mais curto do que as demais atividades rurais e, além do produto principal (leite), também ocorre simultaneamente a produção do bezerro, que torna diversificada a produção na propriedade. A gestão da propriedade passa a ser favorecida pela entrega do leite para os laticínios e o manejo do rebanho contribui para melhorar os ganhos em produtividade, possibilitando a sustentabilidade do negócio (JUSZCZYK, 2005).

O fator **“Infraestrutura social”** explicou 21,39% da variância total e contribuiu para a compreensão das condições de vida na região. Os produtores perceberam melhorias na qualidade de vida, observando melhores condições de transporte decorrente da melhor conservação das estradas, implantação de organizações de apoio produtivo, maior número de hospitais, postos de saúde e escolas. Esse processo, apesar de não poder ser atribuído única e exclusivamente à atividade leiteira em decorrência da atuação de fatores conjunturais mais amplos, constitui-se como elemento essencial e necessário para a melhoria na qualidade de vida, resultando assim em maior longevidade de vida e aprendizado que refletirá em melhorias na produção rural, especialmente na sustentabilidade dos negócios como resultado de melhores níveis de saúde e educação, melhorando o futuro da comunidade rural.

Observa-se que a atividade leiteira contribui fortemente para a integração entre as populações rurais e os centros urbanos, pois a necessidade de coleta praticamente diária do leite, faz com que os laticínios, ou os freteiros (como são conhecidos na região), facilitem a locomoção das populações das regiões mais afastadas para as cidades, favorecendo o acesso a insumos (ferramentas, vacinas, medicamentos, etc.), saúde (médicos, hospitais e postos de saúde), alimentação (feiras, gás e supermercados), vestuário e, até mesmo como agentes financeiros, trocando cheques por dinheiro (VEIGA et al., 2004; MENEZES et al., 2007). Além disso, a infraestrutura é fruto, em grande parte, das reivindicações dos produtores e das exigências dos laticínios para viabilizar suas atividades na região.

O fator **“Gestão de negócios”**, explicando 17,70% da variância total dos dados, indicou que a atividade contribuiu para a capacitação e aperfeiçoamento dos produtores, principalmente quanto a aspectos técnicos da gestão e da produção. Esse aprendizado contribui para o acesso ao crédito, pois qualificam os produtores e melhoram o desempenho das propriedades. Neste aspecto, Gomes e Ferreira Filho (2007) destacam que o desconhecimento das tecnologias de produção e de gestão na pecuária leiteira são fatores que contribuem para a baixa produção dos pequenos produtores, agravando esta situação pelas imperfeições no mercado de crédito e de insumos.

A capacitação da mão de obra tem contribuído para os produtores melhorarem a produtividade, uma vez que o aprendizado das práticas de gestão e produção se refletem em outras atividades da propriedade. A qualificação da mão de obra incorpora novas habilidades e conhecimentos que tornam os indivíduos dotados de virtudes pessoais e competências diversas, que vão além do ensino formal (PAIVA, 2001; FUCCI AMATO; AMATO NETO, 2008).

O quarto fator extraído explicou 13,4% da variância dos dados e foi denominado de “**Interação social**”, esse fator representa a participação em sindicatos e a busca por novos parceiros de negócios, de forma a melhorar o manejo do rebanho e a ampliar as atividades produtivas. Assim, representa a perspectiva de atuar coletivamente e conquistar metas de fortalecimento da produção. Tálamo e Carvalho (2004) destacam que, essas interações contribuem para modernizar atividade, uma vez que, a organização de produtores, principalmente dos pequenos, pode aumentar o poder nas negociações de insumos e na venda do leite para os laticínios, garantindo preços maiores (GOMES; FERREIRA FILHO, 2007), melhorando a renda dos produtores e as conquistas coletivas. Essas ações favorecem o acesso aos serviços do governo e a interação com outras instituições (SEBRAE, EMBRAPA, etc.), resultando em maior quantidade e qualidade de serviços favorecendo assim, o processo de produção.

As variáveis revelaram que, embora as ligações entre os participantes da cadeia ainda sejam frágeis e eventuais, estão surtindo efeito positivo. Destaca-se a variável “aumentei o plantel e a produção” (V6), que se associou a esse fator e, conforme Santana (2002), apesar de a atividade contribuir diretamente para a melhoria na vida dos produtores, a acumulação de capital ainda é limitada.

De maneira geral, observa-se que a atividade leiteira apresentou contribuições expressivas para a qualidade de vida dos produtores que iniciaram o processo de produção, a atividade assumiu o papel principal na formação da renda dos produtores, possibilitando o acesso a mais bens e melhores processos de gestão que se reflete diretamente na qualidade de vida desses produtores. No município, a atividade contribuiu para o aumento da disponibilidade de infraestrutura social, como a construção de escolas, hospitais e postos de saúde. O transporte foi melhorado em qualidade e regularidade em função da conservação das estradas, que também foi uma conquista advinda da atividade leiteira. Adicionalmente, ocorreu um processo de aprendizagem, sobretudo de ordem gerencial, pois os produtores iniciaram a formação de pequenas associações que possibilitaram maior acesso ao crédito.

#### 4. CONCLUSÃO

As melhorias nas condições de vida dos produtores rurais, que optaram pela pecuária leiteira ocorreram, em grande parte, como decorrência do processo de expansão observada na atividade. Esse processo possibilitou que os produtores deixassem de tirar o leite apenas para o autoconsumo e passassem a comercializar a maior parte da produção. A pecuária leiteira passou a ser a atividade principal para a maioria dos produtores, pois combinada com a venda dos bezerros, contribuiu para maior lucratividade como ocorre em outras regiões do Brasil. Intensificou-se a formação de infraestrutura social e de apoio produtivo, como assistência técnica, melhoria na infraestrutura de saúde, escolas e estradas, além de programas de qualificação profissional e do acesso ao crédito. A pecuária leiteira foi reconhecida pelos produtores que manifestaram maior disposição para o aprendizado e para a atuação de forma conjunta. A acumulação de patrimônio dos produtores ainda é pequeno. Contudo, a regularidade da renda e os demais fatores decorrentes da atividade, exerceram influências positivas para os níveis de qualidade de vida na região estudada.

#### REFERÊNCIAS

DANTAS, R.A.S.; SAWADA, N.O.; MALERBO, M.B. Pesquisas sobre qualidade de vida: revisão da produção científica das universidades públicas de São Paulo. **Revista Latino Americana de Enfermagem**, São Paulo, v.11, n.4, p.532-538, jul./ago. 2003. Disponível em:



[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-11692003000400017&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-11692003000400017&lng=pt&nrm=iso). Acesso em 22/06/2011.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAM, B. L. **Análise de dados**: modelagem multivariada para tomada de decisão. São Paulo: Campus, 2009.

FUCCI AMATO, R.C.F.; AMATO NETO, J.A. A influência do capital humano e do capital intelectual no desenvolvimento de aglomerações de empresas e redes de cooperação produtivas. **Jornal of Technology Management & Innovation**. Santiago,CL, v. 3, n. 2, p. 56-66, jul. 2008. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/847/84730206.pdf>. Acesso em 10/05/2011.

GOMES, A.L.; FERREIRA FILHO, J.B.S. Economias de escala na produção de leite: uma análise dos Estados de Rondônia, Tocantins e Rio de Janeiro. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Rio de Janeiro, v.45, n.3, p.591-619, jul./set. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/resr/v45n3/a03v45n3.pdf>. Acessado em 25/06/2011.

GONÇALVES, T. M. Habitação e sustentabilidade humana. **Revista INVI**. Santiago, v. 24, n 65, p. 113-136, mai./2009. Disponível em: <http://www.scielo.cl/pdf/invi/v24n65/art04.pdf>. Acessado em 19/09/2011.

HAIR, J.F, Jr; BLACK, W.C.; BABIN, J.; ANDRESON, R.E.; TATHAM, R.L. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/> Acesso em 10/03/2011a.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. **Pesquisa Pecuária Municipal 2008**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/> Acesso em 10/05/2011b.

JUSZCZYK, S. Milk production profitability: multiple regression analysis. **Electronic Journal of Polish Agricultural Universities**, Grabica, v. 8, n. 4, 2005. Disponível em: <http://www.ejpau.media.pl/volume8/issue4/art-46.html>. Acesso em 20/06/2011.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTOS, C.A.C; SANTANA, A.C.; PINTO, W.S.; CARDOSO, A.J.G; COSTA, N.L. Características socioeconômicas e ambientais dos sistemas de produção da pecuária do Estado do Pará. **Revista de Ciências Agrárias**. Belém, PA, v.53, n.2, p.150-158, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.ajaes.ufra.edu.br/ajaes/index.php/ajaes/article/viewFile/4/118> . Acesso em 20/06/2011.

MENEZES, A.J.E.A; HOMMA, A.K.O.; PALHEITA, C.A.F.; FEITOSA, T.C.; MATOS, G.B. Transporte da produção de leite dos pequenos agricultores familiares em uma região de fronteira no sul do Pará. In: **Anais do 45º Congresso SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Londrina, 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). The WHOQOL Group. The World Health Organization quality of life assessment (WHOQOL): position paper from the World Health Organization. **Soc. Sci Med**, 1995; 41:1403-10.

PAIVA, V. Sobre o conceito de capital humano. **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo, SP, n. 113, p. 185-191. Jul. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n113/a10n113.pdf> . Acessado em 15/05/2011.

SANTANA, A. C. de. Análise do desempenho competitivo das agroindústrias de polpa de frutas do Estado do Pará. **Revista Teoria e Evidencia Econômica**. Passo Fundo, RS, Ano 14, n.º. 29. p.9-35 jul./dez. 2007.

SANTANA, A. C. de. **O fundo constitucional de financiamento do Norte e o desenvolvimento da Amazônia**. Belém: M&S Editora, 2002.

SANTANA, A. C. de; AMIN, M. M. **Cadeias produtivas e oportunidades de negócios na Amazônia**. Pará: Unama, 2002.

SEIDL, E.M.F.; ZANNON, C.L.M.C. Qualidade de vida e saúde: aspectos conceituais e metodológicos. **Caderno de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, v. 20, p. 580-588, mar./abr. 2004. Disponível em: <http://www.scielosp.org/pdf/csp/v20n2/27.pdf>. Acessado em 19/09/2011.

TÁLAMO, J.R.; CARVALHO, M.M. Seleção dos objetivos fundamentais de uma rede de cooperação empresarial. **Gestão & Produção**. São Carlos, SP, v. 11, n.2, p. 239-250, mai./ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gp/v11n2/a10v11n2.pdf>. Acesso em 20/05/2011.

VEIGA, J.B.; TOURRAND, J.F.; PIKETTY, M.G.; POCCARD-CHAPUIS, R.; ALVES, A.; THALES, M.C. **Expansão e trajetória da pecuária na Amazônia**: Pará, Brasil. Brasília: UNB, 2004.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

## AS RELAÇÕES ENTRE A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL E O CRESCIMENTO ECONÔMICO SOB A VISÃO DO PENSAMENTO SISTÊMICO

Kauê Pereira Buriti Dantas<sup>1</sup>, Pedro Henrique Villaverde Monteiro Carlos<sup>2</sup>, Josué Vitor de Medeiros Júnior<sup>3</sup> e Miler Franco Danjour<sup>4</sup>.

<sup>1e4</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Natal-Zona Norte, <sup>2e4</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte

kauepbd@gmail.com<sup>1</sup> – phvillaverde@gmail.com<sup>2</sup> - josuevitor16@gmail.com<sup>3</sup> – miler.danjour@ifrn.edu.br<sup>4</sup>

### RESUMO

O presente artigo apresenta como objetivo compreender a relação entre a sustentabilidade ambiental e o crescimento econômico sob a visão do pensamento sistêmico fazendo uma análise do acidente ocorrido no dia 20 de Abril de 2010 no Golfo do México, numa plataforma de exploração de petróleo operada pela BP, empresa britânica do ramo energético. Através de uma pesquisa qualitativa, foi adotado um levantamento de dados secundários de natureza jornalística. Através das análises realizadas, destacam-se os eventos mais importantes, evidenciou-se o padrão de comportamento da petroleira ao longo do tempo e conseguiu-se então chegar às causas sistêmicas dos acidentes envolvendo a BP, a estrutura sistêmica. Por fim, pode-se apresentar como considerações conclusivas deste estudo que a BP não agiu de maneira sistêmica, deste modo, a companhia não pôde encontrar as reais causas para os recorrentes acidentes envolvendo a empresa e falhou ao priorizar os aspectos econômicos em face da sustentabilidade econômica.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade Ambiental. Crescimento Ambiental. Pensamento Sistêmico.

## 1. Introdução

A área energética é de fundamental importância para a humanidade. A redução da fome e da pobreza, a prestação dos serviços básicos de saúde e educação com qualidade e o desenvolvimento sustentável são imprescindíveis em locais nos quais não exista a energia.

Os combustíveis fósseis - fontes convencionais de energia - não conseguem chegar a todas as regiões geográficas do planeta, fato que explica em parte os motivos pelos quais em pleno século XXI, mais de 1,6 bilhão de pessoas não possuem acesso este bem (TRIGUEIRO, 2005). Por esse motivo, a matriz energética é um dos principais focos da sustentabilidade, além do fato da sua grande contribuição na emissão de gás carbônico para a atmosfera.

Grande parte da matriz energética do mundo é de combustíveis fósseis. De acordo com um estudo realizado pelo governo americano, a indústria petrolífera afirmou que a oferta mundial de petróleo e gás será insuficiente para atender a demanda global crescente nos próximos 25 anos, o que ocasionará escassez de combustíveis, aumento contínuo dos preços e instabilidade social tanto nos países produtores quanto nos países consumidores (MOUAWAD, 2007).

Com a formação de um cenário futuro com previsões de um novo choque do petróleo, as grandes empresas do ramo petrolífero se converteram em empresas de energias alternativas e diversificada, investindo em energias renováveis como a energia eólica e a solar.

Dentre as empresas de energia que são catalisadoras do desenvolvimento sustentável, a recente história da British Petroleum (BP) merece ser analisada. Em 1997, John Browne, chairman e CEO da BP, fez um discurso no qual reconhecia a iminência e as ameaças da mudança climática destacando-se que medidas preventivas prudentes deveriam ser tomadas (SENGE ET AL, 2009). Nos anos que se passaram após o discurso, a BP teve sua marca reformulada para “Beyond Petroleum” - além do petróleo - (SAVITZ, 2007) buscou-se comunicar a mensagem de transição da empresa e de firmar o compromisso de se investir em energias alternativas.

A empresa passou a oferecer numerosas alternativas de combustíveis limpos e promover diversas iniciativas voltadas para eficiência energética, redução de resíduos e diminuiu significativamente suas emissões de gases do efeito estufa. Fato significativo foi o rompimento da estratégia de recorrer a lobby político (muito usado por indústrias petrolíferas) tornando-se a primeira empresa com operações nos Estados Unidos a proibir contribuições para comitês de ação política no país. Ao final do ano de 2005, a BP constituiu um novo negócio, a BP Alternative Energy, que em apenas dois anos se tornou um dos maiores fomentadores de energia renovável no mundo, sendo a maior empresa de energia eólica nos Estados Unidos, em terra, com a meta de ser a maior geradora de energia eólica até 2015, sendo ainda a única empresa estrangeira a vender energia eólica na Índia (SENGE et al, 2009).

Uma das subsidiárias, da BP solar, produzia equipamentos e sistemas para projetos de desenvolvimento sustentável rural em todo o mundo. A BP Solar celebrou um dos maiores contratos da história na área de energia solar, 27 milhões de dólares, para a elaboração do Projeto Municipal de Infra-estrutura Solar (Municipal Solar Infrastructure Project – MSIP) em conjunto com os governos da Austrália e das Filipinas. O projeto teve início em 1997 e terminou em 2001, visando levar energia solar a comunidades remotas e pobres não-eletrificadas nas Filipinas, ajudando a fornecer benefícios de saúde, educação e governança a mais de 721.140 filipinos pobres em 11 províncias, 53 municípios e 435 aldeias (HOLLIDAY et al, 2002).

Esses são apenas alguns motivos pelos quais a BP foi considerada até então uma das principais referências em sustentabilidade no planeta. Na noite do dia 20 de abril de 2010, uma plataforma de petróleo pertencente à BP, no Golfo do México, afundou após uma explosão que

matou 11 funcionários da companhia. Este parece ser um dos maiores acidentes em termos de consequência para o meio-ambiente. Assim, faz-se necessário buscar responder a seguinte questão central de pesquisa: como se deu o acidente da plataforma da British Petroleum em abril de 2010 sob a ótica do pensamento sistêmico?

O presente artigo apresenta como objetivo geral analisar o acidente da plataforma da BP em abril de 2010 sob a ótica do pensamento sistêmico, em diferentes níveis, partindo-se da superficialidade (eventos), compreendendo-se os padrões de comportamento e a estrutura sistêmica responsáveis por estes padrões.

## 2. Sustentabilidade Ambiental

As questões relativas à sustentabilidade começaram a ser iniciadas, ainda que de forma acadêmica, a partir de meados do século XIX, com o apogeu da revolução industrial e a exacerbação do impacto ambiental ocasionado pelas atividades antrópicas. É de comum acordo dos ambientalistas considerarem o livro *Silent Spring*, de Rachel Carson, como o precursor do moderno movimento ambientalista. Oficialmente, o conceito de desenvolvimento sustentável foi usado pela primeira vez na Assembleia Geral das Nações Unidas em 1979, mas só foi assumido pelos governos e organismos multilaterais a partir de 1987 com a publicação do Relatório Brundtland.

Segundo Savitz (2007, p.2) o termo se originou, durante a década de 1980, “da conscientização crescente de que os países precisavam descobrir maneiras de promover o crescimento de suas economias sem destruir o meio ambiente ou sacrificar o bem-estar das gerações futuras”.

Neste sentido, a sustentabilidade pode ser entendida como um conceito sistêmico que está direcionado para uma sinergia entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental. De acordo com o Relatório Brundtland, publicado em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, sustentabilidade é “suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas”.

Assim, termos como: Protocolo de Quioto, mudanças climáticas e desenvolvimento sustentável, tornaram-se familiares à maioria das pessoas. Esse maior contato com as questões ambientais decorre da necessidade da transição do modelo atual de desenvolvimento e industrialização oriunda da mentalidade da Era Industrial para um modelo baseado na sustentabilidade.

A mentalidade da Era Industrial parte do pressuposto de que os recursos naturais são insumos para a máquina econômica e de que a natureza é subsidiária integral da economia. No entanto, a ideia de se “produzir-consumir-descartar” está defasada porque seus efeitos simplesmente são insustentáveis e até mesmo incompatíveis com a vida no planeta, por isso, é latente a necessidade de criar uma sociedade mais igualitária e ambientalmente sadia (SENGE et al, 2009).

De acordo com Senge et al (2009, p. 9-10) há três ideias norteadoras para a construção de um futuro sustentável:

- 1- Nenhum caminho para o futuro ignora as necessidades das gerações futuras.
- 2- As instituições importam (o mundo é moldado não por indivíduos isolados, mas por uma rede de empresas e instituições governamentais e não governamentais que influenciam em tudo em nossas vidas).
- 3- Todas as mudanças reais se fundamentam em novas maneiras de pensar e perceber.

A ideia de mudança de mentalidade é o requisito essencial para transformação da sociedade, cujos alicerces são as capacidades de ver os sistemas mais amplos, a colaboração além-fronteiras e criar, em vez de resolver problemas. Esses alicerces reconhecem que os problemas ou soluções ambientais devem contemplar todos os elementos envolvidos, “mas o exercício da visão sistêmica - ou a compreensão de que o universo se revela como uma rede de fenômenos interligados e interdependentes – ainda não se disseminou o suficiente para que se possa entendê-lo como uma ferramenta importante para a compreensão da realidade” (TRIGUEIRO, 2005, p.7).

No entanto, algumas empresas pioneiras estão reconhecendo e mostrando através de seus exemplos que a sustentabilidade é um diferencial competitivo que, segundo Savitz (2007), não só gera benefícios de ordem econômica, mas também gera benefícios intangíveis como a reputação da empresa, o bem-estar dos empregados e a satisfação dos clientes.

De acordo com Savitz (2007, p. 35), “empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com quem mantém interações”. A sustentabilidade funciona como um guia de orientação para fazer negócios num mundo interdependente, indicando novas maneiras de direção com maior eficiência e produtividade, promovendo o crescimento através da criação de novos produtos e abertura de novos mercados.

É imprescindível que adoção de práticas sustentáveis sejam feitas rapidamente, pois alguns efeitos colaterais da Era Industrial já são sentidos em todo o mundo e a situação só tende a piorar caso o status quo seja mantido.

Para Senge (2009), a estabilização dos níveis de CO<sub>2</sub> na atmosfera, em níveis capazes de minimizar a ameaça de consequências catastróficas, exigirá redução de 80% nas emissões nas próximas duas décadas. Esse é o chamado desafio 80 – 20 e que exige uma mudança radical no modo como consumimos, na matriz energética mundial, o que se produz, em que quantidade e como se faz o descarte, no modo como e realizada a locomoção, enfim, a mudança não ocorrerá sem transformação da visão de mundo do homem.

### **3. Níveis de Pensamento Sistêmico**

No modelo de sociedade capitalista, as pessoas, de maneira geral, tendem a restringir a percepção acerca do modo de como se relacionam com o meio ambiente, se limitam ao seu próprio campo de visão, a sua perspectiva, o que não é diferente no âmbito organizacional, essa mentalidade está presente nas decisões tomadas pelos gestores que não refletem sobre o efeito das suas decisões em outros planos, apenas analisam os seus pontos de vista sem levar em conta os impactos decorrentes de suas ações em relação às outras partes envolvidas no processo.

Em contraposição a esse ideal surge o pensamento sistêmico, que tem a proposta de ampliar horizontes, fazendo o indivíduo enxergar além das suas atitudes, contemplando o todo, transcender as barreiras impostas pela mentalidade que permeia o modelo social vigente, não somente aplicando-o nas organizações, mas em todos os segmentos da sociedade.

No que diz respeito à teoria e estudos sobre o pensamento sistêmico, as suas raízes teóricas estão na biologia orgânica, na física quântica, na psicologia Gestalt e na ecologia (CAPRA, 1996), e a aplicabilidade dos seus conceitos foi introduzida nos campos de estudos da administração pelos pesquisadores do Massachusetts Institute of Technology – MIT –, as quais culminaram na obra de Peter Senge – A quinta Disciplina – considerada por muitos como a mais importante obra sobre o pensamento sistêmico. Segundo Bellinger (1996a), um sistema é uma entidade que mantém sua existência através da interação mútua entre suas partes, porém, não pode ser caracterizado apenas pelas partes que o compõe, mas principalmente pelas inter-relações entre elas, que seriam

responsáveis pelas características do todo. Partindo desse pressuposto, são nessas relações que se pode encontrar o foco do pensamento sistêmico, mais especificamente a visão sistêmica busca compreender a estrutura e o comportamento dos sistemas, através de padrões, e ajudar a transformá-los.

Para Senge (2006), o pensamento sistêmico é uma inovação capaz de transformar o comportamento humano e, portanto, trata-o como uma disciplina, não no sentido de “ordem cumprida” ou “forma de punição”, mas sim como um corpo de teoria e técnica, as quais devem ser estudadas e dominadas para serem colocadas em prática, ou até mesmo como um caminho de desenvolvimento para a aquisição de determinadas habilidades ou competências.

De acordo o autor, a perspectiva sistêmica mostra que existem diversos níveis de explicações em qualquer sistema complexo, são os chamados níveis de pensamento sistêmico ou níveis de percepção sistêmica. Assim, pode-se enxergar os sistemas em diversos níveis ou camadas, e cada uma dessas camadas requer um nível de explicação e compreensão diferente. A figura 1 exhibe os níveis sistêmicos.



**Figura 2.1 – Níveis de pensamento sistêmico**  
 Fonte: Adaptado de Medeiros Jr. (2009).

Os eventos são, segundo Andrade (1997), acontecimentos perceptíveis, situado em um momento ou intervalo de tempo definido, mas também podem ser entendidos como fatos decorrentes do padrão de comportamento de um sistema. Senge (2006) afirma que as explicações baseadas em eventos – “quem fez o que com quem” – condenam as pessoas a uma conduta reativa, ou seja, os indivíduos apenas reagem às interações dos sistemas, ele não o influencia nem o modifica, apenas responde sem maior aprofundamento nem quaisquer tipos de análises, é o que acontece na maioria dos casos. Griffith (2008) faz uma analogia entre os eventos e o ato de tirar e observar uma fotografia das ocorrências, pois assim, consegue-se congelar os momentos assim que acontecem. Os eventos constituem o componente mais simples, mais superficial e visivelmente percebidos dentre os níveis do pensamento sistêmico, além de serem orientados para curto prazo.

Andrade (1997) ainda completa que “as pessoas baseadas nas percepções de eventos reagem de uma maneira automática e isto guia grande parte de suas ações”, evidenciando a tendência não-sistêmica que implantou-se na sociedade contemporânea de automatizar, de se fazer tudo o mais rápido possível em detrimento de uma melhor análise da situação, o que levaria mais tempo porém otimizaria o processo de tomada de decisão.

Um gestor orientado aos eventos, por exemplo, tem uma percepção muito limitada da situação, ele foca apenas no que acontece sem voltar sua atenção para outros fatores, orientando-se por eventos não há como ter uma visão ampla, as ações se tornam muito limitadas, o que justamente representa a ponta do iceberg.

Ao aprofundar um pouco mais nas percepções sistêmicas, tem-se os padrões de comportamento, ou seja, tendências de mudanças dos eventos no transcorrer do tempo (GRIFFITH, 2008). Porém há uma ressalva, um mesmo evento também pode se repetir ao longo do tempo, caracterizando um padrão de comportamento. As explicações baseadas nos padrões de comportamento focalizam a identificação de tendências de longo prazo e a avaliação de suas implicações.

De acordo com Andrade (1997), neste nível são utilizados gráficos, avaliando o comportamento passado de variáveis e buscando evidências que possam predizer seu comportamento futuro ou desejado, ou seja, as ações passam de reativas a responsivas, pois surgem indicativos de como em longo prazo os atores podem responder as tendências de mudança.

Em um nível mais aprofundado, se encontram as estruturas sistêmicas, que indicam quais as causas do padrão de comportamento, e buscam esclarecer como cada elemento do sistema influencia um ao outro ou a si mesmo. Segundo Senge (2006) as explicações estruturais são muito importantes porque somente elas abordam as causas subjacentes do comportamento em um nível no qual os padrões de comportamento podem ser modificados. A estrutura produz comportamentos e as mudanças nas estruturas subjacentes podem gerar padrões de comportamento diferentes. Nesse sentido, as explicações estruturais são inerentemente generativas.

Ainda segundo Senge (2006), as explicações estruturais devem se concentrar em responder a uma única questão: “O que causa os padrões de comportamento?”. Consequentemente, os padrões afetam diretamente os eventos, logo, analisando as estruturas sistêmicas pode-se fazer uma ligação entre um evento e entender a origem do mesmo.

No nível mais profundo do pensamento sistêmico, após as estruturas encontram-se os modelos mentais, que representam a percepção de cada indivíduo sobre como as coisas são ou funcionam, ou seja, os pressupostos básicos de cada um. Para Doyle e Ford (1998) “um modelo mental é uma representação conceitual interna, relativamente estável, acessível mas limitada, de um sistema externo, cuja estrutura contém a estrutura percebida do sistema externo”.

Senge (2006) trata os modelos mentais como “imagens profundamente arraigadas sobre o funcionamento do mundo, imagens que limitam a formas bem conhecidas de pensar e agir”, e por isso, é necessário que os gestores tenham o domínio sobre os seus modelos mentais (trazer à tona, testar e aperfeiçoar suas imagens internas sobre o funcionamento do mundo) para que se tenha uma compreensão mais sistêmica da realidade. Assim, pode-se compreender que ações dos indivíduos influenciam em que aspectos dos sistemas.



#### 4. Metodologia

O presente trabalho apresenta natureza qualitativa, já que busca analisar aspectos de um fenômeno social, traduzindo e expressando os sentidos deste fenômeno visando a descrever a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados (Neves, 1996).

Enquanto técnica de coleta de dados adotou-se a pesquisa bibliográfica, através das leituras e análises de conteúdos de natureza jornalística relacionados direta ou indiretamente ao acidente da plataforma de petróleo da BP, ocorrida em abril de 2010.

Os dados secundários coletados foram então analisados em função dos níveis de percepção sistêmicos, de maneira a explicitar os eventos, detalhados e caracterizados por um ponto no tempo; os padrões de comportamento das variáveis mais relevantes, dentro de espaço de tempo definido; a estrutura sistêmica, de maneira a explicitar as relações entre as variáveis. Por fim, uma discussão sobre modelos mentais foi detalhada a fim de se compreender mais profundamente o acidente.

#### 5. Análise sistêmica do acidente da BP

##### 5.1. Eventos relevantes

Ao se iniciar a análise sistêmica, sobre o acidente ocorrido no dia 20 de abril de 2010 na plataforma de petróleo Deepwater Horizon, no Golfo do México, é necessário destacar alguns eventos que ocorreram, envolvendo a British Petroleum – BP direta ou indiretamente. A lista destes eventos, além do próprio acidente, são expostas no quadro 1 a seguir.

**Quadro 1: Eventos relacionados ao acidente da BP no Golfo do México**

ANO	EVENTO
2005	Acidente em refinaria da BP no Texas
2005	Perdas de mais de 1,5 bilhão em função do acidente no Texas
2005	BP acusada por agências independentes de cortar custos com segurança
2006	Rompimento de Oleoduto da BP no Alaska
2007	Relatório produzido pela Agência Internacional de Energia (AIE) alerta para escassez do petróleo em 5 anos
2010	Lucro da BP sobe 137% no primeiro trimestre de 2010
	Órgãos reguladores britânicos criticam procedimentos de treinamento para

2010	segurança da BP antes do acidente no Golfo do México
2010	Explosão afunda plataforma de petróleo, <i>Deepwater Horizon</i> , operada pela BP, no golfo do México
2010	BP intimada a pagar US\$ 50,6 milhões em multas por não ter corrigido falhas após o acidente no Texas
2010	BP gasta 8 bilhões de dólares para conter vazamentos

Fonte: Dados da Pesquisa (2010)

Os eventos exibidos no quadro acima demonstram aspectos de diversas naturezas, como aqueles relacionados diretamente aos acidentes com estruturas da empresa, ocorridos em 2005, 2006, além do acidente objeto de análise neste artigo. Além disso, eventos anteriores aos acidentes também são exibidos, como aqueles relacionados à negligência por parte da empresa e pressões por corte de custos e consequente aumento em sua lucratividade. Por outro lado, os impactos ou prejuízos da empresa também devem ser considerados, como os custos financeiros e principalmente os impactos ambientais consequentes dos acidentes.

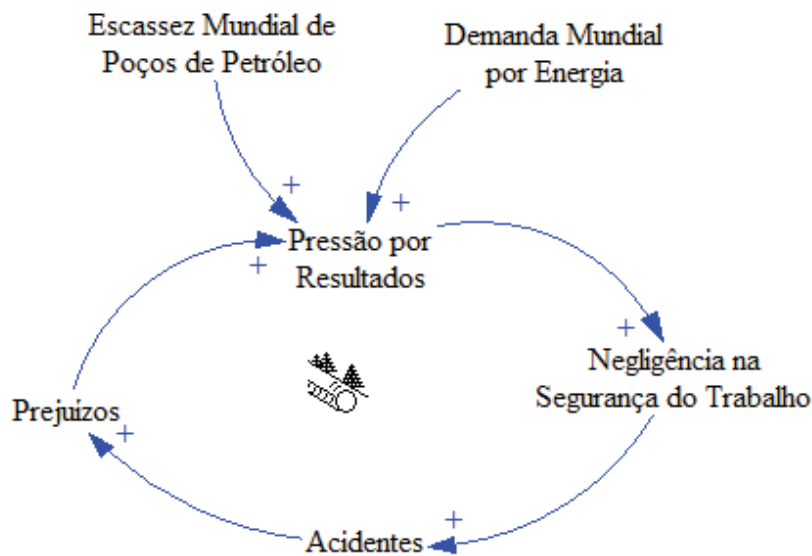
## 5.2. Padrões de comportamento

Alguns padrões de comportamento devem ser considerados também nesta análise. Um deles diz respeito às falhas de segurança que tem sido constantes nas operações de petróleo da BP em sua estrutura de refinarias, oleodutos, dentre outros.

Outro padrão importante a ser considerado é a escassez nas reservas de petróleo no mundo, além da demanda crescente por este combustível fóssil. Por fim, vale ainda citar as pressões econômicas crescentes para que a companhia dê retorno aos seus acionistas. Vale destacar um dos eventos descritos no quadro 1, em que a BP, no primeiro trimestre de 2010, apresentou um crescimento de 137% em seu lucro líquido, três meses anteriores ao acidente. Este evento pode indicar uma crescente pressão por resultados na empresa e consequente diminuição nos investimentos em segurança, por exemplo.

## 5.3. Estrutura Sistêmica

A partir dos eventos levantados e padrões de comportamentos esboçados, pôde-se representar a estrutura sistêmica relacionado ao acidente da BP em 2010. Esta estrutura está exibida na figura 2.



**Figura 2: Estrutura Sistêmica do acidente da BP**  
 Fonte: Dados da Pesquisa (2010)

A estrutura sistêmica tem como sua principal representação o ciclo de reforço, caracterizado que pode ser explicado a partir da pressão por resultado ao qual a companhia BP está exposta, seja em função da escassez de poços de petróleo, ou seja em função do aumento por uma demanda mundial de petróleo.

Esta pressão por resultados tem levado a companhia a ser negligente com aspectos de segurança do trabalho, o qual pode ser constatado pelos diversos artigos jornalísticos que sinalizaram para a ocorrência dos acidentes antes mesmo que ocorressem. O The New York Times divulgou em 29 de maio de 2010 que engenheiro de perfuração sênior chamado Mark E. Hafle alertou que o revestimento de metal que a empresa queria usar, e que acabou sendo utilizado, no poço poderia sofrer um colapso sob altas pressões.

Esta negligência tem levado, em muitas circunstâncias aos acidentes (divulgados pela imprensa, mas que podem ser mais recorrentes do que se imagina). Os acidentes têm tido impactos de várias naturezas, seja no desgaste da imagem da empresa perante a sociedade e mercado (foi noticiado inclusive que a BP vem gastando US\$ 1 mi por semana em publicidade após o vazamento); sejam nos custos decorrentes da recuperação dos acidentes para diminuir impacto da natureza, bem como processos movidos pelo governo e comunidades locais; seja no impacto do meio ambiente que são de grandes proporções.

## 6. Conclusões

O presente artigo se propôs a analisar do ponto de vista sistêmico a relação existente entre a sustentabilidade ambiental e o crescimento econômico no setor energético, mais especificamente na indústria petrolífera, tomando como base para tal o acidente ocorrido no dia 20 de abril de 2010 no Golfo do México, na plataforma Deepwater Horizon, operada pela petrolífera britânica British Petroleum – BP.

Esta análise levanta alguns questionamentos sobre se é possível manter o desenvolvimento sustentável levando em consideração aspectos econômicos e sustentabilidade ambiental, neste

contexto, pôde-se constatar que a BP falhou, pois, priorizou os aspectos econômicos em detrimento da sustentabilidade ambiental.

O resultado da análise revela que a BP não conseguiu enxergar sistemicamente o ambiente no qual estava inserido e as causas reais dos acidentes ocorridos nos últimos tempos, tal fato pode ser percebido nas ações da empresa tentando justificar o acidente no Golfo do México, como por exemplo, o anúncio de que as ações de "múltiplas empresas e equipes de trabalho" contribuíram para o acidente. Outro fato que revela a postura não-sistêmica da BP é a frase do executivo da BP, Tony Hayward, "O que droga nós fizemos para merecer isto"? Ou seja, isto mostra quão fechada é a visão dos executivos da BP, levando em conta somente a sua atuação no sistema.

Vale ressaltar ainda que a pesquisa ainda está em construção e pretende-se analisar mais profundamente o caso, partindo-se para uma análise ainda mais complexa nas percepções sistêmicas, assim como um laudo de autoridades devidamente qualificadas sobre os acontecimentos que culminaram na explosão da plataforma operada pela BP.

## REFERÊNCIAS

BELLINGER, Gene. **Systems Thinking - An Operational Perspective of the Universe**. 1996a. Disponível em <http://www.systems-thinking.org/systhink/systhink.htm>. Acessado em 18.08.2010.

CAPRA, F. **A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. São Paulo, SP: Cultrix, 1996.

DOYLE, J. & FORD, D. "**Mental Models Concepts for Systems Dynamics Research**". System Dynamics Review, Vol. 14, 1998.

GRIFFITH, J. J. **A disciplina do pensamento sistêmico**. Viçosa, MG: Universidade Federal de Viçosa, Departamento de Engenharia Florestal, 2008.

MOUAWAD, Jad. **Big rise seen in demand for energy**. New Work Times. 19.07.2007.

Disponível em <http://www.nytimes.com/2007/07/19/business/19oil.html>. Acesso em 13.09.2010.

NEVES, José Luiz. **Pesquisa Qualitativa – Características, usos e possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v.1, n.3, 1996.

SAVITZ, Andrew W. **A empresas sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SENGE, Peter et al. **A Revolução Decisiva: como indivíduos e organizações trabalham em parceria para criar um mundo sustentável**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável: abrindo espaço na mídia para o planeta em transformação**. São Paulo: Globo, 2005.

## AS REPERCUSSÕES DO ESTRESSE NA PRODUTIVIDADE DOS GESTORES DE NÍVEL INTERMEDIÁRIO DAS GRANDES EMPRESAS DE JOÃO PESSOA

E. M. Toscano. <sup>1</sup>; L. B. Lima. <sup>2</sup> e M. L. C. Santos<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>; Discentes do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba- Campus João Pessoa

<sup>3</sup> Docente do curso de Administração do Instituto Federal da Paraíba- Campus João Pessoa  
emanuella09@gmail.com - lucianabelolima@gmail.com – mluizacs@gmail.com

### RESUMO

A pressão por resultados e o desgaste emocional que os gestores enfrentam no ambiente profissional tornam esses profissionais vulneráveis às doenças ocupacionais. O estresse, por exemplo, proporciona reações que acabam prejudicando por completo a produtividade e a capacidade mental que o gestor necessita para exercer suas atividades e desempenhar com eficiência suas competências gerenciais. Desta maneira, o presente artigo faz uma análise das repercussões do estresse na produtividade dos gestores de nível intermediário das grandes empresas de João Pessoa. A metodologia utilizada foi do tipo descritivo, com estudo de caso múltiplo. A amostra envolveu os gestores de nível intermediário de 8 (oito) de empresas caracterizada de grande porte no Município. Os instrumentos de pesquisas para levantamento de dados foram questionários e observações para a verificação das atitudes e comportamentos dos gestores. A análise dos resultados se deu de maneira quantitativa, fazendo uso do Excel. O estudo apresentado mostrou que no ambiente de trabalho existe a necessidade de se fazer uma reflexão sobre como a evolução trabalhista e a crescente participação dos empregados no âmbito global da empresa podem e devem contribuir para a redução de problemas de produtividade, minimizar os sentimentos de angústia das pessoas e melhorar a qualidade de vida daqueles que pertencem à empresa.

**Palavras-chave:** estresse, produtividade, gestores.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, as organizações vivem períodos de avanço tecnológico e competitivo, inerentes ao mundo globalizado, diferenciando-se através do seu capital intelectual. As mudanças nos cenários organizacionais provocam uma sobrecarga física e mental nas pessoas e as exigências e tensões atingem, principalmente, os níveis gerenciais. A pressão por resultados e o desgaste emocional que os gestores enfrentam no ambiente profissional tornam esses profissionais vulneráveis às doenças ocupacionais, principalmente o estresse (ROMERO, 2007).

Considerada a doença do século, o estresse apresenta sintomas que aumentam gradativamente e que são descritos como depressão, dificuldades de relacionamento com o grupo, irritação, cansaço, apatia, além de problemas orgânicos. Seus sintomas proporcionam reações que acabam prejudicando por completo a produtividade e a capacidade mental que o gestor necessita para exercer suas atividades e desempenhar com eficiência suas competências gerenciais.

O termo “estresse”, adotado por Selye, teve origem no termo inglês *stress* usado em física, que significa o somatório das forças que agem contra a resistência, não importando quais. Baseado nisso, o conceito de estresse pode ser entendido como um “conjunto de reações do organismo e agressões de ordem física, psíquica, infecciosa e outras, capazes de perturbar a homeostase” (ARANTES e VIEIRA, 2002).

Considerando o estresse como um processo de adaptação humana às exigências do ambiente, podendo apresentar uma conotação positiva ou negativa, e que conseqüentemente tem repercussões na produtividade, na capacidade de trabalho e na qualidade de vida, a presente pesquisa teve como objetivo investigar de que forma as condições de trabalho dos gestores de grandes empresas são fontes desencadeadoras de estresse, já que a função de gerência está associada ao processo de tomada de decisão, o que exige o enfrentamento de desafios e riscos, além da responsabilidade em gerir muita informação e inovação tecnológica.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A função Gerencial: a necessidade constante de informação e uso da tecnologia

Os novos sistemas de informação deram novo rumo à comunicação em todas as áreas e, entre as características intimamente relacionadas entre si dessa nova era, em relação a um passado não distante, destacam-se: a) novos meios para efetivar a troca de informações; b) mais velocidade na troca de informações; c) mais dinamismo na troca de informações. (PACHECO, 2005).

A existência de computadores pessoais, por exemplo, permite a comunicação instantânea entre diferentes pessoas e instituições nos mais distantes recantos do planeta pelo uso da internet, sem qualquer prejuízo da informação, congregando indivíduos de origens diversas e distantes uns dos outros não apenas num efetivo inter-relacionamento, mas em uma nova dinâmica para alcance de objetivos em suas atividades (PACHECO, 2005).

Ainda de acordo com Pacheco (2005), tal fenômeno é ainda mais contundente pelo fato da sociedade requerer a empregabilidade do ser psicossocial e, neste aspecto, a manutenção do *status quo* de “empregado” passa a ser necessidade primária do indivíduo. Então, como se vive um momento de enormes exigências organizacionais de atualização e capacitação, o trabalhador é constantemente chamado a lidar com novas informações e cada vez mais se vê diante de inúmeras situações às quais precisa adaptar-se.

### 2.2 Conceito de estresse ocupacional

Segundo Kyriacow e Sutcliffe (1981 apud CAMELO; ANGERAMI, 2004), definem o estresse ocupacional como um estado emocional desagradável, pela tensão, frustração, ansiedade, exaustão emocional em função de aspectos do trabalho definidos pelos indivíduos como ameaçadores.

Pode-se definir o estresse ocupacional a partir do enfoque nos estressores organizacionais que permitem diferenciar dois tipos de estudo: os de estresse ocupacional e os de estresse de forma geral. O ocupacional enfoca estressores relacionados ao ambiente de trabalho, e os de forma geral estressores gerais na vida do indivíduo. Com isso, a abordagem que enfoca os estressores organizacionais tem contribuído para a identificação de demandas organizacionais potencialmente geradoras de estresse. Apesar das contribuições, esta abordagem tende a considerar o caráter objetivo dos estressores e tem sido alvo de inúmeras críticas (PASCHOAL; TAMAYO, 2010).

### **2.3 Estresse no trabalho**

O estresse tornou-se numa das principais áreas de preocupação e por excelência das sociedades mais industrializadas, sendo já um modo de vida assumido e aceite que evoluiu desde o período da Revolução Industrial e chegou aos nossos dias como um verdadeiro responsável pela diminuição da qualidade de vida. É considerado um autêntico problema social e de saúde pública para o século XXI, a ponto de a própria União Europeia ter feito da prevenção do stress no trabalho um dos principais objetivos no que se refere à nova visão estratégica comunitária sobre a saúde e segurança.

Spielberger e Reheiser (1994, p. 199) afirmam que “o estresse no local de trabalho resulta em custos muito elevados para indivíduos, organizações empresárias e a sociedade em geral, pelos seus efeitos deletérios sobre a produtividade, absentismo, saúde e bem-estar”.

### **2.4 Os fatores organizacionais atrelados ao estresse**

Robbins (2002) destaca que existem três fontes causadoras do estresse potencialmente negativo. Elas estão divididas em categorias distintas, considerando fatores ambientais, organizacionais e individuais.

a) Fatores ambientais – São fatores causados pelas incertezas no âmbito econômico, político e tecnológico. Quando a economia do país e do mundo passa por momentos turbulentos a insegurança surge como sentimento inevitável. Algumas questões políticas externas e estratégias internas também provocam mudanças na cultura das organizações, atingindo diretamente os colaboradores. Por último, o grande avanço tecnológico e as incertezas causadas pelas inovações acabam causando estresse;

b) Fatores organizacionais – São aqueles fatores das exigências do dia-a-dia de trabalho, alocadas nas tarefas, nos papéis, nas competências e relações interpessoais. Esses fatores também estão ligados à cultura organizacional. Alguns estilos gerenciais muito impositivos provocam culturas regadas de medo, tensão e ansiedade;

c) Fatores individuais – São fatores causados pelos problemas familiares, econômicos e da personalidade de cada pessoa, envolvem problemas pessoais originados pelas dificuldades conjugais e sexuais, educação dos filhos, relacionamentos familiares, dificuldades financeiras e outras. A personalidade de cada pessoa aliada à forma de lidar com as tensões, também pode determinar maior ou menor preponderância do estresse.

Para que isto não ocorra, é necessário que a pessoa perceba e avalie os eventos como estressores, o que quer dizer que fatores cognitivos têm um papel central no processo que ocorre entre os estímulos potencialmente estressores e as respostas do indivíduo a eles. A existência de um evento considerado estressor na organização não quer dizer que ele seja percebido desta maneira pela pessoa (PASCHOAL; TAMAYO, 2010).

### **2.5 Sugestões e técnicas para a redução do estresse na organização**

No trabalho para redução do estresse ocupacional, a organização não pode se direcionar apenas para os funcionários. É de suma importância promover uma reestruturação do processo de

trabalho, fornecendo treinamento, desenvolvendo as habilidades de liderança do gerente e encorajando apoio social entre os funcionários.

Os agentes estressores podem ser externos ou internos e existem técnicas para amenizá-los ou administrá-los (DAVIS; ESHELMAN & MCKAY, 1996).

A seguir, baseado em todas as leituras pesquisadas e na experiência dos autores deste artigo, são indicadas algumas técnicas que podem ajudar ao gestor a gerenciar algumas fontes de estresse ocupacional:

- ✓ Formule um plano para identificar aos fatores estressantes de sua equipe: observe, converse, aplique formulários/questionários;
- ✓ Motive sua equipe, criando junto ao grupo recompensas específicas para cada objetivo atingindo;
- ✓ Mantenha os canais de comunicação abertos, incentive o exercício e o desenvolvimento da assertividade de sua equipe e sempre esteja aberto a oferecer e a receber o *feedback*;
- ✓ Promova o clima organizacional favorável às interlocuções e interações sociais saudáveis;
- ✓ Seja discreto ao ouvir relatos pessoais dos funcionários, não faça piadas e nem alimente alcunhas, respeite a intimidade de cada um;
- ✓ Avalie a complexidade das tarefas e a possibilidade de aplicação em relação ao conhecimento, capacidades e recursos existentes. Planeje os projetos de trabalho com funções que proporcionem o desenvolvimento da equipe sem sobrecarga e monotonia com intervalos regulares e administração do tempo.

O gestor deve ter consciência que estas sugestões não compõem um manual de relacionamento interpessoal. Ele deve adequar ao seu contexto e perfil de sua equipe. Todas as pessoas passam por situações estressoras e quando bem administradas pode promover benefícios tanto pessoais quanto organizacionais. O próprio gestor precisa aprender a gerenciar o seu estresse.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida e se enquadrou no tipo considerado descritivo e foi utilizado como estratégia de investigação científica o estudo de caso múltiplo que permitiu observar com profundidade as características peculiares de um fenômeno de vida real e é especialmente adequado para o estudo de processos.

Quanto a sua estruturação, foi desenvolvida inicialmente uma pesquisa bibliográfica em artigos, livros, revistas especializadas e em qualquer outra fonte de dados documentais.

O universo da pesquisa envolveu as grandes empresas do setor industrial de João Pessoa, considerando o critério de número de empregados. Esta classificação foi obtida junto a FIEP (Federação das Indústrias do Estado da Paraíba).

A amostra envolveu os gestores de nível intermediário de 20% do total de número de empresas caracterizada como de grande porte, ou seja, foram selecionadas 40 empresas, destas, apenas 8 foram pesquisadas.

Os instrumentos de pesquisa constaram de: questionário, o qual contém duas partes: 13 questões fechadas relacionadas com os fatores organizacionais e 10 questões relacionadas com os sintomas geradores de estresse. A observação teve a intenção de verificar as atitudes e comportamentos dos gestores em relação à temática em estudo. A observação e o questionário foram realizados simultaneamente. Para minimizar o efeito das observações foi utilizado o registro através de notas.

Os dados foram analisados utilizando-se o método qualitativo com o uso da técnica de análise de conteúdo. A apuração dos dados quantitativos se deu eletronicamente, e foram analisados



utilizando-se características numéricas (frequência, média, porcentagem) sendo os resultados apresentados através de tabelas e gráficos. Os resultados quantitativos foram correlacionados com as observações realizadas.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Foram entrevistados 08 gestores de nível intermediário das grandes empresas do setor industrial de João Pessoa, nos seguintes ramos de atividades: construção civil, jornais, distribuição de energia elétrica, tratamento e distribuição de água potável, têxtil, impressos e serviços gráficos e cimentos.

Quando abordados sobre o grau de satisfação em relação aos fatores organizacionais, os gerentes apresentaram as respostas que foram demonstradas em gráficos, as quais estão associadas aos fatores estudados. Inicialmente foi questionado sobre o espaço físico (lay-out, temperatura, poluição sonora) e foi apurado, como demonstrado no gráfico 01, que 87% dos gerentes pesquisados afirmaram estar satisfeitos com este fator. Com relação à jornada de trabalho, gráfico 2, foi verificado que 63% dos gerentes estão satisfeitos, por outro lado existe um percentual de 37% que afirmaram estar insatisfeito, pouco satisfeito e indiferente e este percentual se torna significativo, pois como afirmado por Robbins (2002) são esses fatores que estão presentes no dia-a-dia de trabalho e que interferem diretamente nas tarefas, nos papéis, nas competências e relações interpessoais.

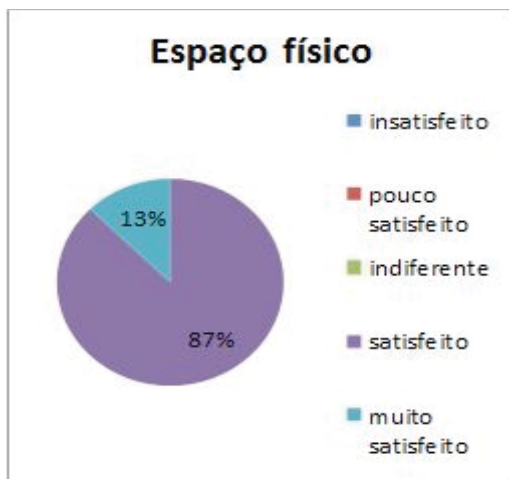


Gráfico 1 – Ambiente físico

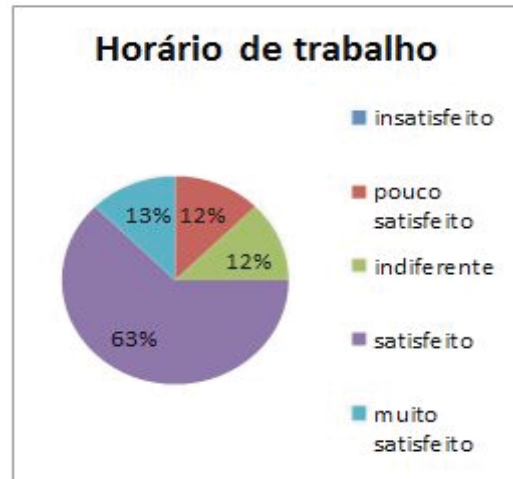


Gráfico 2 – Jornada de trabalho

No tocante ao relacionamento humano foram abordados três aspectos: relacionamento com os subordinados, com os pares e com os superiores e os dados apurados estão demonstrados nos gráficos 3, 4 e 5. Para o relacionamento com os subordinados foi verificado que 50% dos pesquisados estão satisfeitos, 12% pouco satisfeito e 38% insatisfeito; o relacionamento com os superiores mostrou que 38% estão satisfeito, 12% indiferente, 25% pouco satisfeito, 25% insatisfeito; e quanto ao relacionamento com os pares 63% estão satisfeitos, 12% indiferente e 25% insatisfeito. Esses dados permitem inferir que o fator relacionamento humano precisa ser mais bem trabalhado pelos gerentes em seu ambiente organizacional. Como ressaltado por Robbins (2002) o relacionamento humano reflete a cultura organizacional, assim como caracteriza o estilo gerencial dominante no ambiente de trabalho.

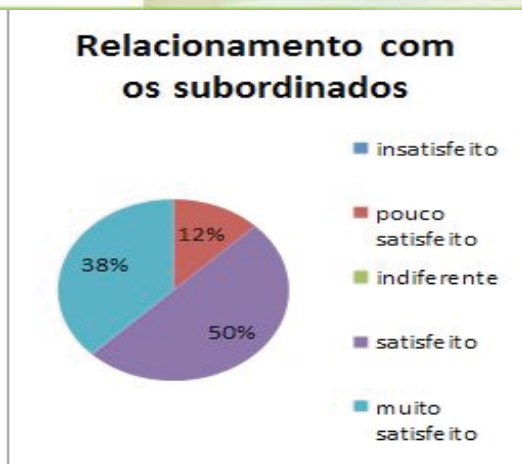


Gráfico 3 – Relações com subordinados

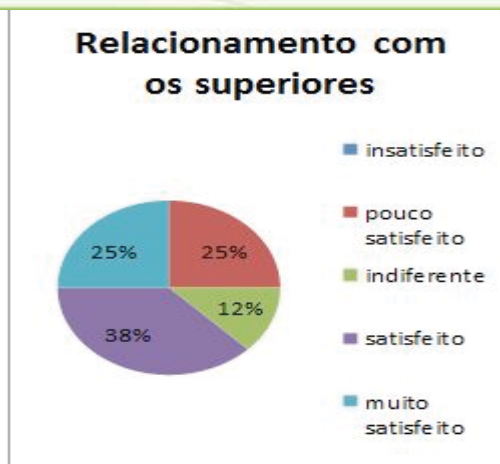


Gráfico 4 – Relações com os superiores

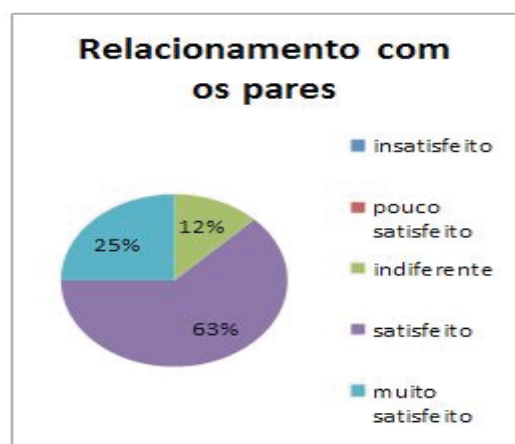


Gráfico 5 – Relações com pares

Nesse sentido é o relacionamento humano um fator que interfere na produtividade e que pode sim provocar estresse no trabalho.

No tocante ao aspecto relativo às pressões exercidas pela empresa (metas), os gestores responderam estar pouco satisfeitos, com 37%, satisfeitos e muito satisfeitos com 38% e 25% indiferentes, como mostra o gráfico 6 abaixo. Esse resultado mostra que as pressões decorrentes de um ambiente competitivo é um dos fatores que mais gera o estresse, principalmente para os colaboradores que ocupam cargos de gerência e que envolve atividades de complexidade e de tomada de decisão. Para Spielberg e Reheiser (1994) o estresse no local de trabalho resulta em custos muito elevados tanto para os colaboradores como para as organizações e seus efeitos são fortes na produtividade, absenteísmo, saúde e bem-estar.

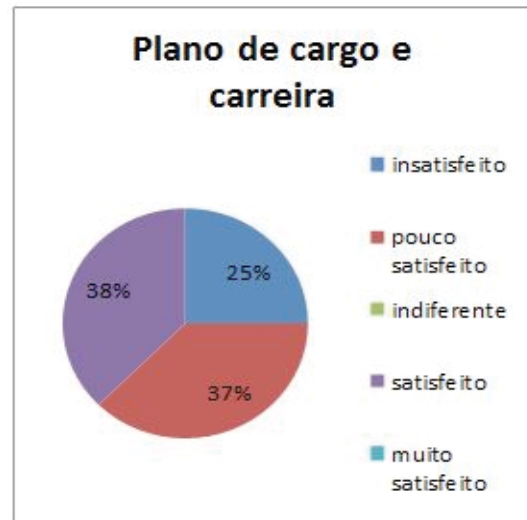


**Gráfico 6 – Pressões no trabalho.**

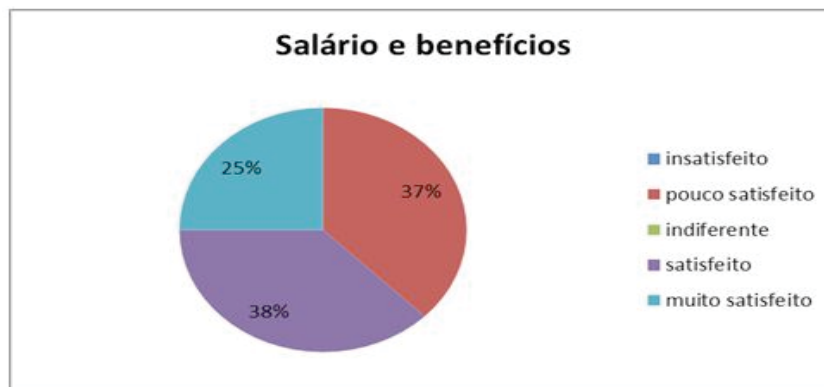
Outros aspectos estudados e relacionados ainda aos fatores organizacionais foram: quantidade de regras, plano de cargo e carreira e salário e benefícios. Foi apurado que os gestores apresentaram 37% para satisfação e 13% para muito satisfeitos com as regras e regulamentações existentes nas empresas, 25% são indiferentes e 25% estão pouco satisfeitos. Quanto ao plano de cargo e carreira vigente foi verificado que 38% estão satisfeitos, 37% estão pouco satisfeitos e 25% insatisfeitos. E, para o fator salários e benefícios oferecidos pela empresa foi constatado que 38% estão satisfeitos e 37% pouco satisfeitos e 25% insatisfeitos, esses três fatores demonstrados nos gráficos 7, 8 e 9.



**Gráfico 7 – Regras e regulamentações.**



**Gráfico 8 – Plano de cargo e carreira.**



**Gráfico 9 – Salário e benefícios.**

Os dados observados mostram que de um modo geral esses fatores parecem não ser atendidos pelas empresas e a falta de valorização destes aspectos podem ocasionar tensão e desconforto para os gestores intermediários, os quais são diretamente responsáveis por motivar os colaboradores no alcance de resultados satisfatórios para as empresas.

Ainda sobre os fatores organizacionais geradores do estresse foram analisados itens como: Participação dos colaboradores nas decisões de trabalho e *feedback*. Para a questão relacionada com a participação dos colaboradores foi verificado que com 50% dos gestores se consideram satisfeitos, 13% estão muito satisfeitos, 25% estão indiferentes e 12% estão insatisfeitos, como demonstrados no gráfico 10.

### Participação dos colaboradores nas decisões de trabalho



Gráfico 10 – Participação dos colaboradores

Quanto a prática do *feedback* no ambiente de trabalho foi verificado e apresentado no gráfico 11 que 38% estão muito satisfeitos, 37% estão satisfeitos e 25% pouco satisfeitos. Os dados apresentados possibilitam inferir que o uso de *feedback* no processo de comunicação parece ser um fator que proporciona um bom relacionamento humano, o que foi observado anteriormente e que foi destacado por Robbins (2002) como fator organizacional determinante para produtividade e consequentemente quando bem aplicado elimina o estresse no trabalho.

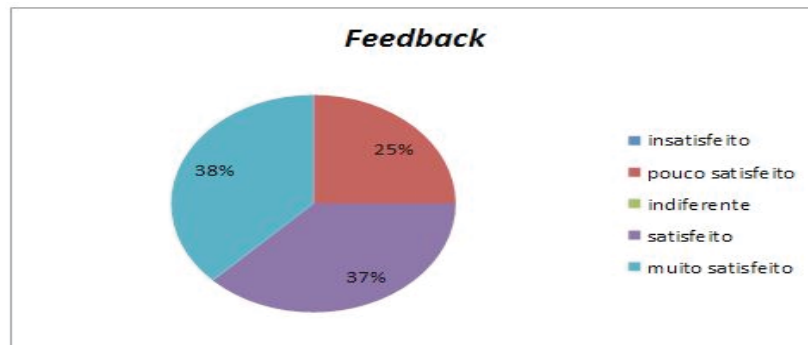


Gráfico 11 – Dar e receber feedback

Ao serem abordados sobre os sintomas mais presentes no dia-a-dia dos pesquisados, os quais estão demonstrados nos gráficos 12, 13, 14, 15, 16 e 17 foi relatado que os mais constantes estão relacionados a sintomas físicos como cansaço, dores, como também a sintomas psicológicos, como ansiedade, irritabilidade e baixa auto-estima. Tanto dor de cabeça como ansiedade foi apontado por 755 dos pesquisados

Cabe destacar que quando os sintomas ocorrem de forma constante e intensa são capazes de interferir na produtividade. Para Davis, Eshelman & McKay (1996) os agentes estressores podem ser externos ou internos e existem técnicas para amenizá-los ou administrá-los.

No geral, as estratégias de enfrentamento de estresse se caracterizam como uma alternativa para redução de sintomas, proporcionando ao trabalhador condições de desenvolver seu trabalho satisfatoriamente e ter sua saúde protegida do impacto psicológico e somático do estresse.

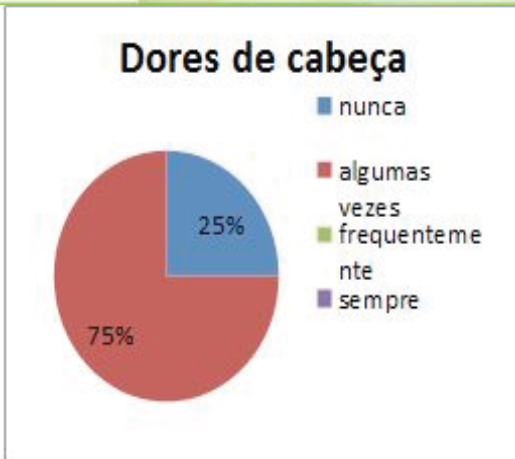


Gráfico 12 – Sintoma físico

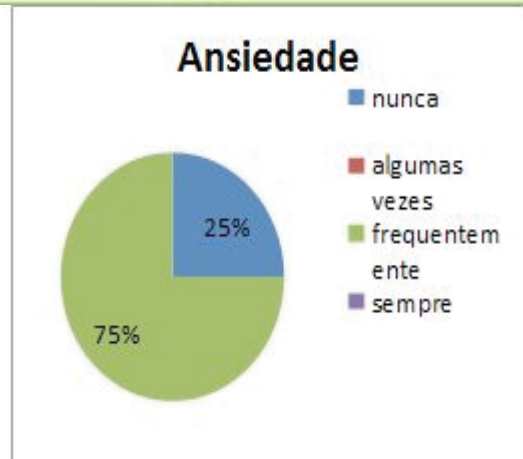


Gráfico 13 – Sintoma psicológico

Para o sintoma de cansaço físico foi indicado que se apresenta com “algumas vezes” para 62% dos gestores, 13% afirmaram “frequentemente” e 25% “nunca” e, para o sintoma de cansaço mental foi apontado que 38% apresentam “frequentemente”, 37% “nunca” e 25% “algumas vezes”. Esses sintomas aparecem estão muito associados à exigência e cumprimento de metas e as cobranças por resultados de impossível alcance, o que torna o ambiente organizacional propício ao estresse.

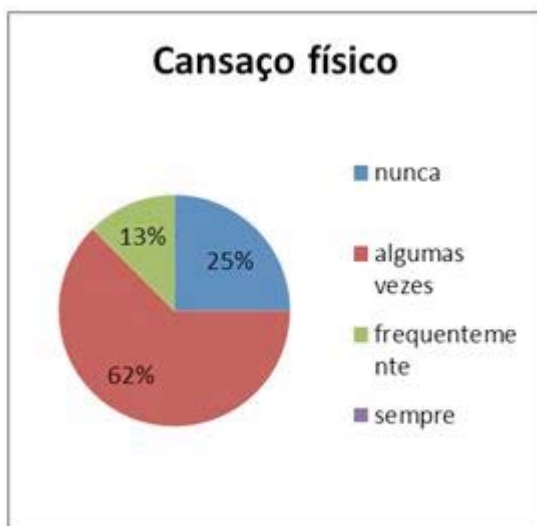
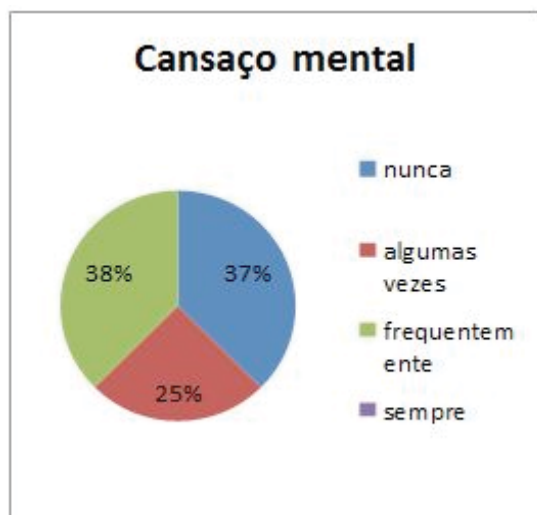


Gráfico 14 – Sintoma físico



Gráfico 15 – Sintoma psicológico



**Gráfico 17 – Sintoma psicológico**



Por fim, foi verificada questões sobre a auto-estima e irritabilidade, como é possível observar nos gráficos 16 e 17. A auto-estima dos gestores parece comprometida, na medida em que 38% apontaram que se percebem com baixa auto-estima e 25% afirmaram as vezes. Este fator é um indicativo de estresse capaz de interferir negativamente na produtividade. E, quanto a Irritabilidade foi verificado que 25% dos gestores frequentemente se apresentam irritados acompanhados por 63% que sinalizaram as vezes.

Durante as entrevistas foi utilizado um roteiro de observações para acompanhar e verificar as atitudes e comportamentos dos gestores. Foi constatado que os gestores são disponíveis, especialmente quando os subordinados se disponibilizam a aprender; apresentaram-se pacientes e atenciosos diante das situações ocorridas; parecem calmos a maior parte do tempo, exceto em determinadas situações em que foram cobradas por algo que até então não tinha tomado conhecimento. Também foi verificado que o diálogo sempre esteve presente, tanto com os superiores quanto com os subordinados, buscando a sinergia do grupo. Da mesma forma foi observada a atitude de iniciativa por parte dos gestores na explicação de tarefas e de desafios apresentados e comportamentos de cooperação e integração estiveram sempre presentes durante a observação. Foi registrado atitudes de valorização dos subordinados, sendo exemplificado quando o gestor parabenizava pelo encerramento das atividades previstas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo feito é importante descrever uma citação de Andrews (2003, p.24), ao afirmar que: “se não fosse pelo estresse não haveria ser humano, ou mesmo qualquer outra criatura neste planeta”. Ele ainda acrescenta dizendo que o estresse é uma reação biológica em todos os animais, desenvolvida através de milhões de anos de evolução, para salvar suas vidas numa emergência.

Conclui-se que existe no ambiente de trabalho a necessidade de se fazer uma reflexão sobre como a evolução trabalhista e a crescente participação dos empregados no âmbito global da empresa podem e devem contribuir para a redução de problemas de produtividade, minimizar os sentimentos de angústias das pessoas e melhorar a qualidade de vida daqueles que pertencem à empresa. Essa reflexão resultará, com certeza, em ações que levarão ao amadurecimento e desenvolvimento das pessoas e das organizações.

## REFERÊNCIAS

ANDREWS, Susan. Stress a seu favor: como gerenciar sua vida em tempos de crise. São Paulo: Agora, 2003.

ARANTES, Maria de Almeida C.; VIEIRA, Maria J. F. Estresse: clínica psicanalítica. 2. Edição. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002.

CAMELO S. H. H.; ANGERAMI E. L. S. Sintomas de estresse nos trabalhadores atuantes em cinco núcleos de saúde da família. Revista Latino-Americana Enfermagem. v.12, n.1. Rio de Janeiro, 2004.

DAVIS, M.; ESHELMAN, E. R.; MCKAY, M.. Manual de relaxamento e redução do stress. São Paulo: Summus, 1996.

PACHECO, Waldemar et al. A era da tecnologia da informação e comunicação e a saúde do trabalhador. Revista Brasileira de Medicina do Trabalho, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p.114-122, 08 dez. 2005.

PASCHOAL; Tatiane; TAMAYO, Álvaro. Ergonomia, Estresse e trabalho. Validação da escala de estresse no trabalho. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v9n1/22380.pdf>>. Acesso em: 22 de Novembro de 2010.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

ROMERO, Sonia Mara Thater ; OLIVEIRA, Luciano Oliveira de ; NUNES, Sergio da Costa . Estresse no Ambiente Organizacional: estudo sobre o corpo gerencial.. In: IV SEGET - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2007, Resende/RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2007. v. 1. p. 1-16.

SPIELBERGER, C. & Reheiser, E. C. The job stress survey. Measuring gender differences in occupation stress. *Journal of Social Behavior and Personality*, v. 9, 1994.

## ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES: O CASO DE FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO.

**Helder Danilo Fernandes Lima (1); Marconi da Silva Leite Júnior (2); Maria de Fátima Oliveira (3); Renan Felipe de Oliveira Coqueijo (4)**

(1) Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa, e-mail: helderdaniilo82@gmail.com

(2) Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa, e-mail: marconi1985@gmail.com

(3) Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa, e-mail: mafasioliver@hotmail.com

(4) Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa, e-mail: renan\_coqueijo@hotmail.com

### RESUMO

*Esse estudo procurou identificar os programas de fidelização que as farmácias de manipulação adotam para evitar a perda de seus clientes, os quais constituem o capital social mais importante das organizações atualmente. A pesquisa foi baseada nos conceitos teóricos do marketing de relacionamento com o cliente e realizada através de uma pesquisa quantitativa aplicada com os diretores e farmacêuticos responsáveis pelas farmácias estudadas. Os resultados demonstram que programas de fidelização são utilizados nas empresas estudadas, sendo, contudo, aplicados ainda de forma incipiente pelas mesmas.*

*Palavras-chave: Marketing. Relacionamento. Atração e Retenção. Clientes.*



## 1 INTRODUÇÃO

As corporações veem-se inseridas num contexto mercadológico caracterizado por acirrada concorrência advinda do fenômeno da globalização. A Tecnologia da Informação, surgida nesse cenário, trouxe implicações em via de mão dupla – ao mesmo tempo em que oportunizou as empresas o amplo acesso aos avanços tecnológicos, exigiu destas uma maior capacidade de desenvolvimento de novas vantagens competitivas.

A então Era da Informação faz surgir uma realidade de transformações constantes, que passa a exigir das empresas a habilidade de recepção, análise e resposta rápidas às demandas de um mutante ambiente de negócios. Nesse momento, observa-se uma revolução em todo o arcabouço de valores das sociedades, culminando dessa forma com a inserção de novas e incontáveis necessidades humanas. Nessa perspectiva emerge como vantagem competitiva o aclamado Marketing de Relacionamentos, com a proposta de individualização dos relacionamentos com os clientes, ao se perceber que se faz imprescindível para um delineamento bem-sucedido dos negócios um maior conhecimento da evolução dessas necessidades.

Estudos anteriores têm comprovado o estabelecimento de uma confusão, tanto nos meios acadêmicos como nos executivos, quanto ao conceito do Marketing de Relacionamentos, ao se entender suas ferramentas de implementação como sinônimas dessa filosofia organizacional, deteriorando-se dessa forma a consecução de seu objetivo maior: a conquista de uma vantagem competitiva direcionada ao longo prazo, obtida por meio do desenvolvimento da capacidade de fidelização dos clientes.

Nesse quadro justifica-se a importância deste estudo, tendo em vista a pertinência na atual conjuntura corporativa da realização de estudos nessa área, a fim de contribuir, no âmbito geral, para a consolidação de um entendimento conciso e bem definido acerca desse tema e, no âmbito específico, para o aprimoramento da eficácia dos programas de fidelização desenvolvidos nas empresas estudadas.

Diante do exposto, a pesquisa propõe-se a verificar se as farmácias de manipulação da cidade de João Pessoa, pertencentes à amostra, fazem uso de programas de fidelização de clientes, avaliando o grau de maturidade dessas empresas quanto a aplicação desses programas.

## 2 MARKETING DE RELACIONAMENTO E GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE (CRM)

O Marketing de Relacionamento tende a confundir-se com a própria definição de marketing, constituindo uma integração de esforços das empresas com o propósito de identificar, construir, manter e aprimorar relacionamentos individuais com clientes, em um processo de troca de benefícios direcionado para o longo prazo (D'Angelo, Schneider & Larán, 2006). Slongo & Müssnich (2005) afirmam que Marketing de Relacionamento refere-se a todas as atividades de marketing direcionadas ao estabelecimento, desenvolvimento e manutenção de trocas relacionais que implicam ganhos mútuos com orientação de longo prazo.

Nesse sentido, fica clara a amplitude do conceito de Marketing de Relacionamento, o qual não se restringe a apenas um programa de fidelização de clientes ou gestão de banco de dados, não podendo ser confundido, portanto, com suas ferramentas de implementação – o CRM (Customer Relationship Management) e o DBM (Database Management). Tal como defendem D'Angelo, Schneider & Larán (2006), segundo os quais têm sido ignoradas na aplicação dessas ferramentas fundamentos como a orientação para o longo prazo, a construção de vínculos emocionais com os clientes, a tentativa de conhecimento mais aprofundado dos consumidores e o desenvolvimento de confiança e comprometimento entre as partes.

Essas distorções descaracterizam o fundamento do Marketing de Relacionamento, cujo objetivo principal como lembram D'Angelo, Schneider & Larán (2006) é a constituição de vantagens competitivas sustentáveis para as organizações. Os mesmos autores enfatizam que o

estabelecimento de relacionamentos verdadeiros, ancorados nos princípios do Marketing de Relacionamento, por outro lado, é capaz de oferecer essa vantagem às organizações.

Para tanto, segundo D'Angelo, Schneider & Larán (2006), faz-se necessária uma combinação de elementos que aborda aspectos tangíveis e intangíveis e que inclui crenças, valores, conhecimentos, habilidades e recursos diversos expressos na cultura empresarial e nas diretrizes estratégicas, estejam elas formalizadas ou não. Dessa forma, torna-se viável a adoção efetiva do Marketing de Relacionamento, pois, cria-se um clima de comprometimento em todo o ambiente organizacional, cujas ações passam a convergir para o alcance desse propósito. D'Angelo, Schneider & Larán (2006) completam o raciocínio assegurando que sem cultura e estratégia - CRM, DBM, programas de fidelidade, entre outros, tornam-se atividades comprometidas com ações estanques e de impacto limitado.

Nesse contexto, pode-se verificar a pertinência da aplicação do conceito de Marketing de Relacionamento no setor de serviços que, de acordo com Slongo & Müssnich (2005), justifica-se pelo maior envolvimento dos consumidores com empresas desse setor devido às características básicas do serviço: relação com os clientes, perecibilidade, intangibilidade, inseparabilidade e customização.

A fim de gerir essas peculiaridades, torna-se imprescindível a abordagem do Marketing de Relacionamento. Dessa forma, Slongo & Müssnich (2005) defendem que a gestão de relacionamentos apresenta-se como a melhor forma de lidar com a intangibilidade dos serviços, além de afirmarem que os eventuais problemas no provimento do serviço são resolvidos através da criação de vínculos duradouros entre fornecedores e clientes. Ainda Slongo & Müssnich (2005) afirmam que "na implementação de uma estratégia de serviços, uma abordagem do Marketing de Relacionamento e uma capacidade excelente de marketing interativo fazem-se essenciais".

Esclarecidas estas questões, pode-se conceituar uma ferramenta tecnológica responsável pela implementação do marketing de relacionamento: o CRM. Segundo Kotler & Keller (2008), o CRM trata-se do gerenciamento cuidadoso de informações detalhadas sobre cada cliente e de todos os pontos de contato com ele, a fim de maximizar sua fidelidade. Para Mady (2009), o CRM compreende um conjunto de estratégias fundamentadas no marketing de relacionamentos, aplicadas com o apoio das tecnologias de informação e comunicação. Almeida e Mello (2004) complementam o raciocínio, afirmando que o CRM deve ser visualizado como o ponto de partida para o estabelecimento de estratégias customizadas para diversos perfis de consumidores.

Almeida & Mello (2004) afirmam ainda que, a partir das informações geradas e, baseando-se nas relações de atendimento pré-existentes, pode-se identificar perfis de conduta e preferência, agrupando os clientes em comunidades virtuais de relacionamento. Além de enfatizarem que, criada a partir de banco de dados, a microssegmentação em comunidades facilita a aplicação de práticas comerciais interativas que satisfaçam plenamente as necessidades específicas dos consumidores.

Kotler & Keller (2008) asseguram tal posição, ao afirmarem que, graças ao uso eficaz de informações sobre cada conta, o CRM permite que as empresas ofereçam um excelente atendimento ao cliente em tempo real. Além de enfatizarem que, com base no que sabem sobre cada um deles, as empresas podem customizar seus produtos, serviços, programas, mensagens e mídia.

Explanada a abordagem do Marketing de Relacionamento, faz-se pertinente observarmos como as empresas têm agido no processo de atração e retenção de seus clientes, além de verificarmos o entendimento dos autores nesse assunto.

### **3 ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES E O PAPEL DOS FUNCIONÁRIOS NESSE CONTEXTO**

Para Milan (2006), com o aumento da competitividade no mercado, pode-se considerar que a retenção de clientes é fundamental para o negócio. Logo, o desafio maior passa a ser o reconhecimento desses clientes, mostrando a eles o quanto a empresa os estima por terem lhe conferido sua preferência. A retenção de clientes é uma característica essencial para o sucesso no mercado atual, a qual é tida como um importante composto para a consolidação da participação de mercado da empresa, sendo direcionada pela satisfação do cliente. Alguns estudos indicam a

existência de uma relação entre a satisfação e a retenção de clientes. Estes estudos mostram que incrementos no nível de satisfação geral resultam no aumento das intenções de repetição de compra, surtindo assim, positivamente, no comportamento do cliente fazer uma nova compra.

Nesse contexto, o papel dos funcionários revela-se fundamental, pois as evidências indicam que funcionários satisfeitos aumentam a satisfação e a lealdade dos clientes. Isso ocorre porque a retenção ou a perda de clientes nas empresas de serviços dependem muito da maneira como eles são tratados pelo pessoal que se relaciona diretamente com eles. Como a tendência de funcionários satisfeitos é permanecer mais tempo no emprego, existe uma maior probabilidade dos clientes encontrarem rostos familiares e receberem o atendimento que já conhecem. Aspectos como esse são responsáveis pela construção da satisfação e da lealdade dos clientes (KOTLER e KELLER, 2008).

Embora sabendo que a retenção e a lealdade de clientes são vistas como grandes formas de participação de mercado, altos índices de lucratividade e rentabilidade durante o longo prazo, não se pode afirmar exatamente como se dá o desenvolvimento deste processo. Nesta direção, o reforço de tal ideia surge, sabendo-se que, apesar dos benefícios provenientes da retenção e da lealdade de clientes, alguns problemas continuam evidentes. Em relação a esse raciocínio, chega-se à conclusão de que nem todos os clientes deveriam fazer parte dos esforços criados para a retenção e a lealdade, e que alguns dos clientes mais satisfeitos podem trocar repentinamente de fornecedor por motivos que nem a empresa tem controle e, às vezes, nem o próprio cliente (MILAN, 2006).

Assim, nos dias atuais, a maioria das empresas busca criar uma cultura voltada para o cliente, pois sabem que este é o caminho para a conquista de sua fidelidade e também da lucratividade duradoura. As empresas que criaram esse tipo de cultura construíram uma base de clientes sólida e fiel, e quase sempre ultrapassaram a concorrência em termos de crescimento de receita e desempenho financeiro (ROBBINS, 2005).

#### 4 LEALDADE E PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO

A lealdade dos clientes constitui um atributo intensamente perseguido pelas organizações, caracterizando-se atualmente como um grande desafio organizacional, tendo em vista a tendência dos consumidores apresentarem empatias multimarcas dentro de uma mesma categoria de produtos ou serviços, além do hábito natural de mudarem seus desejos e necessidades com o decorrer do tempo. Observa-se na literatura o uso de diversos termos com o fim de expressar tal conceito que, no entanto, geralmente tratam-no restritamente no sentido processual, ignorando o entendimento psicológico intrínseco à lealdade (MILAN, 2006).

Fundamentando-se no entendimento psicológico do termo, Milan (2006) afirma que a **verdadeira lealdade** distingue-se da **lealdade espúria**, no sentido de que, no primeiro caso, a repetição de compra denota **comprometimento** do cliente com o produto ou serviço oferecido pela empresa e, no segundo, tal comprometimento por parte do cliente inexistente. Dessa forma, o autor caracteriza sob esse enfoque a lealdade como sendo proveniente de um desejo de recompra por parte do cliente, com conseqüente efetivação da mesma, observado no longo prazo e mantido mesmo com a incidência de ofertas da concorrência com potencial de provocar a mudança de escolha do cliente quanto ao seu fornecedor.

Farina (2009) consolida tal posicionamento ao citar o comprometimento como elemento-chave no processo de formação da lealdade. Diante da diversidade de modelos presentes na literatura destinados a explicar o processo de formação da lealdade, o autor procede a uma análise comparativa entre esses modelos, além de desenvolver uma pesquisa empírica, chegando à conclusão de que os constructos **confiança** e **comprometimento** constituem-se como mediadores na relação com os demais nesse processo.

Milan (2006), admitindo a confiança e o comprometimento como mediadores-chave no estabelecimento da lealdade, procede a uma pesquisa empírica a fim de constatar a validade de um modelo teórico pré-determinado, cujos resultados comprovam como antecedentes da lealdade a satisfação do cliente, o valor percebido pelo cliente, a reputação do provedor de serviços e a confiança nesse provedor.

Nessa perspectiva, a satisfação compreende uma sensação de prazer ou descontentamento, resultante da comparação, por parte do cliente, do desempenho percebido do produto/ serviço com as expectativas geradas a partir de fatores anteriores à compra, tais como a oferta da empresa, a avaliação de outros clientes e experiências anteriores de compra. Nesse sentido, o cliente pode ficar satisfeito, quando suas expectativas são atingidas; insatisfeito, quando não atendidas e encantado, quando superadas (SOUZA, 2009).

O valor percebido é decorrente da avaliação total do negócio empreendida pelo cliente, baseada no confronto entre os benefícios tangíveis e intangíveis recebidos e os sacrifícios decorridos por este na relação com o fornecedor. A percepção desse valor pelo cliente é determinante na decisão da manutenção ou rompimento do relacionamento deste com a empresa. Diante disso, a maximização do valor na oferta para os consumidores é fundamental para a construção de relacionamentos duradouros com os mesmos (MILAN, 2006).

No processo de formação da lealdade, os constructos supracitados relacionam-se de forma a consolidar o comportamento de recompra por parte dos consumidores. Nessa perspectiva, o desempenho superior do produto/serviço em relação às expectativas do cliente gera a **alta satisfação** deste, a qual, quando observada ao longo do tempo (**qualidade percebida**) gera um nível elevado de **confiança** capaz de influenciar positivamente no comportamento de recompra por parte do cliente. A partir disso, emerge a convicção de que a empresa é sempre capaz de oferecer valores superiores ao do mercado, repercutindo na certeza de que a mesma sempre manterá um relacionamento justo com os clientes, o que consolida o **comprometimento** por parte do cliente (MILAN, 2006).

Nesse contexto, surgem os programas de fidelização como estratégias a serem implementadas pelas empresas com o fim de atrair e reter seus clientes. Mady (2009) aborda tais programas em quatro níveis de relacionamento, que obedecem a uma escala progressiva, designados respectivamente por **laços financeiros, laços sociais, laços de customização e laços estruturais**.

Dessa forma, os laços financeiros (nível 1), proporcionados por meio da oferta de recompensas financeiras aos clientes mais rentáveis, constituem-se como estágio primário na construção do relacionamento de longo- prazo, cuja eficácia depende da associação a estratégias de níveis subsequentes. No segundo nível, o qual inclui os laços financeiros, retrata-se a construção de laços sociais, desenvolvidos por meio da individualização do relacionamento com o cliente, proporcionando um atendimento mais adequado às necessidades deste. Os laços de customização (nível 3) constituem um aprofundamento do nível anterior ao propor o conhecimento mais íntimo desses clientes, percebidos como indivíduos. Já no nível 4, os laços estruturais compreendem a conjugação dos demais níveis, e proporcionam maior produtividade ao cliente por meio da oferta de tecnologias capazes de otimizar o relacionamento cliente- fornecedor (MADY, 2009).

## 5 REDUÇÃO DA PERDA DE CLIENTES

Peculiarmente, o setor de serviços caracteriza-se por um alto índice de probabilidade de erros ou falhas ocorridas no decorrer das atividades, devido a fatores como a simultaneidade entre produção e consumo, além da intensidade do uso da mão-de-obra. Nesse sentido, cabe à gerência de operações estabelecer estratégias direcionadas à recuperação das eventuais falhas a fim de combater a geração de insatisfação e conseqüente perda de clientes.

Diversas pesquisas têm sido realizadas com o objetivo de analisar o comportamento dos consumidores diante de situações de falhas no provimento dos serviços, além de verificar as reações das empresas face ao descontentamento destes, apresentando como resultado a constatação da disseminação generalizada da propaganda negativa boca-a boca por parte dos clientes. Face a essa realidade, alguns autores defendem que a preservação da fidelidade dos clientes pode ser obtida por meio da busca da sua satisfação total, mediante a compreensão do que lhes é importante, do estabelecimento de padrões de qualidade e da implementação de uma estratégia de recuperação de falhas (FIGUEIREDO, OZÓRIO & ARKADER, 2002).

Segundo Kotler & Keller (2008), há cinco passos a serem seguidos na tentativa de minimizar os níveis de perda de clientes. Primeiro, deve-se estabelecer e calcular seu índice de retenção. Segundo, deve-se identificar as causas dos problemas com clientes e verificar as que podem ser mais bem geridas. Terceiro, deve-se estimar o lucro que se deixa de ter ao perder clientes. Quarto, deve-se calcular o custo de redução dos níveis de perda de clientes. Quinto, sendo este menor que o lucro perdido, deve-se investir esse valor para redução de tais níveis. Kotler & Keller (2008) salienta ainda a importância do hábito de ouvir os clientes, enfatizando que algumas empresas criaram um mecanismo capaz de manter os altos executivos constantemente atentos ao feedback dos clientes.

## 6 BANCO DE DADOS DE CLIENTES E DATABASE MARKETING

Para que uma empresa possa fidelizar seus clientes é preciso conhecer melhor seu comportamento, suas necessidades e desejos. Através de um banco de dados, a empresa poderá obter informações mais precisas sobre esses clientes e assim identificá-los de forma a estabelecer atendimento personalizado de acordo com suas preferências (SOUZA, 2007).

Kotler & Keller (2008) definem banco de dados de clientes como: “Um conjunto de dados abrangentes sobre clientes atuais ou potenciais atualizado, acessível, prático e organizado para fins de marketing, tais como geração de indicações, venda de um produto ou serviço ou manutenção do relacionamento com os clientes”.

Já a definição dada por eles para database marketing é: “O processo de construir, manter e usar os bancos de dados de clientes e outros registros (produtos, fornecedores, revendedores) para efetuar contatos e transações e para construir relacionamentos com o cliente”.

A database marketing aparece como uma importante ferramenta estratégica para auxiliar o marketing de relacionamento, conforme defendem vários autores que pesquisam esse conceito. Todavia, outros autores defendem que, embora sejam significativos os benefícios obtidos da aplicação dessa ferramenta, a database marketing seria um recurso pouco utilizado, em razão de ser pouco difundida entre os profissionais da área de marketing (TOLEDO e GUILHOTO, 2006).

Seu conceito inclui dados abrangentes de clientes ativos ou potenciais, que devem estar sempre atualizados e utilizáveis para os propósitos do marketing. Todo esforço para manter a database marketing funcionando é justificada pela possibilidade de aumento da rentabilidade da empresa (FARIA, 2004).

Para Kotler & Keller (2008), um banco de dados de cliente contém várias informações sobre compras anteriores, dados pessoais, dados demográficos, dados psicográficos, dados sobre mídia, dentre outras informações úteis. Essas informações são acumuladas por meio de transações, registros, questionários aplicados por telefone, cookies de internet e todos os tipos de contato com o cliente.

Segundo os autores, as empresas usam seus bancos de dados em cinco situações:

*Para identificar clientes potenciais; Para decidir que clientes devem receber uma oferta em particular; Para intensificar a fidelidade do cliente; Para reativar as compras dos clientes; Para evitar erros sérios com o cliente.* Para Toledo, Rocha e Nucci (2004), independente do nível de interação com o cliente, o Marketing de Relacionamento necessita de ferramentas que contribuam para o desenvolvimento de relações produtivas com o cliente. Os chamados “*Customer Relationship Management*” (Gestão do Relacionamento com o Cliente - CRM) sustentam a informação como ferramenta de identificação e diferenciação de cada cliente, ressaltando que as informações que serão obtidas não devem apenas seguir estratégias pré-definidas, mas devem também influenciar tais estratégias.

Os dados precisam ser armazenados, os contatos sistematizados e os resultados têm de ser mensurados. Todavia, é essencial que as informações obtidas e armazenadas no relacionamento com o cliente devam ser utilizadas para a elaboração das estratégias da empresa, assim, elas devem fortalecer a empresa no planejamento, nos níveis estratégico, tático e operacional.

Os benefícios que a database marketing promove não vêm desacompanhados de altos custos, não só no que diz respeito à coleta de dados do cliente, como também à manutenção e à

extração desses dados. Entretanto, quando funciona, um data warehouse rende mais do que custa. É aí que está a grande vantagem de se utilizar essa ferramenta.

## **7 METODOLOGIA**

A partir de pesquisas bibliográficas realizadas, foi escolhido o tema fidelização e retenção de clientes. Para a realização do mesmo, optou-se pelo método quantitativo, com a utilização de amostras aleatórias, a fim de responder os questionamentos e hipóteses que foram levantados durante os estudos feitos.

O objeto escolhido para a pesquisa de campo é constituído de farmácias de manipulação, onde foram efetuadas entrevistas semi-estruturadas e aplicados questionários, com base na literatura de marketing de relacionamentos, com os gerentes comerciais e também farmacêuticos responsáveis, buscando-se verificar o grau de maturidade dessas empresas na aplicação dos programas de fidelização. A tabulação e análise dos dados foram realizadas utilizando métodos estatísticos com auxílio do Excel.

## **8 ANÁLISE DE DADOS**

As empresas estudadas atuam no mercado há mais de cinco anos, atendendo dessa forma ao critério de inclusão da amostra de pesquisa definido na metodologia. Os resultados demonstram que 50% das farmácias estudadas apresentam uma cultura organizacional do tipo gestão participativa, enquanto que as outras cinco adotam uma gestão administrativa centralizada. No entanto, a maior parte delas, 70% da amostra, concede autonomia aos funcionários no relacionamento com os clientes, o que acarreta no compromisso destes com a qualidade deste relacionamento.

Das dez empresas estudadas, nove adotam programas para atração e retenção de clientes, o que demonstra a consciência dessas empresas quanto a importância da fidelização de clientes no contexto competitivo atual. O telemarketing direto é o programa de fidelização mais utilizado, seguido da propaganda e da oferta de benefícios a clientes que compram com maior frequência. As estratégias de atração e retenção mais adotadas são a disponibilização de um canal de sugestões e reclamações, além do zelo pela satisfação dos funcionários. Somente 20% dos gestores entendem a concessão de autonomia aos atendentes diretos como uma estratégia de atração e retenção de clientes e todas as empresas apresentam um bom índice de recuperação de falhas no serviço.

Noventa por cento das empresas possuem um banco de dados de clientes, das quais 50% utilizam-no bastante e os outros 40%, de forma moderada. A maior parte das informações armazenadas no banco de dados consiste de dados gerais sobre os clientes, valores das compras realizadas pelos mesmos, produtos comprados com maior frequência, além do registro de solicitações diferenciadas feitas pelos clientes. As informações contidas no banco de dados são usadas principalmente para a identificação de clientes potenciais e para a intensificação da fidelidade dos clientes, seguida da melhoria na qualidade do atendimento e para a avaliação de solicitações diferenciadas. As principais formas de coleta de informações para o banco de dados dos clientes são o uso de fichas de cadastro, além do canal de comunicação de sugestões de clientes.

Os gestores das empresas informam que as melhores práticas na gestão do relacionamento com os clientes são o uso do banco de dados de clientes, a implementação de melhorias a partir de sugestões e reclamações, a recuperação de falhas no serviço e o atendimento das necessidades dos clientes. Ainda de acordo com os gestores, os atributos que os clientes informam serem essenciais para a recompra são a qualidade no atendimento, o preço, a qualidade do produto e o tempo de entrega, com baixa pontuação para os atributos implementação de melhorias e recuperação de falhas.

## **9 CONCLUSÃO**

Apesar do índice de 50% das farmácias adotando uma gestão do tipo centralizada, caracterizada principalmente pela falta de abertura à participação dos funcionários nas decisões de caráter administrativo, pode-se afirmar que a maior parte das empresas estudadas apresentam uma cultura organizacional voltada para os clientes, dada a partir da política adotada pelas mesmas de concessão de autonomia aos funcionários no relacionamento com os clientes, gerando como consequência o compromisso desses colaboradores com a qualidade desse relacionamento.

Quase a totalidade das empresas adotam programas de fidelização de clientes, o que comprova a conscientização destas quanto a importância do processo de atração e retenção de clientes no contexto mercadológico atual, no entanto pode-se constatar a partir da análise dos dados o caráter ainda incipiente desses programas. Nesse sentido, os dados revelam disparidades importantes, pois apesar da adoção do banco de dados por 90% das farmácias com a coleta de informações essenciais sobre os clientes, parte desses grupos de informações são convertidos em programas tradicionais, a exemplo de benefícios a clientes mais frequentes, propaganda e telemarketing direto, ao passo que outros grupos de informações de suma relevância não são convertidos em programas de fidelização, entre os quais pode-se citar programas para clientes preferenciais, links computacionais para gerenciamento de pedidos e serviços adicionais pela compra de determinados produtos.

Apesar de considerarem importantes o registro de reclamações e sugestões dos clientes para a implementação de melhorias no serviço, além do registro de solicitações diferenciadas, esses grupos de informações não constam do banco de dados de clientes, o que no entanto pode ser explicado pela visão desses gestores quanto o valor que os clientes informam sobre esses atributos.

Por fim, pode-se concluir que a gestão de relacionamentos com o cliente implementada pelas farmácias de manipulação estudadas tem caráter ainda imaturo, haja vista o potencial de informações que ainda não são exploradas pelas mesmas. Nesse sentido, o gerenciamento de solicitações diferenciadas e a implementação de melhorias no serviço a partir das sugestões e reclamações dos clientes constituiriam um maior diferencial competitivo para estas empresas nesse nicho de mercado.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, G. Wildberger; MELLO, R. Coutinho. Uso de Novas Tecnologias de Informação por Profissionais da Área da Saúde na Bahia. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 8, n. 3, p. 9-27, jul./set. 2004.
- D'ANGELO, A. Cauduro; SCHNEIDER, Heleno; LARÁN, J. Aita. Marketing de Relacionamento junto a Consumidores Finais: um Estudo Exploratório com Grandes Empresas Brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 10, n. 1, p.73-93, jan./mar. 2006.
- FARIA, João A. Cardozo. **Marketing de Relacionamento: A Conquista do consumidor através dos programas de fidelidade**. (2004). Disponível em: <<http://gestcorp.iv.org.br/portal/monografias/pdf/64.pdf/>>. Acesso em: 03 maio 2010.
- FIGUEIREDO, Kleber Fossati; OZÓRIO, Giovana Benevides; ARKADER, Rebecca. Estratégias de recuperação de serviço no varejo e seu impacto na fidelização dos clientes. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 6, n. 3, p.55-73, set./dez. 2002.
- GUILHOTO, Lúcia de Fátima Martins; TOLEDO, Geraldo Luciano; TOLEDO, Luciano Augusto. **O uso do database marketing como fonte de vantagem competitiva no Comércio Eletrônico**. (2003). Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/6semead/MKT/004Mkt - O Uso do Database Marketing.doc>>. Acesso em: 01 maio 2010.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. (2008). **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 13.ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil.
- MILAN, Gabriel Sperandio. **A Prática do Marketing de Relacionamento e a Retenção de Clientes: um estudo aplicado em um ambiente de serviços**. (2006). <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/6463/000530279.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 02 maio 2010.

ROBBINS, Stephen P. (2005). **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

SLONGO, L. Antonio; MÜSSNICH, Rafael. Serviços ao Cliente e Marketing de Relacionamento no Setor Hoteleiro de Porto Alegre. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, n. 1, p.149-17, jan./mar. 2005.

SOUZA, G. Lopez. **Proposta de Fidelização do Cliente Como Diferencial**

**Competitivo da Empresa Support Lopes Corretora de Seguros LTDA.** (2007).

<[http://www.unirg.edu.br/cur/adm/arq/TCC2007\\_2/TCC - Graziany Lopes de Souza.pdf](http://www.unirg.edu.br/cur/adm/arq/TCC2007_2/TCC - Graziany Lopes de Souza.pdf)> Acesso em: 02 maio 2010.

SOUZA Neto, Arcanjo Ferreira de; MELLO, Sérgio Carvalho Benício. Características dos relacionamentos estabelecidos em diferentes contextos de serviços sob a ótica do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, n. 3, p. 309-322, jul./set. 2009.

TOLEDO, Geraldo L.; ROCHA, Thelma; NUCCI, Paulo. **O Marketing de Relacionamento e a Construção da Fidelidade do Cliente. Um Estudo de Caso em uma Empresa Brasileira de Seguros.** (2004). Disponível em:

<[http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT47A\\_-\\_Mkt\\_de\\_Relacionamento\\_Mercado\\_Securit.PDF](http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT47A_-_Mkt_de_Relacionamento_Mercado_Securit.PDF)> Acesso em: 26 abril 2010.



## AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DA MARCA NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE CALÇADOS ESPORTIVOS.

M. F. Danjour<sup>1</sup>, H. N. P. Danjour<sup>2</sup>, J. C. Ferreira<sup>3</sup> e D. C. Gomes<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Natal-Zona Norte e <sup>4</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Currais Novos, <sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
<sup>1</sup>miler.danjour@ifrn.edu.br – <sup>2</sup>helisabelad@yahoo.com.br  
<sup>3</sup>jefferson.ferreira@ifrn.edu.br – <sup>4</sup>danilo.cortez@ifrn.edu.br

### RESUMO

O presente estudo apresenta como objetivo geral avaliar a influência da marca na decisão de compra dos consumidores de calçados esportivos. Para atingir este objetivo apresenta-se como metodologia um estudo do tipo exploratório e descritivo que por meio do levantamento buscou-se junto à população da cidade de Natal com o uso de um questionário com questões fechadas e abertas, avaliar até que ponto a marca influencia na decisão de compras dos elementos constituintes da população do referido estudo. Desta forma os resultados da pesquisa permitem identificar que as bases mais comuns e visíveis de uma proposta de valor de uma marca são os seus benefícios, que estão relacionados diretamente às funções desempenhadas pelo produto a favor do cliente, assim As bases mais comuns e visíveis de uma proposta de valor de uma marca são os seus benefícios, que estão relacionados diretamente às funções desempenhadas pelo produto a favor do cliente, além disso, observa-se ainda uma significativa relação de emoção dos consumidores de calçados esportivos com as marcas esportivas, uma vez que estas sabem trabalhar a relação de confiança e respeito entre a marca e o consumidor. Em conclusão, identificou a existência de influência da marca na decisão de compra dos consumidores de calçados esportivos de Natal/RN, já que para eles a marca passa uma segurança de que vão receber o produto com uma boa performance, além disto ela valoriza aquele que a usa ou consome, transmitindo a sua identidade as pessoas, mantendo assim um laço emocional.

**Palavras-chave:** Marca. Calçados Esportivos. Decisão de Compra.

## 1. INTRODUÇÃO

O processo de globalização traz aceleradas transformações que afetam os aspectos econômicos, políticos e culturais. Diante disto, as organizações estão realizando ações de Marketing com o objetivo de posicionar suas marcas na mente do consumidor.

Neste cenário, encontra-se o consumidor recebendo milhares de informações por minuto. Como seu cérebro não consegue gravar a grande variedade de logotipos e slogans, este aprendeu a montar uma hierarquia de aceitação para realizar suas escolhas, durante o momento da compra. Por outro lado, estão as organizações com suas diferentes marcas, lutando por um espaço na mente do consumidor para tornarem-se mais aceitas (COSTA, 2001).

Nesta luta, as empresas utilizam-se das mais diferentes estratégias para tornar suas marcas fortes, com valores e diferenciais para os clientes, satisfazendo assim o público alvo.

Como a oferta de produtos e serviços aumentou consideravelmente, aumentando assim as opções de escolha do consumidor, e no momento em que novos produtos disputam segmentos bastante específicos, outros aspectos passam a desempenhar um importante papel no processo de seleção da marca, como por exemplo, a relação que esta tem com os fatores intangíveis com a missão de construir e manter um mix de atributos que sejam fundamentais para uma melhor distinção entre o produto e seus concorrentes.

O sucesso de uma marca não depende apenas da criação da imagem, mas, principalmente, da criação do valor, que deve ser construída diariamente, considerando todas as possibilidades de contato que o cliente tem com a marca (KOTLER, 1998).

O presente trabalho trata-se do universo de calçados esportivos que tem apresentado grandes mudanças, uma delas é o emprego de produtos que incorporam mais intensamente os conceitos de moda e estilo, cujo foco vem se concentrando na constituição de marca própria, no design e na qualidade dos produtos e matéria-prima

Neste contexto o presente estudo apresenta como objetivo geral avaliar a influência da marca na decisão de compra dos consumidores de calçados esportivos.

## 2. MARCA

Segundo Martins (1997) uma marca pode ser conceituada como sendo um produto ou serviço, ao qual deram uma identidade, um nome e valor adicional de uma imagem de marca, onde a imagem é desenvolvida pela propaganda ou por outros meios de comunicações associados ao produto, incluindo a sua embalagem.

Para D'Alessandro (2002, p.129) "a marca é mais do que propaganda e marketing. É nada menos que tudo o que qualquer um pensa quando vê seu logotipo ouve seu nome".

Kotler (2000) afirma que uma marca é um nome, termo, símbolo, desenho, ou uma integração destes elementos que visa identificar os bens ou serviços oferecidos pela empresas e diferenciá-los dos concorrentes. Em conformidade, Aaker (1998, p. 7) afirma que:

Uma marca é um nome diferenciado e/ou símbolo (tal como um logotipo, marca registrada, ou desenho de embalagem) destinado a identificar os bens ou serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores e a diferenciar esses bens e serviços daqueles dos concorrentes. Assim, uma marca sinaliza ao consumidor a origem do produto e protege, tanto o consumidor quanto o fabricante, dos concorrentes que oferecem produtos que pareçam idênticos.

Neste sentido, a marca está associada, principalmente, às funções de identificar e diferenciar produtos e serviços dos concorrentes.

Na Antiguidade existiam várias maneiras de promover as mercadorias. Uma das formas mais comuns eram através de sinetes, selos, siglas e símbolos. Na Grécia Antiga, as cargas de maior interesse eram divulgadas a viva voz por arautos. Os romanos escreviam mensagens que constavam os endereços de pontos de venda de calçados e vinhos, e a pintura ajudava aos analfabetos a identificar os comerciantes e o que eles vendiam (PINHO, 1996).

Embora as marcas já fizessem parte do comércio por longo tempo, foi apenas no século XX que a gestão de marcas se tornou um dos enfoques do marketing moderno na criação de marcas diferenciadas, através do uso de pesquisas de mercado. Associações únicas de marca estabeleceram-se por meio de atributos de produtos, nomes embalagens, estratégias de distribuição e propaganda. A idéia era reduzir a primazia do preço na decisão de compra, por intermédio da diferenciação, indo além das barreiras de *comanditeis* para os produtos com marca (AAKER, 1998).

Hoje, as marcas são mais do que simples nomes. Elas incorporam um conjunto de valores e atributos tangíveis e intangíveis importantes para o consumidor. Ao adquirir um produto o consumidor não compra apenas um bem, mas um conjunto de atributos da marca (PINHO, 1996).

A marca não existe isoladamente. Identifica como seus principais componentes o produto em si, a embalagem, o nome de marca, a publicidade e a apresentação como um todo, sustentando, então, que a marca é a síntese dos elementos físicos, racionais, emocionais e estéticos nela presentes e desenvolvido através dos tempos. (MURPHY APUD PINHO, 1996, p.43)

A Gestão de Marcas tem a responsabilidade de desenvolver e manter o conjunto de atributos e valores, constituindo uma imagem atrativa para o consumidor.

Aaker (1998) enfatiza as vantagens de criação de valor a partir dos benefícios associados ao valor de Marca para os consumidores, como também resultados positivos para empresas que possuem marcas fortes. Em seu modelo, propõe a análise de cinco categorias: fidelidade à marca, conhecimento da marca, qualidade percebida, associações da marca e outros ativos da empresa ligados à marca.

Para qualquer negócio é muito mais dispendioso conquistar novos consumidores do que manter os já existentes. A lealdade à marca é uma medida da ligação do consumidor com a marca, ou seja, reflete a probabilidade de o consumidor mudar ou não para outra marca. Muitas vezes ela desencoraja os concorrentes a investirem recursos para atrair consumidores satisfeitos. A lealdade pode se segmentada em vários níveis

Aaker (1998) explica que, no nível inferior da lealdade, o consumidor não se prende a marcas, é completamente indiferente a ela. Esse tipo de comprador pode ser chamado de comprador mutável ou comprador por preço.

O segundo nível inclui compradores satisfeitos com o produto. Eles podem ser denominados compradores habituais, e podem ser vulneráveis aos concorrentes capazes de criar benefícios com a mudança.

O terceiro nível contempla aqueles que estão satisfeitos, mas ainda temem os custos da mudança, custos de tempo, dinheiro ou performance associados. Este grupo poderia ser denominado de compradores leais, mas suscetíveis a mudanças.

No quarto nível, comportam os consumidores que verdadeiramente gostam da marca. Este sentimento pode ser resultante de associações positivas com símbolos, conjunto de experiências de uso e alta qualidade percebida. Este grupo pode ser chamado de amigo da marca, porque existe um vínculo emocional de amizade.

O último nível refere-se aos consumidores comprometidos. Este grupo tem orgulho de ser usuário da marca, já que ela pode traduzir o que eles realmente são. A confiança é tão grande que indicam a outras pessoas. O valor do consumidor comprometido se dá pela capacidade de atrair e divulgar a marca aos outros níveis.

Portanto, a lealdade pode proporcionar à marca alguns benefícios como: atração de novos consumidores, redução de investimentos em marketing, tempo para reagir às ameaças, entre outros.

Segundo Aaker (1998), os consumidores tendem a comprar marcas conhecidas porque a familiaridade lhe traz conforto. Uma marca reconhecida será, geralmente, selecionada diante de uma outra desconhecida. O conhecimento da marca é a capacidade que o consumidor tem de reconhecer ou de se recordar de uma marca, além de associá-la ao seu tipo de negócio. A dimensão deste conhecimento envolve um intervalo de níveis que retratam sua intensidade.

Explica Aaker (1998) que no nível mais baixo há um desconhecimento da marca. No segundo nível, há o reconhecimento, que pode ser baseado em um teste de recall, onde o entrevistado identifica marcas relacionadas a uma determinada classe de produtos para identificar aqueles dos quais já ouviram falar. O terceiro nível é o da lembrança da marca que ocorre de forma espontânea, sem a necessidade do envio de estímulo ao consumidor. E o quarto nível é o top of mind, ou seja, a mais lembrada, ela apresenta elevado índice de conhecimento da marca.

Ainda de acordo com o autor supracitado, o conhecimento da marca proporciona valor de quatro diferentes maneiras.

O reconhecimento da marca é o primeiro passo na tarefa de comunicação, já que não adianta comunicar os atributos da marca sem que o nome esteja estabelecido o suficiente na mente do consumidor para que possa permitir uma associação com eles.

O reconhecimento proporciona em senso de familiaridade com a marca e as pessoas gostam do que lhes é familiar. Isso pode contribuir para a decisão de compra, principalmente, quando se trata de produtos de baixo envolvimento.

O conhecimento do nome pode emitir sinais que induzem os consumidores a refletir sobre a marca, pois se a mesma é conhecida, deve haver algum motivo como: a empresa tem estado no negócio por um longo tempo; a empresa fez propaganda de forma extensiva; a empresa tem uma grande distribuição. Portanto, o indivíduo vê a marca como bem sucedida.

No processo de compra geralmente os consumidores selecionam um grupo de marcas a considerar. Portanto, o papel da recordação da marca é de grande importância na compra, já que marcas que não atingem recordação não é incluída no grupo de consideração.

O conhecimento, apesar de ser um ativo-chave da marca, não pode, por si só, criar vendas, principalmente quando se trata de produtos novos (AAKER, 1998).

A qualidade percebida pode ser conceituada como o conhecimento que o consumidor tem da qualidade geral ou superioridade de um produto ou serviço pretendido em relação a alternativas. Ela pode influenciar as decisões de compra e a lealdade à marca, ter a capacidade de sustentar um preço premium e ser fator para o sucesso de uma extensão de marca. A qualidade percebida, entretanto, não pode ser definida objetivamente, já que os consumidores possuem julgamentos subjetivos (AAKER, 1998).

Aaker (1998) afirma que há sete dimensões que determinam a qualidade percebida do produto: desempenho, envolve as características operacionais primárias do produto; características, traz elementos secundários do produto, além disto são importantes fatores de decisão quando dois produtos parecem similares; conformidade, trata-se da redução de defeitos; confiabilidade, é a qualidade de performance do produto até a próxima compra; durabilidade, refere-se a vida útil do produto; disponibilidade de serviços, reflete a capacidade de prestar serviços ao produto; e a forma e acabamento, está relacionado a aparência ou a sensação de qualidade.

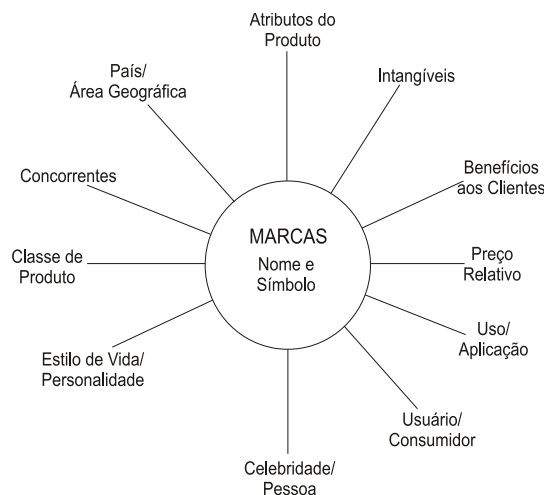
Uma associação é algo relacionado a uma imagem na memória. Ela pode ter significativa força na tarefa de criar valor para uma marca. Elas são responsáveis por vincular imagens e significados, que complementam as bases para as decisões de compra. Fortes associações de marca podem criar barreiras para os concorrentes (AAKER, 1998).

As associações de marca podem ser criadas através de estratégias de comunicação, marketing e experiências adquiridas no relacionamento com a marca. Quanto maior for a comunicação e a experiência entre o consumidor e a marca, maior será as associações com a marca.

Entre as maneiras como as associações criam valores para a empresa e seus consumidores estão: ajudam a processar/encontrar a informação, as associações além de ajudar os consumidores na interpretação dos fatos, podem resumir as informações proporcionando-lhe um meio de assimilação e reduzindo custos para o marketing; diferenciação da marca, pode criar uma base para diferenciação na separação de uma marca da outra; influenciam a compra, pela credibilidade e confiança da marca, já que envolvem atributos de produtos ou benefícios aos consumidores; criam atitudes positivas, as associações podem ser apreciadas e estimulará sentimentos positivos que são transferidos para a marca; e proporcionam uma base para extensões, pode criar um senso de adequação entre o nome da marca e um novo produto, proporcionando assim uma razão de compra da extensão.

Entretanto, associar uma marca a um perfil do consumidor pode ser considerado uma força/fraqueza, já que pode ser uma estratégia de posicionamento eficaz que cria barreiras para os concorrentes, mas ao mesmo tempo limita a capacidade de uma marca de se expandir em seu mercado. Ao ser associada a um público-alvo, dificilmente será aceita nas mesmas proporções por outro.

De acordo com Aaker (1998) as associações mais utilizadas podem ser agrupadas em onze tipos, conforme figura abaixo.



**Figura1: As Associações de Marca**

**Fonte: Aaker (1998, p.120)**

Os atributos dos produtos, provavelmente, é a estratégia de posicionamento mais usada para associar um objeto com o atributo ou característica de um produto; os atributos intangíveis como qualidade percebida, liderança, jovialidade são de grande importância no processo de construção da imagem da marca, uma vez que as características funcionais do produto tornam-se cada vez mais parecidas, deixando os consumidores desorientados; o benefício ao cliente é percebido pela relação entre uma característica do produto e a necessidade do consumidor que esta característica busca satisfazer; em muitas classes de produtos e serviços há diferentes níveis de preço, que contribuem para que a marca seja avaliada dependendo de sua posição em determinada categoria.

Somando-se a isso, a associação da marca com o tipo de usuário do produto ou consumidor poderá ser uma estratégia de segmentação de mercado; as pessoas ligadas ao mundo artístico, esportivo e cultural podem transferir para a marca suas associações como prestígio e reconhecimento que desfrutaram; as marcas podem proporcionar associações com o estilo de vida e

personalidade real ou pretendida pelos consumidores, criando assim uma imagem de marca valiosa, complexa e diferente dos seus concorrentes; a classe de produto associa a marca com a classe de produto ao qual ela pertence; concorrentes, o posicionamento da marca pode ter como fator dominante o quadro dos seus concorrentes, podendo ser um bom caminho para proporcionar uma posição em relação a uma característica de produto como preço e qualidade; uma cidade, uma região geográfica ou um país podem trazer associações com determinados produtos, materiais ou capacidades que podem resultar em uma imagem forte e consistente.

### 3. METODOLOGIA

Quanto aos objetivos o presente estudo é exploratório e descritivo. Segundo Gil (2002) os estudos exploratórios proporcionam ao pesquisador uma familiaridade com o problema permitindo o autor aprimorar as ideias sobre a temática estudada. Este mesmo autor vai definir a fase descritiva da pesquisa tendo como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relação entre variáveis. Estas pesquisas estudam as características de um grupo. Além disto, elas levantam opiniões, crenças, atitudes de uma população, bem como descobrir associações entre variáveis.

Quanto ao procedimento o estudo será um levantamento. As pesquisas com base em levantamento caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja-se conhecer. Geralmente, procede-se à solução de informações a grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado (GIL, 2002). Quanto à natureza o estudo será qualitativo e quantitativo.

O presente trabalho estudou os consumidores de calçados esportivos (tênis), das quatro zonas de Natal: Zona Norte, Zona Sul, Zona Leste e Zona Oeste. Como é desconhecido estudos que apresentam a quantidade de consumidores de calçados esportivos existentes em Natal, a população deste estudo foi considerada como desconhecida.

Para isso foi utilizado distribuição normal para o cálculo do grau de confiança da pesquisa, na qual utilizou-se a amostra do tipo probabilística por conveniência com a população desconhecida. Para o cálculo da amostra foi utilizada a fórmula de Fonseca e Martins (1996) possibilita-se o cálculo da amostra quando a população é desconhecida, admitindo-se que a probabilidade (p) é igual a  $\frac{1}{2}$ , pois quando se tem essa situação a população tende a infinito para aproximação da normal.

Para o cálculo amostral foi utilizado 95% de confiança e uma margem de erro de aproximadamente 6%, na qual resultou em uma amostra de 254 entrevistados. Essa amostra justifica-se devido a variável tempo que impossibilitou atingir o erro de 5% da pesquisa.

Os dados foram coletados por meio da aplicação de questionário. O questionário foi elaborado com base no modelo de Aaker (1998) no qual foram estruturadas questões abertas e fechadas, no qual se buscou identificar as medidas de opinião e atitudes e de técnicas mercadológicas.

O pré-teste do instrumento foi feito com 25 (vinte e cinco) entrevistados no qual objetivou identificar possíveis inconsistências no questionário e formulário. Depois de realizado o pré-teste do instrumento o mesmo foi considerado concluído para aplicação.

A aplicação do questionário foi realizada entre os dias 16 à 17 de março de 2010, no qual foram aplicados 258 questionários e formulários tendo retornado em condições de tabular 254.

Por fim, para se identificar a força da marca frente aos consumidores de calçados esportivos foi utilizado o método de análise de dados, quantitativo e qualitativo. No método quantitativo foi utilizada a comparação de frequências e no método qualitativo foi empregada a análise de conteúdo.

#### 4. IDENTIFICANDO INFLUÊNCIA DA MARCA NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE CALÇADOS ESPORTIVOS DA CIDADE DE NATAL/RN

Ao identificar o significado da marca para os consumidores de calçados esportivos, pode-se afirmar que para 37,6% dos entrevistados a marca representa um nome, design, logomarca e slogan, ou seja, a união destes elementos. Isto afirma o que Aaker (1998) e Kotler (2000) disseram, de que a marca é uma integração de elementos como o nome, design, slogan (termo) e logomarca que tem por objetivo identificar os bens ou serviços oferecidos pela empresa e diferenciá-los dos concorrentes.

Quanto a Finalidade de compra de um calçado esportivo (tênis) identificou-se que 39,9% dos entrevistados compram calçados esportivos tanto para a prática de esportes como para passear, já 27,7% compram apenas para passeio e 19,9% para a prática de esportes. Estes dados confirmam o que foi dito no início desta pesquisa, de que o tênis é hoje um objeto bastante popular, que é utilizado não apenas por atletas na prática de esportes como se deu em sua origem, mas também para ser utilizado em passeios, em festas, como uniforme, entre outras ocasiões. Isto explica também porque algumas empresas, como a Olympikus em 2005 desenvolveu a OLK - uma linha de calçados, acessórios e roupas de passeio. O investimento inicial foi de R\$ 5 milhões (ASSINTECAL, 2006).

Pinho (1996) afirma que o consumidor ao adquirir um produto não compra apenas um bem, mas um conjunto de atributos da marca, ou seja, valores intangíveis ligados ao emocional da pessoa. Isto fica evidenciado ao se analisar o que os entrevistados buscam em uma marca de calçados esportivos, 42,9% responderam que procuram se sentir belos com determinado produto, 19,7% buscam atitude, 13% procuram se sentir vitoriosos, vencedores, 10,6% buscam socialização e integração com determinado grupo.

Ao serem questionados sobre o hábito de compra dos entrevistados, procurou-se investigar o nível de lealdade à marca entre os consumidores de calçados esportivos. Segundo Aaker (1998), a lealdade pode ser segmentada em cinco níveis: não-leal à marca; satisfeito, compra sempre sem razão para mudar; satisfeito, mas com medo das mudanças; gosta da marca, considera-a amiga; e o comparador comprometido.

Neste sentido, identificou-se que 7,5% dos entrevistados encontram-se no nível inferior da lealdade, ou seja, não se prende a marcas, é completamente indiferente a elas; 8,3% encontram-se no segundo nível, ou seja, são aqueles que compradores que estão satisfeitos com o produto, e portanto, inexistem basicamente qualquer dimensão de insatisfação que seja suficiente para estimular uma mudança, principalmente se esta envolver esforços; 42,1% encontram-se no terceiro nível, são aqueles que também estão satisfeitos, mas ainda temem os custos da mudança, para atrair estes compradores, a concorrência tem de superar os custos de mudança mediante a oferta de um atrativo ou de um benefício, este grupo pode ser chamado de leais mas suscetíveis as mudanças; 24% encontram-se no quarto nível, são aqueles que verdadeiramente gostam da marca, a sua associação pode ser baseada com símbolos, experiências de uso, este grupo pode ser denominado amigos da marca, pois existe uma ligação emocional de amizade; e 14,6% apresentam-se no quinto nível, são aqueles que são comprometidos com a marca, têm orgulho de serem usuários da mesma, a sua confiança é tão grande que recomendam para outros, para este grupo a marca é muito importante funcionalmente, ou com expressão do que eles são.

Ao se identificar a influência da marca para os consumidores de calçados esportivos pode-se verificar que para alguns consumidores a marca influencia a sua decisão de compra, pois a mesma proporciona segurança e qualidade, já que cliente sabe quem é o fabricante que está produzindo o tênis. Isto foi dito por Souza e Nemer (1993), de que a marca além de identificar a origem do produto, protege o consumidor; um outro fator para a escolha da marca é o status que a mesma proporciona ao consumidor, quando este está usando determinado tênis de marca, Souza e Nemer (1993) afirmaram que existem consumidores que valorizam o status que a marca proporciona do que o benefícios racionais do produto; a socialização é outro motivo eu leva os consumidores a

escolherem determinadas marcas, isto ficou evidenciado principalmente entre os adolescentes, com forma de se integrar em determinados grupos, está em harmonia com ele.

Aaker (1998) afirma que os consumidores tendem a comprar marcas conhecidas, líderes de mercado, pois elas trazem familiaridade, o que gera um conforto. Para este autor uma marca reconhecida será, na maioria das vezes, escolhida diante de outra desconhecida. Isto fica demonstrado ao se verificar a escolha por marcas tradicionais X outras marcas, onde a maioria dos entrevistados (74,8%) preferem comprar um tênis de marca tradicional, ou seja, líderes de mercado, enquanto que apenas 24,8% preferem outras marcas.

Em relação aos fatores que fariam o consumidor trocar sua marca preferida por uma marca desconhecida, dentre eles pode-se destacar: 33,2% responderam perda de qualidade, 23,7% afirmaram problemas com o tênis da marca, 16,3% quando não encontram mais o tênis, 14,7% disseram preço, 7,4% afirmaram que nada faria mudar, e 2,6% disseram outros fatores.

Aaker (1998) afirma que a qualidade percebida, isto é, o conhecimento que o consumidor tem da superioridade de um produto é um importante fator na hora da decisão de compra, isto fica evidenciado quando 33,2% responderam que a perda da qualidade faria o comprador trocar a sua marca preferida por outra desconhecida.

Ao procurar investigar se o consumidor de calçados esportivos tinha alguma preferência por um produto nacional ou internacional, o objetivo era verificar se o mesmo fazia algum tipo de associação entre o tênis e algum país de origem, pois conforme Pinho (1996) um país pode trazer conotações muito fortes com determinados produtos, matérias ou capacidades o que pode ser explorada a fim de resultar em uma imagem forte e consistente.

Na etapa qualitativa foi elaborada uma pergunta em que o consumidor tinha que responder qual era a primeira marca que ele lembrava quando pensava em calçados esportivos (tênis), ou seja, o recall. segundo Cunha, (1997), o consumidor cria uma consciência sobre determinada marca a partir da habilidade que o mesmo tem em identificar determinada marca e uma das formas para que isso aconteça é o recall, isto é, quando o consumidor pensa em uma determinada categoria de produto que é a primeira marca que vem a sua cabeça.

Verificou-se que a marca mais lembrada entre os entrevistados foi a Nike com 45,6%, em segundo lugar foi a Olympikus com 13%.

Como se pode verificar, a Nike trata-se de uma grande potência dentro de seu segmento. Na dimensão conhecimento, a marca apresenta-se no topo da pirâmide, sendo a mais lembrada, configurando-se numa marca altamente familiar. Um dos motivos que justificam essa lembrança é o grande investimento em marketing, associar a sua imagem a atletas vencedores, entre outros.

Analisando as respostas, pode-se destacar um aspecto bastante importante que foi abordado no referencial teórico: as associações da marca. Segundo Aaker (1998), uma celebridade tem freqüentemente fortes associações, ou seja, ligar uma celebridade a uma marca pode transferir para esta suas associações, como por exemplo, o prestígio que esta celebridade possui. Por meio da repetição de imagens memoráveis como as de jogadores ensopados de suor, corredores ofegantes, imensa quantidade de campanhas publicitárias de tênis fizeram com que os entrevistados associassem a marca Nike como sinônimo de identidade atlética. Segundo Reed II (2005), o fato da logomarca ou “raio” da Nike ser fortemente visto com um símbolo de pessoa atlética, atua como um sinal desse estilo de vida atlético. Por meio da repetição da logomarca e do slogan “just do it”, a empresa cria condições mais favoráveis para que esses consumidores que se auto-identificam como atletas prefiram os produtos que estão em sincronia com essa imagem. O objetivo é tentar vincular a marca Nike à identidade atlética de tal modo que os produto como tênis, relógio e roupas tornem-se um propulsor, ajudando os consumidores a desempenhar suas identidades atléticas e comunicando essa identidade a outros.



Uma outra associação que fizeram a esta marca foi a de atitude. Mantoani e Reinoldes (2004) explicam isto afirmando que a Nike lança comerciais que apelam à dinâmica e à emoção para difundir a idéia de uma “atitude Nike”, onde os garotos suburbanos tornam-se fenômenos apenas tomando esta atitude “Just do it”.

Através da análise das respostas dos entrevistados, percebeu-se que os motivos que levam os entrevistados a escolherem uma marca de calçados esportivos além dos atributos como qualidade que a mesma oferece, preço e design, na visão destes consumidores os modelos de tênis devem estar sempre na moda, ter estilo, são também os valores intangíveis como: os valores emocionais proporcionados pelas experiências de uso, ou seja, alguns dos entrevistados colocaram como justificativa para a compra de uma determinada marca experiências que passaram ao usar o tênis daquela marca; status que a marca proporciona para quem usas; e socialização, afirmaram que compravam determinada marca para se integrar melhor ao grupo que pertence.

Dentre as marcas mais citadas pelos consumidores pode-se destacar a Nike, para os entrevistados ela oferece status, possui design arrojado, tecnologia avançada, qualidade, credibilidade, patrocina atletas conhecidos, entre outros. Em segundo lugar, ficou a Rainha, por apresentar qualidade, preço acessível e tradição no mercado.

Verificou-se que os principais motivos que levam os consumidores de calçados esportivos a não comprarem determinadas marcas são a perda de qualidade; falta de tecnologia; design pouco atraente, uma vez que os consumidores não compram apenas tênis para a prática de esportes, mas também para passear, diante disto os modelos de tênis devem estar sempre apresentando um design de acordo com a moda; marcas desconhecidas pelo usuário, pois não lhe passam segurança; entre outros.

Dentre as marcas mais citadas pelos consumidores destacou-se a Topper, por apresentar modelos bastante masculinos, não apresentar um design atraente na visão dos entrevistados e não ter conforto nem durabilidade. Em seguida veio a Penalty, por apresentar pouca campanha publicitária, não ter tradição e não possuir um design atraente.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao investigar os consumidores de calçados esportivos de Natal, baseado nos elementos teóricos apresentados durante o estudo, possibilitou o acúmulo de informações necessárias para compreender a percepção deste consumidor em relação às marcas esportivas.

Observou-se que os consumidores de calçados esportivos escolhem uma marca em detrimento de outra, levando-se em consideração a qualidade e preço, porém se um tênis apresentar um preço elevado, mas tenha qualidade e atenda as necessidades do consumidor, o mesmo vai adquirir este produto, pois vai lhe trazer benefícios; um design arrojado, pois foi evidenciado que estes consumidores compram tênis tanto para a prática de esportes quanto para passear, então estes modelos devem estar associados à moda, ter estilo; a escolha de uma marca é realizada também através da socialização, ou seja, ocorre por identificação com os amigos como forma de pertencer ao grupo. A socialização pelas marcas representa um padrão social, que tem por objetivo expressar o sentido coletivo e como elas se identificam entre grupo. A presença de uma marca pode, muitas vezes, ajudar a definir uma pessoa em relação às outras, o que pode contribuir para a integração e o reconhecimento da pessoa no grupo ao qual pertence; um outro aspecto mencionado foi o status que uma determinada marca proporciona ao consumidor quando ele a está usando.

Para os consumidores de calçados esportivos alguns componentes podem gerar criação de valor da marca como: a personalidade da marca, as marcas podem representar uma auto-imagem, proporcionando ao indivíduo uma forma de comunicar traços de sua personalidade. Sendo assim, o consumidor ao escolher uma determinada marca vai optar por aquela que corresponda à pessoa que ele é ou quer vir a ser. A personalidade da marca deve ser bastante desejável para as pessoas que

usam caso contrário, os consumidores não vão se identificar com elas; e as associações que as mesmas proporcionam, como por exemplo, as marcas que patrocinam atletas, pois elas representam o que os entrevistados gostariam de ser, ou seja, vencer os seus desafios e ter a vitória. Portanto, através destas associações há uma transferência desses valores para a marca.

A base mais comum e visível de uma proposta de valor de uma marca são os seus benefícios, que estão relacionados diretamente às funções desempenhadas pelo produto a favor do cliente. Neste sentido, as organizações precisam compreender de que forma o mercado consumidor percebe sua oferta de valor, a fim de ter êxito em suas estratégias mercadológicas.

Verificou-se que os consumidores de calçados esportivos possuem uma relação de emoção com as marcas esportivas, uma vez que estas sabem trabalhar a relação de amor e respeito entre a marca e o consumidor. Pode-se citar como exemplos a Nike que ao invés de apenas anunciar seus produtos, aborda em seus comerciais temas como a paixão pelo esporte ou do quanto faz bem praticar alguma atividade física; e uns dos comerciais da Reebok, que mostra numa grande brincadeira que as pessoas deixam a sedentarismo de lado e praticar atividades físicas.

Em relação aos elementos teóricos, conforme a revisão da literatura, serviram para embasar a realidade encontrada, pois explicaram o comportamento do consumidor de calçados esportivos de Natal/RN, somando-se a isto, os modelos de Valor de Marca apresentados se mostram como muito importantes no direcionamento das estratégias da empresa em construir uma marca de valor. Da mesma forma os diferentes modelos se mostram como fundamentais para o entendimento de como o consumidor forma, na sua memória, a consciência da marca e a imagem da marca.

Com base nessas considerações, observa-se a existência de influência da marca na decisão de compra dos consumidores de calçados esportivos de Natal/RN, já que para eles a marca passa um segurança de que vão receber o produto com uma boa performance, além disto ela valoriza aquele que a usa ou consome, transmitindo a sua identidade as pessoas, mantendo assim um laço emocional.

Por se tratar de estudo exploratório e descritivo, os resultados obtidos apenas indicam as possíveis direções. Seria necessário a realização de uma pesquisa de caráter explicativo que confirmasse os resultados obtidos quanto a questão da presença de valor de marca.

Quanto aos resultados obtidos nas etapas quantitativas e qualitativas, apresentam oportunidades para pesquisas posteriores e subsídios, pois verificou-se uma relação entre a marca e o processo de tomada de decisão de compra dos consumidores de calçados esportivos, para aprofundamento em trabalhos futuros que estudassem quais e como os componentes da marca influenciam o comportamento dos seus usuário, sendo esta etapa considerada a fase explicativa.

## REFERÊNCIAS

AAKER, David. **Marcas: Brand Equity gerenciando o valor da marca**. 10.ed. São Paulo: Elsevier Editora, 1998.

AASINTECAL. **Consumidor de tênis é fiel à marca, mas preço pesa mais**. 2006. Disponível em: <<http://www.assintecal.org.br/assintecal/web/index.asp?area=1&codconteudo=11563>> Acesso em 14 mai. 2006.

COTA, Luciana. **O valor da marca para consumidores de surfwear**. Florianópolis: UFSC, 2001. 127 p. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

CUNHA, Alexandra Lopes da. **Valor da Marca para o consumidor final a partir do conceito de Brand Equity no mercado de logurtes**. RS: UFRGS, 1997. 177 p. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, 2001.

- D’ALESSANDRO, David. **Guerra de Marcas: 10 regras para desenvolver uma marca vitoriosa**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.
- FONSECA, J.S.; Martins, P. A. **Curso de Estatística**: 6. Ed. Atlas: São Paulo, 1996.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. 10.ed. São Paulo:Prentice Hall, 2000.
- KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**: São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.
- MANTOANI, Eric; REINOLDES, Bruno. **Nike que passa: Quantas idéias aliam-se para dominar o pensamento coletivo**. 2004. Disponível em <<http://www.duplipensar.net/materiais/2004-04-nike.html>> Acesso em 14 nov. 2006.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- MARTINS, José. **Grandes marcas grandes negócios**. São Paulo: Negócio Editora, 1997.
- NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades**. São Paulo, 02 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>> Acesso em: 02 jun. 2006
- PINHO, José. **O poder das marcas**. 2.ed. São Paulo:Summus, 1996.
- REED II. Americus. **Explorando os vínculos entre o nome de marca e identidade do consumidor**. 2003. Disponível em: <<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewfeature&id=504&language=portuguese>> Acesso em 14 nov. 2006.
- SOUZA, Marcos; NEMER, Artur. **Marca e distribuição**. São Paulo: Makron Books, 1993.
- STRINGHETTI, Lenira de Souza Santos. **Criação de Valor de Marca – Estudo de caso no Banco do Brasil**. Florianópolis: UFSC, 2001. 188 p. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

## CARACTERIZAÇÃO DO USO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO-TI NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS-MPES DE AURORA-CE

F. T. R. Caselli<sup>1</sup>, C. G. Santos<sup>2</sup> e R. B. Souza<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal da Paraíba - Campus I, <sup>2</sup>Instituto Federal da Paraíba – Campus I e <sup>3</sup>Faculdade Maurício de Nassau – Campus João Pessoa

franciscodetarso@yahoo.com.br – ksans@hotmail.com – regixx@ig.com.br

### RESUMO

O processo de globalização causa uma maior competição nos mercados e as empresas que conseguem gerir melhor seus recursos levam vantagens. O processo de gerenciamento estar diretamente ligado à gestão da informação e por este motivo as micro e pequenas empresas-MPEs tem buscado utilizar tecnologia da informação-TI em seus processos. Nesse intuito o presente trabalho buscou identificar a utilização da TI nas MPEs de Aurora-Ce. O trabalho contou com pesquisa bibliográfica e documental e questionário semiestruturado sobre a utilização da TI nas MPEs na cidade de Aurora-Ce. As empresas com menor tempo de vida mostraram maior investimento na área de TI, também se percebeu que existem setores dentro das empresas que são priorizados na utilização de TI como RH e contabilidade. Pode-se concluir que investimentos em tecnologia da informação são de suma importância para traçar estratégias de desenvolvimento o presente trabalho buscou caracterizar o uso da Tecnologia da Informação nas empresas de Aurora-Ce.

**Palavras-chave:** tecnologia da informação, micro e pequenas empresas, gestão.

## 2.2 INTRODUÇÃO

O processo de globalização e a disseminação das tecnologias de informação não é uma realidade apenas dos grandes centros urbanos ela ocorre de forma rápida nas pequenas cidades dentro das micro e pequenas empresas-MPEs.

A pressão do mercado pela informatização dos processos levam as MPEs a ficarem atentas às novas configurações do mercado, pois os concorrentes não estão presentes apenas de forma física, mas também surgem através de todo e qualquer meios de comunicações como internet, rádio e televisão.

A nova configuração é expressa nas práticas do mercado. Diante dessa realidade os profissionais têm que acompanhar as novas tendências e conceber estratégias de mercado em para manter competitiva. O principal diferencial nos dias de hoje é a informação e o capital intelectual, ou seja, aqueles que têm informação e sabem como utiliza-la são os que obterão sucesso.

A informação é um recurso muito poderoso e as novas tecnologias de comunicação e informação têm possibilitado o acesso desse conhecimento de forma globalizada. Segundo Germano (2008) há um consenso que a TI é uma agregação de recursos tecnológicos diversificados que buscam a geração e mantimento da informação na empresa, de forma que ela possa ser utilizada para a tomada de decisão.

Dentro deste contexto a presente pesquisa busca caracterizar o uso da tecnologia da informação-TI das micro e pequenas empresas-MPEs do município de Aurora-Ce.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 USO DE TI POR MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Torna-se por tanto fundamental a utilização da informação no processo gerencial. Termo comum na boca de muitos a Tecnologia da Informação-TI é o conjunto de recursos não humanos dedicados à organização e interpretação de informação. A TI está fundamentada nos seguintes componentes (REZENDE, 2000) Hardware e seus dispositivos periféricos; Software e seus recursos; Sistemas de telecomunicações; Gestão de dados e informações.

Para (SOUZA et al 2007) a Tecnologia da Informação constitui-se em um valioso aspecto estratégico para as organizações de vários setores dentro das organizações, quer sejam operacional ou de estratégia competitiva.

Inovar é sempre um exercício importante, na medida em que a concebemos como espaço, onde são construídas as múltiplas relações entre as empresas, o mercado consumidor, os agentes de marketing, etc. Segundo De Masi (2000) a ciência e a tecnologia assumiram o comando dos processos de produção, antes guiados pelo bom senso e pela experiência. O mercado, por sua vez, tornou – se cada vez mais amplo e exigente.

O domínio tecnológico representado pelo computador faz com que o pequeno empresário encare o processo de informatização, especialmente Tecnologia da Informação-TI como tábua de salvação do seu negócio. Empregar TI como fonte de inovação não gera apenas resultados positivos, ocorre também o insucesso.

O investimento em novas tecnologias precisa de profissionais que tenham capacidades múltiplas e ágeis, que sabem buscar respostas e apresentar soluções com um toque pessoal de criatividade para que o emprego da tecnologia tenha os resultados desejados.

Ao empregar TI as MPEs em geral esperam conseguir segundo Beraldi e Filho (2004) ganhem eficiência e eficácia melhorando sua competitividade e aumentando a lucratividade. Esses resultados só podem ser atingidos se o gestor entender o papel da TI como fonte de inovação com múltiplas possibilidades, mas que exige preparo e planejamento.

Esse pensamento é corroborado por Prates e Ospina (2000) que entendem que os administradores investem em TI por acreditar que permitirá realizar suas operações mais rapidamente e com menor custo. Porém a TI deve ser enxergada como algo maior que isso.

Para Germano (2008) TI ter tornou algo imprescindível nas empresas gerado uma grande mudança de comportamento nas pessoas no dia a dia e organização em que trabalham influenciados pela facilidade que a tecnologia traz.

O emprego de computadores provoca mudanças não apenas no processo de execução da tarefa, mas também nas relações organizacionais onde são eliminadas funções e rotinas e criadas outras novas atividades que antes não faziam parte do processo.

As organizações devem ficar alerta para receber tais mudanças de forma a maximizar o uso das novas tecnologias. Partindo dessa ideia essa pesquisa veio identificar como as empresa no município de Aurora-Ce empregam a Tecnologia da Informação como fonte de melhoria do seu processo produtivo.

## 2.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho tem natureza básica quali-quantitativa do tipo exploratória onde procura identificar como as micro e pequenas empresas utilizam a tecnologia da informação. A realização do trabalho contou inicialmente com uma pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema. A partir desse estudo foi elaborado um questionário semiestruturado sobre a utilização da Tecnologia da Informação-TI nas pequenas e micro empresas-MPEs na cidade de Aurora-Ce.

Em seguida foi elaborado o tamanho da amostra que foi de 15% do total de empresas cadastradas junto à prefeitura do município de Aurora. A escolha das empresas a serem submetidas ao questionário foi aleatória, utilizando de sorteio, na escolha das quais seriam pesquisadas.

Posteriormente o questionário foi aplicado no período de outubro a novembro de 2010 onde os dados foram tabulados e analisados de forma crítica segundo os pressupostos encontrados nas referências estudadas. Por fim foi confeccionado um relatório com os resultados encontrados junto com discussões sobre os mesmos. Artigo completo deve conter no máximo 10 páginas. Como forma de aperfeiçoar facilitar tanto o trabalho dos avaliadores, quanto e principalmente do leitor, procure otimizar a distribuição do conteúdo de cada página de maneira que as figuras possam ser apresentadas ao longo do corpo do texto. Entretanto, se for o caso apresente-as no final.

### 2.2.1 MUNICÍPIO DE AURORA

Aurora está localizada na região sul do Ceará as margens rio Salgado, fazendo parte da composição da região metropolitana do cariri. Com área de 942 km<sup>2</sup>, distante 472 km da capital pela BR 116 e CE 286 a qual liga a sede à citada BR. Sua economia é baseada praticamente na agropecuária de subsistência com o predomínio do cultivo de algodão, seu principal produto em outras épocas, banana, milho, feijão e cana-de-açúcar.

O setor industrial se limita a pequenas fábricas de doce, de queijo, de material de construção e de manufaturados de madeira. O município ainda conta com diversas empresas de prestação de serviços, 114 segundo registro da prefeitura, empresas entre estabelecimentos comerciais, oficinas mecânicas etc. Outra fonte geradora de emprego e renda são os serviços públicos. Tendo uma população estimada em 25.113 habitantes, segundo (IBGE; 2009).

## 2.3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi observado que os empreendimentos pesquisados aurora tem uma média de vida útil entre 5 e 10 anos, como mostra figura-1, um período onde o desenvolvimento da empresa passa de ser primária e se estabelece como veterana, porém ocorre que nem sempre isso acontece.

**Figura-01-Empresas de Aurora por tempo de Mercado (anos)**

Período	Qtd.	%
1 a 10	17	53,13
10 a 20	7	21,88
20 a 30	5	15,63
30 a 40	0	0
40 a 50	1	3,125
Mais de 50	2	6,25
Total	32	

Muitos dos empreendedores não investem em suas empresas e acabam sendo extintas nos primeiros 5 anos. E por outro lado as que permanecem na ativa por mais de 10 anos são as que fornecem serviços públicos a comunidade. A adoção de inovações em TI pelas empresas pode ser notada na figura-02.

As empresas pesquisadas tiveram maior investimentos dos empresários na área de inovação tecnológica, partindo da ênfase onde o período de maior ascensão desta inovação estão nas empresas que têm entre 1 e 10 anos, ou seja empresas que foram criadas dentro da “Era Digital”.

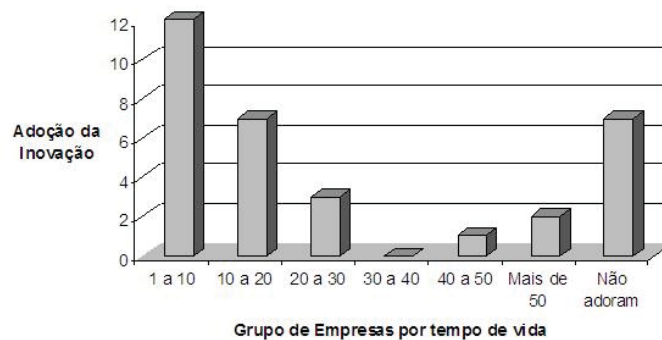
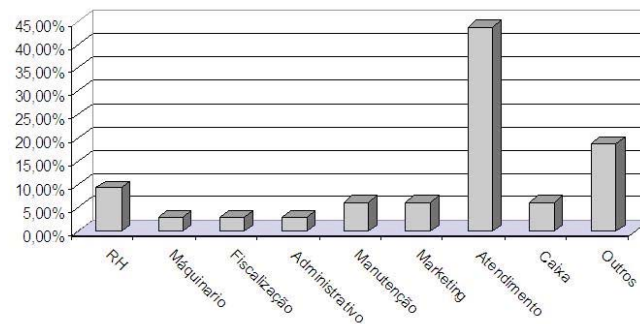


Figura-02-Emprego de TI pelas empresas de Aurora-Ce.

Dessa forma acompanham a tendência da evolução tecnológicas , por outro lado nos determos a análise em empresas com mais de 10 anos de vida que não tinham subsídios tecnológicos, mas que para permanecer no mercado, a tanto tempo, os empreendedores tiveram que acompanhar as tendências das gerações subsequentes e hoje são tidas como modelos de grandes empresas.

Nos segmentos de parâmetros em meio a inovação no mercado de aurora se firma a percentuais de ascensão onde as áreas de recursos humanos, manutenção, marketing e caixa ao passar dos anos foram criando novas técnicas que são induzidas por profissionais que investem e acreditam que a inovação deve partir da lógica interna como mostra a figura-03.



**Figura-03 Implantação de TI nas empresas de Aurora por setor**

Porém não podemos deixar de notar que na área de atendimento houve um enorme salto no quesito inovação. Isso nos aponta que as empresas estão cada vez mais preocupadas com o atendimento ao cliente, pois é através do bom atendimento que conseguimos ter um eterno comprador.

### 3. CONCLUSÃO

A TI nas MPEs pode proporcionar o enxugamento da empresa através da eliminação dos formulários, agilizando processos burocráticos e aumento segurança e exatidão das informações levantadas. Isso tudo reflete na redução de custos. Quando implementada de forma correta possibilita desenvolver estratégias mais eficientes, tendo como consequência a possibilidade da lucratividade.

Os investimentos em Tecnologia da Informação são vitais para o desenvolvimento e sucesso de qualquer empresa, independentemente de seu porte. Partindo dessa visão e considerando a importância da caracterização do mercado para traçar estratégias de desenvolvimento o presente trabalho buscou caracterizar o uso da Tecnologia da Informação nas empresas de Aurora-Ce.

Mesmo com a percepção das organizações sobre o papel crítico da gestão de TI ainda temos empresas que estão dando seus primeiros passos na adoção de soluções tecnológicas para os problemas. O maior desafio da TI está em servir de apoio para que a organização alcance suas metas e objetivos organizacionais específicos. Desse modo o empresário deve ter uma visão global do seu negócio para implantar seus recursos de forma a agregar valor e reduzir custos operacionais e de oportunidade.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BERALDI, L. C. e FILHO, E. E. Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. Ci. Inf., Brasília, v. 29, n. 1, p. 46-50, jan./abr. 2000.

GERMANO, F. T. E. Diagnóstico do perfil de tecnologia da informação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Mossoró. Monografia, Faculdade de Ciências e Tecnologia Mater Christi, Mossoró, 2008.

IBGE, Levantamento Populacional. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acessado em 20/05/2010



PRATES, G. A. e OSPINA, M. T. Tecnologia da informação em pequenas empresas:fatores de êxito, restrições e benefícios. RAC, v. 8, n. 2, Abr./Jun. 2004: 09-26.

Prefeitura Municipal de Aurora. Dados Gerais do Município Disponível em: <<http://www.aurora.ce.gov.br/imprimir.asp?id=31>>. Acessado em: 20/05/2010

REZENDE, D. A., ABREU, A. F. Tecnologias de informação aplicadas a sistemas de informações empresariais. São Paulo, Atlas.,2000.

SOUZA, Sidnei F. de, JUNIOR MARTINS, Walter, FRANCISCO, Antonio Carlos, SCANDELARI, Luciano. Ferramentas da tecnologia da informação (T. I.) que auxiliam no levantamento de competências nas empresas. 3º Encontro de Engenharias e Tecnologia de Campos Gerais, Ago-2007

## COMPETÊNCIA INFORMACIONAL PARA PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA – CAMPUS JOÃO PESSOA - IFPB-JP

I. A. M. Almeida<sup>1</sup>, B. A. Sousa<sup>2</sup> e L. C. Lima<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa

### RESUMO

Esse trabalho trata de uma pesquisa em andamento no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Paraíba, *campus* João Pessoa - IFPB-JP, que objetiva identificar quais as competências em informação que os Portadores de Necessidades Especiais - PNEs, alunos da Instituição, apresentam no que se refere à busca, localização, acesso e uso de informações necessárias ao seu desenvolvimento intelectual e profissional. Para atender o objetivo da pesquisa com exatidão, pretende-se usar como metodologia do trabalho a pesquisa de cunho descritiva, pelas possibilidades que esta oferece, em observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos, permitindo estudar as peculiaridades de determinada população. Espera-se que os resultados obtidos possam subsidiar a Biblioteca Nilo Peçanha a melhor se adequar para atender às necessidades informacionais desses usuários.

**Palavras-chave:** Competência em informação. Inclusão social. Portadores de necessidades especiais.

<sup>1</sup> Bibliotecária – Coordenadora de turno - Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, Especialista em Gestão Pública.ivanise@ifpb.edu.br

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (UFSC), Mestra em Biblioteconomia (UFPB). Bibliotecária do IFPB.beatrizalvesjp@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Bibliotecária – Processos Técnicos - Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, Especialista em Gestão Pública.lucreciacamilo@yahoo.com.br

## 1 INTRODUÇÃO

A Secretaria de Educação Especial do Ministério da Educação – MEC apresenta no documento subsidiário à política de inclusão<sup>4</sup> de 2005, uma proposta que tem como finalidade transformar instituições de ensino público em espaços inclusivos e de qualidade que valorizem as diferenças sociais, culturais, físicas e emocionais e atendam às necessidades educacionais de cada aluno.

Partindo dessa visão inclusiva da educação, as instituições de ensino têm por obrigação, atender a todos os indivíduos sem exceção, ofertando um ambiente organizacional preparado para lidar com as diversidades e que realmente valorize o indivíduo independente de raça, gênero, aspectos físicos, social ou qualquer outro estereótipo que por algum motivo venha a discriminar ou excluir esses indivíduos. Procurando ajustar-se a esse contexto, os IFs/PB oferecem a cada ano um número maior de vagas para Portadores de Necessidades Especiais – PNEs, que vislumbram na educação, modificar a própria realidade através da ascensão profissional e social e, assim, conquistarem sua cidadania.

Observa-se, no entanto, que a inclusão deste público dentro das instituições de ensino, nem sempre ocorre de forma satisfatória, por falta de uma preparação adequada da organização para receber estes indivíduos, possibilitando agregar novos valores à sua existência. Nesse sentido, é preciso então ressaltar a importância da biblioteca, com suas variadas fontes de informação, que se caracteriza como elemento fundamental na formação do cidadão. Todavia, cumpre frisar que os estudantes, inclusive os PNEs, devem ser capazes de lidar com essa informação, identificando-a quando necessária, localizando-a, avaliando-a e usando-a corretamente.

Face ao exposto, formulou-se então o seguinte questionamento: ao ingressarem no instituto que competências em informação os PNEs apresentam em relação ao novo ambiente e às suas condições, bem como, o processo de ensino/aprendizagem ofertado por essa instituição. Sabendo-se, empiricamente, que as instituições de ensino devem oferecer condições de socialização dos PNEs, buscou-se realizar essa pesquisa que focalizará a competência em informação dos PNEs, estudantes do IFPB *Campus* João Pessoa, no ambiente da biblioteca visando justamente a compreensão do nível de habilidades apresentadas por esses alunos no uso da informação e quais são as suas perspectivas e necessidades recorrentes a essa atividade.

Pretende-se com a pesquisa saber quais as competências apresentadas por esses indivíduos, no que se refere à busca, localização, acesso e uso de informações relevantes ao seu desenvolvimento intelectual e profissional. Visto, considerar-se essencial a fomentação de pesquisas nas áreas relacionadas com o desenvolvimento de competência em informação, principalmente no campo da Ciência da Informação e da Educação que têm como missão integrar os indivíduos no mundo da informação preparando-os e qualificando-os para aquisição do conhecimento.

É indispensável também aprofundar os meios de se avaliar a essas competências ressaltando que para ter competência informacional o indivíduo deve desenvolver um aprendizado contínuo, pois o problema atual não se encontra entre os que têm acesso ou não a informação, mas envolve aspectos mais amplos de aquisição de competências para reconhecer as necessidades de informação e saber satisfazê-las.

---

<sup>4</sup> Documento disponível em <http://www.smecc.salvador.ba.gov.br> Acesso em 22/08/2010. 16:26h

## 2 OBJETIVOS

Identificar as competências em informação necessárias ao desenvolvimento intelectual e profissional dos PNEs, do IFPB *Campus* João Pessoa.

## 3 ABORDAGEM TEÓRICA

Com o aumento expressivo de informações concomitantemente à evolução das tecnologias de informação e comunicação – TICs, surge a chamada Sociedade da informação, que procura cada vez mais adequar-se a essa realidade, através da informação e do conhecimento, visando o desenvolvimento individual e coletivo da sociedade. Levando, então, a os centros de informação a descobrir novas maneiras de pensar e agir no sentido de melhor processar, organizar e disseminar as informações existentes a fim de atender aos usuários que precisam ter acesso à informação em fontes e canais diversos. Sendo assim, essas Instituições trazem para si, a responsabilidade social que segundo Wersig e Nevelling (1975 citados por SARACEVIC, 1996) se fundamenta na atividade de transmitir o conhecimento para aqueles que dele necessitam.

O termo competência em informação foi criado em 1974, pelo norte-americano Paul Zurkowski, quando este apresentou relatório à *National Commission on Libraries and Information Science – NCLIS*, da qual era presidente. O documento apresentado pelo referido autor enuncia que as pessoas qualificadas, para utilizar fontes de informação em seu trabalho e cotidiano, podem ser chamadas de “competentes em informação”. Elas aprendem técnicas e habilidades para lidarem com um grande número de ferramentas informacionais, bem como com fontes de informação visando à solução de seus problemas (HATSCHBACH, 2002).

Para efeito desta pesquisa empregar-se-á o termo competência em informação, bastante adotado por Belluzzo em seus estudos, demonstrando inclusive as suas percepções sobre o assunto mostrando-o como duas dimensões distintas: “a primeira, um domínio de saberes e habilidades de diversas naturezas que permitem a intervenção prática na realidade e, a segunda, uma visão crítica do alcance das ações e o compromisso com as necessidades mais concretas que emergem e caracterizam o atual contexto social” (BELLUZZO, 2008, p.13).

Verifica-se ainda na literatura referenciada, existir a necessidade de um aprendizado ininterrupto ao longo da vida, no qual se procura despertar a capacidade de análise e reflexão no indivíduo desenvolvendo neste, o sentido de cidadania. Belluzzo (2004, p.2) reforça essa visão apresentando o seguinte pensamento: “o trabalho educativo torna-se, então, o alavancador da construção de uma sociedade emancipadora e igualitária, sendo a aquisição de competência no acesso e uso da informação, um elemento essencial na educação contemporânea”.

Para a concretização dessa “sociedade emancipadora e igualitária”, se faz necessário que todos os indivíduos tenham acesso a um ensino de qualidade, desenvolvendo competências na busca e uso de informação, que resulte na geração de conhecimentos e produtos, formando cidadãos conscientes dos seus direitos e deveres,

Nesse contexto, surge no cenário mundial e nacional uma nova visão sobre o assunto, na qual pretendem-se reconhecer as diferenças, conferindo às pessoas igualdades de valor e de direito, fortalecendo a inclusão dos PNEs nas instituições de ensino, conquistada e garantida por instrumentos legais como: declarações, resoluções, leis e outros, dos quais se destacam a Declaração de Salamanca/Espanha, de 1994, que objetiva promover a educação para todos,

através de políticas fundamentais destinadas à educação inclusiva, capacitando as instituições de ensino a atender a todas as pessoas, principalmente às com necessidades especiais; A Declaração de Direitos Humanos, de 1948, que enuncia “todo homem tem direito à educação”, bem como, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional de 1996, entre outras, que legalmente, trouxe a educação especial para o contexto da educação geral.

Sendo assim, o IFPB empenhando-se em atender a esses dispositivos legais tem promovido a inclusão dos PNEs em seus espaços, consciente da sua responsabilidade social enquanto Instituição de ensino que lida com o ser humano e as diversidades que estes apresentam.

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

De acordo com Lakatos e Marconi (2004), os procedimentos metodológicos são um conjunto de atividades sistemáticas e coerentes que, com maior segurança tende-se alcançar o fim - conhecimentos válidos e verdadeiros -, delineando o caminho a ser trilhado, detectando erros e auxiliando as decisões dos cientistas, caracterizando e demonstrando que tipo de pesquisa será adotada.

##### **4.1 Tipo da Pesquisa**

Escolhe-se como metodologia a pesquisa descritiva, pelas possibilidades que esta oferece em observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos, permitindo estudar as peculiaridades de determinada população a fim de descobrir com exatidão as competências em informação dos estudantes PNEs dentro do IFPB *Campus* João Pessoa. A pesquisa consistirá em uma abordagem qualitativa, pois segundo Marconi e Lakatos (2004), alguns autores consideram que essa abordagem teve seu início através do exercício desenvolvido pelos antropólogos, quando estes analisavam os indivíduos, tribos e pequenos grupos ágrafos, percebendo então que os dados não podiam ser quantificados, mas sim interpretados.

##### **4.2 Campo e universo da pesquisa**

O IFPB foi criado em 1909 e no decorrer de 100 anos de existência recebeu diversas denominações: Escola de aprendizes e Artífices da Paraíba, de 1909 a 1937; Liceu Industrial de João Pessoa, de 1937 a 1961; Escola Industrial “Coriolano de Medeiros” ou Escola Técnica Federal da Paraíba, de 1967 a 1999; Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba – CEFET-PB, de 1999 até 2008; e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, de 2008 até os dias atuais.

Na atualidade, o IFPB oferece os seguintes níveis de ensino: técnico integrado ao ensino médio, técnico subsequente, PROEJA, tecnólogo, graduação (licenciatura e bacharelado) e pós-graduação (*lato sensu*). Todos em conformidade com as disposições da Constituição Federal e Lei de Diretrizes e Bases da Educação.

A missão do IFPB, de acordo com o Plano... (2010, p. 1) é: “Preparar profissionais cidadãos com sólida formação humanística e tecnológica para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade sustentável, justa e solidária, integrando o ensino, a pesquisa e a extensão”.

Nesse contexto, o referido estudo buscará analisar as competências em informação dos PNEs que estudam, em todos os níveis de ensino, no *Campus* João Pessoa do IFPB e mais aqueles que ingressarem no ano de 2012.

#### 4.3 Instrumentos de coleta de dados

Para a coleta de dados, pretende-se realizar um trabalho de campo ativo e constante em todos os momentos da pesquisa (GONZÁLEZ-REY, 2002), direcionando-o a um processo de construção e interpretação das atividades dos estudantes PNEs. Por conseguinte, procurar-se-á fazer uso tanto da observação direta como da entrevista, analisando as competências desses estudantes em relação às suas necessidades de informação e geração de conhecimento.

De acordo com Barros e Lehfeld (2007), a observação científica deve ser considerada pelos aspectos de estruturação, participação do observador, número de observadores, e local de realização da técnica. As autoras ainda afirmam que observando o aspecto de estudo e trabalho científico, este instrumento proporciona a vantagem de uma completa interação, possibilitando recolher dados sobre um conjunto de atitudes comportamentais de um grupo de indivíduos ou de um fenômeno.

#### 5. CONSIDERAÇÕES

A partir dessas primeiras reflexões, é preciso ressaltar que uma nova visão, sobre o assunto, surge tanto no cenário mundial, nacional, e mais especificamente no IFPB-JP, pois o instituto tem buscado reconhecer as diferenças conferindo aos indivíduos igualdades de valor e de direitos, através do acesso a um ensino de qualidade, que objetiva promover a educação para todos, bem como a aquisição de competência no acesso e uso da informação, que resulte na geração de conhecimentos e produtos, formando cidadãos conscientes dos seus direitos e deveres.

Tal iniciativa, ora proposta com a realização dessa pesquisa, virá somar as já existentes na biblioteca, tais como: estrutura física adequada para os PNES, livre acesso ao acervo documental e conhecimento da linguagem LIBRAS. Isso evidencia a preocupação do setor no sentido de atender de forma igual a todos os seus usuários.

#### REFERÊNCIAS

BARROS, A.de J. S.; LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BELLUZZO, R. C. B. Como desenvolver a Competência em Informação (CI): uma mediação integrada entre a biblioteca e a escola. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 11-14, out. 2008 | Disponível em: <http://www.crb8.org.br/ojs/crb8digital> Acesso em: 05 de set. 2010.

BELLUZZO, R. C. B.; Kerbauy, M. T. M. Em busca de parâmetros de avaliação da formação contínua de professores do ensino fundamental para o desenvolvimento da *information literacy*. **ETD – Educação Temática Digital**, Campinas, v.5, n.2, p.129-139, jun. 2004. Disponível em:

[http://www.ssoar.info/ssoar/files/2010/769/2004\\_doc1\\_beluzzo\(precisa%20criar%20a%20se%C3%A7%C3%A3o%20documento\).pdf](http://www.ssoar.info/ssoar/files/2010/769/2004_doc1_beluzzo(precisa%20criar%20a%20se%C3%A7%C3%A3o%20documento).pdf) Acesso em: 05 de set. 2010

BRASIL. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/ldb.pdf> Acesso em: 05 de set. 2010.

DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <http://www.xr.pro.br/ensaios/direitoshumanos.html> Acesso em: 05 de set. 2010.

DECLARAÇÃO de Salamanca, 1994 - Sobre Princípios, Políticas e Práticas na Área das Necessidades Educativas Especiais. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/salamanca.pdf> Acesso em: 25 ago. 2010.

GONZÁLEZ-REY, F. L. **Pesquisa Qualitativa em Psicologia – Caminhos e Desafios**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002

HATSCHBACH, Maria Helena de Lima. **Information Literacy**: aspectos conceituais e iniciativas em ambiente digital para o estudante de nível superior. 2002.108f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PINHEIRO, L. V. R.; Loureiro, J. M. M. Traçados e limites da ciência da informação. **Ciência da Informação**, v.24, n.1, 1995.

Disponível em: [http://www.brapci.ufpr.br/search\\_result.php](http://www.brapci.ufpr.br/search_result.php) Acesso em: 05 de set. 2010.

PLANO de Desenvolvimento Institucional – PDI: proposta ao Conselho Diretor 2010-2014 do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB. 2010. Disponível em: [http://www.ifpb.edu.br/arquivos/estatuinte/2010/PLANO\\_DE\\_DESENVOLVIMENTO\\_INSTITUCIONAL.pdf](http://www.ifpb.edu.br/arquivos/estatuinte/2010/PLANO_DE_DESENVOLVIMENTO_INSTITUCIONAL.pdf) >. Acesso em 05 de set. 2010.

ROCHA, M. M. V. **Competência informacional**: gestão da informação no contexto dos docentes do curso de Medicina da Faculdade de Ciências Médicas da Paraíba - FCMPB. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem evolução e relações. **Perspect. Ciênc. Inf.**, v.1, n.1, p.41-62, 1996.

Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000003224&dd1=04868>. Acesso em: 25 de ago. 2010.

## COMPRAR, ALUGAR OU CONSTRUIR: DECISÃO CONCERNENTE AO IMÓVEL DA REITORIA DE UM INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO

C. M. Kondo<sup>1</sup>; G. B. Salve<sup>2</sup>; A. Armino<sup>3</sup>, J. Osmarini<sup>4</sup> e F. M. Farias<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal do Tocantins - Campus Palmas

mitiekondo@hotmail.com, guilhermesalve@hotmail.com, luisarmino@hotmail.com

juosmarini@hotmail.com; santamenina@hotmail.com

### RESUMO

O presente trabalho é resultante do desenvolvimento da modelagem das alternativas de aquisição do imóvel da reitoria de um Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia, que é chamado neste artigo de Bom Sucesso. O objetivo é fornecer as informações e ferramentas imprescindíveis aos gestores, de forma a auxiliar no processo decisório para escolha da solução que atenda as necessidades da organização, com atenção aos critérios envolvidos na problemática. Os dados necessários para a modelagem de cada alternativa são provenientes de taxas e valores praticados no mercado financeiro e imobiliário e foram obtidos por meio de pesquisa de campo e projetados no futuro para obtenção dos valores monetários. O resultado da modelagem indica que a alternativa de compra e construção seria a mais indicada, contudo, o processo decisório abarca a intuição e a razão dos gestores envolvidos e cabe a estes a decisão final. A modelagem possibilita que outras organizações análogas, que devem decidir sobre problemáticas semelhantes, possam se aproveitar do modelo para realizar a alocação dos recursos na alternativa mais vantajosa em determinado contexto.

**Palavras-chaves:** tomada de decisão, imóvel, sede da reitoria, processo decisório, modelagem.



## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho modelou a tomada de decisão relacionada ao imóvel da reitoria do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia Bom Sucesso.

Os conceitos abordados sobre a tomada da decisão e o processo decisório nas organizações e as suas variantes, tais como as variáveis a serem consideradas pelos tomadores de decisão e a importância da modelagem no auxílio do processo decisório, serviram para a elaboração deste trabalho.

No que tange as escolhas dos gestores no processo decisório que podem levar a organização a ganhos de resultados, evidenciou-se que as tomadas de decisão passam pela identificação do problema, busca-se alternativas, elege-se a melhor com base nos resultados a serem alcançados na solução do problema, a partir de dados e informações analisadas, implantação da alternativa e controle. Assim, percebe-se que é necessária habilidade gerencial para decidir em condições de incerteza, o que faz o tomador de decisão ser essencial para as organizações.

O objetivo do trabalho foi modelar o processo de decisão concernente a aquisição do imóvel para a reitoria de um instituto federal de ciência e tecnologia.

## 2 METODOLOGIA

Os resultados da pesquisa foram alcançados por meio de um processo de modelagem da decisão em questão, que é denominado de caixa preta (MORE, 2005). Os pesquisadores atuaram como analistas da informação e trabalharam em conjunto com os decisores. Esses últimos são integrantes da equipe da reitoria do Bom Sucesso.

Foi utilizado o exame de documentos para análise dos dados já existentes no âmbito organizacional. Nesse caso, por exemplo, já havia um processo de licitação para compra de um imóvel, que foi rejeitado pela procuradoria.

A técnica de entrevista foi utilizada em diversos momentos da pesquisa. Os decisores foram entrevistados para que pudessem fazer os julgamentos necessários quanto as alternativas e também disponibilizar informações. Também foi utilizada junto aos agentes de mercado que dispunham de informações com relação ao mercado imobiliário. Nesse caso, foram visitadas empresas e entrevistados os especialistas do setor.

## 3 TOMADA DE DECISÃO

A tomada de decisão, segundo Chiavenato (2004), é o processo de análise e escolha entre várias alternativas disponíveis do curso de ação que a pessoa deverá seguir. É caracterizada como um processo antigo que possui o objetivo de encontrar pelo menos um caminho possível para um problema ou oportunidade apresentada. Costumeiramente utilizada no setor público foi inserida por Chester Barnard (CHIAVENATO, 2004), executivo da área de telefonia, no mundo dos negócios.

De acordo com Maximiano (2000), "O processo decisório é a seqüência de etapas que vai desde a identificação da situação até a escolha e colocação em prática da ação ou solução"

Os autores Gomes, Gomes e Almeida (2002) afirmam que: "tomar decisões complexas é, de modo geral, uma das mais difíceis tarefas enfrentadas individualmente ou por grupos de indivíduos, pois quase sempre tais decisões devem atender a múltiplos objetivos, e freqüentemente seus impactos não podem ser corretamente identificados".

Segundo Mortiz e Pereira (2006), O gestor tem como função específica desenvolver, providenciar, realizar e regular o processo de tomada de decisão da maneira mais eficaz possível.

A tomada de decisão é composta por: dado (informação em estado bruto – imagens, símbolos e palavras antes de serem processadas), informação (dados confrontados com parâmetros ou objetivos de maneira organizada), conhecimento (informação contextualizada e com pelo menos um propósito, comunicação e tecnologia).

As decisões do gestor devem ser baseadas na:

1. **Racionalidade:** Decisões baseadas em informações e não em sentimentos, emoções ou crenças; ser humano totalmente racional é utópico; impossível obter todas as informações necessárias;
2. **Intuição:** Usada quando a informação é insuficiente; nasce da experiência e de sentimentos; usada para preencher espaços vazios de dados e pode produzir preconceito e injustiça.

A decisão ideal é tomada quando existe preferência pelo embasamento por meio de informação e utilização da intuição.

### 3.1 Modelagem

Os modelos auxiliam o decisor no processo decisório e possui papéis diferentes nos diferentes níveis da organização.

As variáveis inerentes nas modelagens são: as variáveis de decisão (controláveis), parâmetros (não controláveis), medidas de performance (medem a performance do alcance em relação ao objetivo), variáveis de saída e restrições , tal como pode ser observado na figura 1.

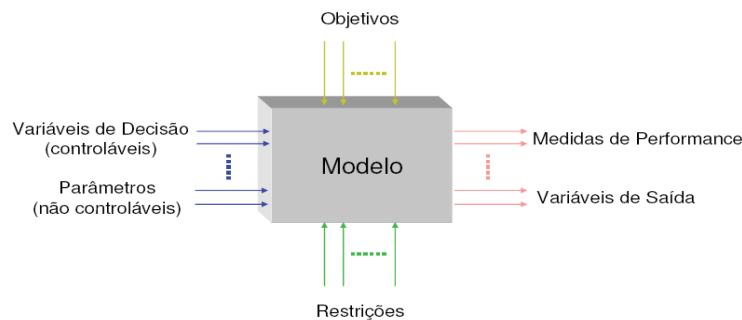


Figura 1 – variáveis e modelo. Fonte: Gomide.

A decisão é afetada pela apreciação e avaliação do decisor, pois os critérios ou parâmetros (mundo real) são rigorosamente observados, existem variáveis que serão consideradas que são subjetivas (uso de intuição – mundo simbólico) e dependem do decisor sobre quais são mais relevantes para o processo. Como pode ser observado na figura a seguir:

**Modelo**

**Resultado**

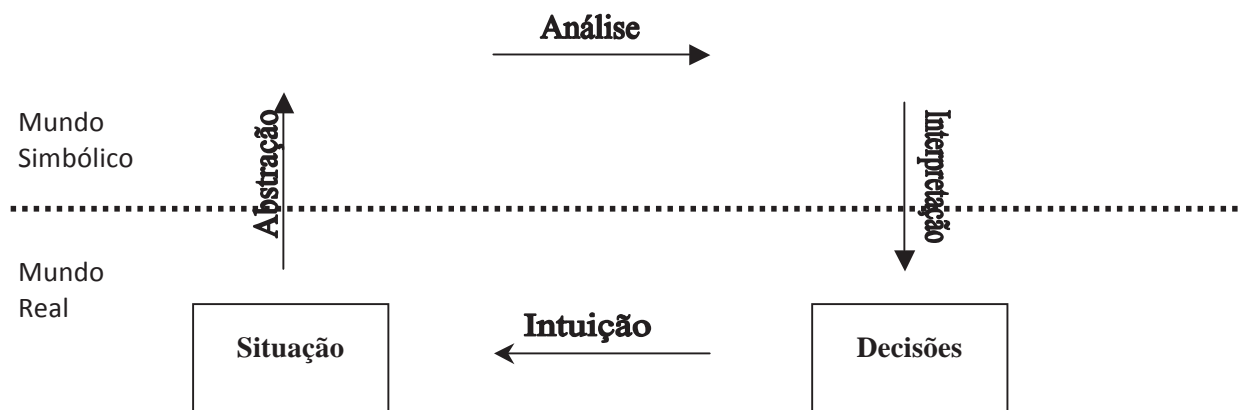


Figura 2 - Mundo real e mundo simbólico. Fonte: More (2005).

O processo de tomada de decisão na esfera pública consiste em administrar a coisa pública, sendo que a sua principal característica é ser regida por leis que definem o processo administrativo, que ser diferencia neste ponto do privado, em que não há uma lei dizendo o que se deve ou não fazer.

#### 4. IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA

O problema origina-se da situação em que os dirigentes do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Bom Sucesso, entendem que a sede da reitoria não deve permanecer em imóvel alugado, embora a organização possua orçamento para este fim. A escolha dessa última alternativa promove consequências, em que algumas estão a seguir: a possibilidade do proprietário pedir a desocupação do imóvel; imóvel atual não possui espaço físico suficiente para todas as atividades e trabalhos desenvolvidos; e o aluguel é um recurso gasto pelo ente sem retorno (custo versus benefício). Contudo, esta é uma alternativa a ser considerada após a modelagem das escolhas que pode ser adequada para a sede da reitoria.

As alternativas de modelagem restantes são: a construção da sede no terreno doado pelo governo estadual ou a compra de prédio construído, as quais serão modeladas a seguir.

#### 5. CARACTERIZAÇÃO DAS ALTERNATIVAS

A seguir estão descritas as alternativas de solução do problema e as discussões realizadas.

##### 5.1. Permanência em imóvel alugado - Alternativa 1 (A1)

A permanência da reitoria no atual imóvel locado cujo preço mensal é de R\$ 12.500,00, representaria ao final de 05 anos um montante de R\$ 828.844,69, considerando uma taxa de inflação de mercado de 5% ao ano, o que baliza o reajuste do valor a ser pago.

Um fator a ser considerado é a valorização do imóvel, que foi estimado por especialistas entrevistados em 16% ao ano em média. O valor da locação está atrelado a variação da inflação que gira em torno de 5% ao ano, os quais poderão sofrer aumento, estabilizar ou mesmo cair ao logo do período analisado. As melhorias realizadas no prédio locado pertencerão ao locatário que poderão aumentar o valor venal.

Para o ano de 2011, as previsões de orçamento repassado pelo Ministério de Educação e Cultura (MEC), são de queda significativa de valores, em que haverá troca de pessoas atuantes neste órgão, bem como a posse do novo Governador do Estado onde está instalado o Instituto, o qual poderá tomar medidas políticas pelo fato que não existe orçamento para cumprir as obrigações perante servidores e credores, que poderá afetar a população financeiramente e indiretamente o mercado imobiliário.

Contudo, deve-se considerar que o imóvel em questão não possibilita o aumento do quadro de servidores e o setor financeiro da reitoria que atualmente possui três colaboradores exercendo suas funções no Campus da capital devido a falta de espaço no imóvel locado.

## **5.2 – Construção no terreno doado – Alternativa 2 (A2)**

Os parâmetros que envolvem esta alternativa foram obtidos através de entrevistas técnicas com as pessoas envolvidas na decisão do imóvel. Os dados são: um terreno que possui 6.0000 m<sup>2</sup> (60 m X100 m) de área, localizado na região sul da cidade, em que não existe disponibilidade de infraestrutura (água, energia elétrica, esgoto, telefonia e asfalto).

Segundo informações obtidas na pesquisa, a sede terá aproximadamente 1.000 m<sup>2</sup> de área construída, com estacionamento para os veículos oficiais (10 carros pequenos, 03 camionetes, 01 van e 01 ônibus) e vagas para 60 veículos para visitantes e servidores.

Os parâmetros a serem considerados serão: valorização do imóvel (16% ao ano), que são dados de pesquisa em campo obtidos junto as imobiliárias, valor pago de aluguel (aproximadamente R\$ 12.500,00 ao mês), valor repassado pelo MEC (1 milhão e 600 mil reais), custo da construção (R\$ 1.200.000,00), e inflação de 5% ao ano. A Secretaria de Desenvolvimento Urbano Meio Ambiente e Habitação (SEDUMAH) informou que não há previsão de infraestrutura na região do lote doado.

O valor de mercado do lote doado fornecido pela I. L. seria cerca de R\$ 250.000,00, partido do princípio que um lote de mesma metragem (6000m<sup>2</sup>) na ACSO – 120 está avaliado em R\$ 300.000,00.

A I.O., fundada em 1993, usando do mesmo método, tomou como referência um terreno próximo a sede da concessionária Chevrolet, na cidade sede da reitoria, que está orçado em R\$ 100,00 m<sup>2</sup>, totalizando R\$ 6.000.000,00, sendo que o valor do lote doado seria de cerca de R\$ 480.000,00, ou seja, R\$ 80,00 o m<sup>2</sup>.

Segundo a I. M. J. I., que possui terrenos na área, o preço varia entre R\$ 400.000,00 e R\$ 500.000,00 e existe a possibilidade de grande valorização, pois há rumores da instalação de outras universidades na área.

Após a pesquisa de campo do valor do lote doado, utilizou-se a média aritmética dos valores fornecidos, obtendo-se R\$ 393.333,33, o qual foi utilizado na Tabela 1.

Conforme informações obtidas da Construtora B., o preço de um prédio de até 2 pavimentos fica em torno de R\$ 1.200,00 m<sup>2</sup>. Multiplicando-se pelos 1.000 m<sup>2</sup> de construção, o custo total da obra é de aproximadamente R\$ 1.200.000,00.

**Tabela 1. Dados utilizados na modelagem**

DADOS	
Orçamento para Construção	R\$ 1.600.000,00
Custo da Construção	R\$ 1.200.000,00
Taxa de inflação anual	5%
Valor Terreno IL	R\$ 250.000,00
Valor Terreno IO	R\$ 480.000,00
Valor Terreno IMJI	R\$ 450.000,00
Valor Médio do Terreno	R\$ 393.333,33
Taxa de valorização do imóvel - Prédio e terreno	16%
Valor imóvel - Prédio e terreno	R\$ 1.593.333,33
Taxa de juros da poupança	6%

A análise da tabela 2 permite verificar que o imóvel terá uma valorização total de R\$ 2.884.952,04, ao final de 05 anos, sendo que o valor do aluguel é R\$ 12.500,00 ao mês, totalizando R\$ 828.844,69. Considerando-se uma taxa de inflação anual de 5%, que permanecerá a mesma durante o período, o valor total será de R\$ 828.844,69 e a taxa de valorização (16% ao ano). A diferença entre o valor pago ao final de 5 anos e a valorização do imóvel representará R\$ 2.056.107,35, considerando o valor total do imóvel (terreno e prédio).

A porcentagem do valor total do aluguel ao final de 05 anos - R\$ 828.844,69 em relação ao valor de construção do imóvel é de R\$ 1.200.000,00, o que representará 52,02%.

O valor total gasto em aluguel em 5 anos é de R\$ 828.844,69, o que representará 28,57% da valorização do imóvel (terreno e prédio) ao final do mesmo período.

O orçamento de R\$ 1.600.000,00, pertencente ao exercício financeiro de 2009 caso fosse aplicado a uma taxa de juros de 6% ao ano (taxa de remuneração da poupança), resultaria no valor R\$ 1.696.000,00, com rendimento de R\$ 96.000,00 e no segundo ano (2010) o montante de R\$ 1.797.760,00, renderia R\$ 101.760,00. O recurso será devolvido ao MEC conforme estabelecido em lei ao fim do segundo ano, em caso de não aplicação.

**Tabela 2. Modelagem das alternativas**

Alternativas	MODELAGEM					Total
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	
A1	R\$ 150.000,00	R\$ 157.500,00	R\$ 165.375,00	R\$ 173.643,75	R\$ 182.325,94	R\$828.844,69
A2	R\$ 1.593.333,33	R\$1.848.266,66	R\$2.143.989,33	R\$ 2.487.027,62	R\$2.884.952,04	
Diferença entre aluguel e valorização do Imóvel- terreno e prédio	R\$ 2.056.107,35					
Porcentagem aluguel/ orçamento construção	51,80%					
Porcentagem aluguel/ custo da construção	69,07%					
Porcentagem aluguel/ valorização do imóvel	28,73%					
Aplicação do recurso em poupança	R\$ 1.696.000,00	R\$1.797.760,00				
Rendimento da aplicação	R\$ 96.000,00	R\$ 101.760,00				

### 5.3. Compra de imóvel construído – Alternativa 3 (A3)

A metodologia utilizada para a modelagem da compra de um provável prédio para a reitoria do Bom Sucesso foram visitas no local, entrevistas com corretores especializados e pesquisas em publicações do meio imobiliário.

A pesquisa de campo para essa alternativa foi realizada entre os dias 22 de novembro e 1 de dezembro de 2010, em horários distintos de acordo com a disponibilidade dos corretores e funcionários de imobiliárias, bem como dos integrantes da equipe de pesquisa.

Estão apresentadas três propostas disponíveis para compra que se adequam parcialmente as características requisitadas, e que poderiam ser levadas em conta caso haja a possibilidade de se requisitar mais orçamento ao MEC.

O imóvel desejado para reitoria possui os seguintes parâmetros:

- Localização: Distância desejada em relação ao campus da capital de aproximadamente 5 km;
- Plano Diretor: Verificação se existe algum tipo de restrição para o imóvel dependendo do local;
- Preferência: Terreno com prédio;
- Área do terreno: 1.500 m<sup>2</sup>;
- Área Construída: Aproximadamente 1.000 m<sup>2</sup>;
- Recurso: Cerca de 1 milhão e 600 mil reais;
- Prazo: Até o fim do ano de 2010.

Os imóveis citados não terão localização e nem citação de imobiliárias, mesmo que por abreviação, para que não haja nenhuma quebra de sigilo, pois houve compromisso dos pesquisadores em mantê-lo. Os imóveis receberão a denominação Alfa, Beta e Gama e as avaliações foram realizadas segundo os parâmetros anteriormente citados. Os prédios estão localizados na região central da capital.

**Quadro 1. Comparativo dos imóveis disponíveis para compra**

Parâmetros	Prédio Alfa	Prédio Beta	Prédio Gama
Distância desejada em relação ao Campus da Capital 5 Km	Imóvel atende ao requisito	Imóvel não atende ao requisito	Imóvel não atende ao requisito
Restrição - Plano Diretor	Não existe nenhuma restrição	Não existe nenhuma restrição	Não existe nenhuma restrição
Lote com prédio	Atende ao requisito	Atende ao requisito	Atende ao requisito
Área do terreno – 1500 m <sup>2</sup>	2.000 m <sup>2</sup> de terreno 500m <sup>2</sup> acima do parâmetro	1.200 m <sup>2</sup> de terreno 300m <sup>2</sup> abaixo do parâmetro	1.800 m <sup>2</sup> 300m <sup>2</sup> acima do parâmetro
Área Construída: aproximadamente 1.000 m <sup>2</sup>	1.200 m <sup>2</sup> de área construída. 200m <sup>2</sup> de área acima do parâmetro	800 m <sup>2</sup> 200m <sup>2</sup> abaixo do parâmetro	1.100 m <sup>2</sup> 100m <sup>2</sup> de área acima do parâmetro
Recurso: cerca de 1 milhão e 600 mil reais	5 milhões de reais Reforma: aproximadamente 1 milhão de reais	3 milhões de reais , Reforma: aproximadamente: 2 milhões e 500 mil de reais	7 milhões e 600 mil reais, Reforma: aproximadamente: 800 mil reais
Prazo: até fim de 2010	Prédio necessita de adequações e reformas	Prédio necessita de adequações e reformas	Prédio necessita de adequações e reformas
Estacionamento para 100 carros, sendo que 10 vagas seriam para veículos institucionais de grande porte e 20 para carros oficiais	Não atende as necessidades da Reitoria	Atende as necessidades da Reitoria, mas necessita de adequações	Não atende as necessidades da Reitoria

Analisando o quadro 1, verifica-se que o prédio Alfa é aquele que atende quase todos os requisitos dos decisores, porém não possui estacionamento adequado. Por outro lado, é o maior terreno que possibilita ampliação para atender a demanda para guardar veículos.

O prédio Alfa é o único que atende o parâmetro distância de 5 Km em relação ao campus da capital, caracterizando trade off, pois o prédio Beta e o Gama estão localizados a uma distância maior que a desejada, causando maior gasto com combustível para deslocamento dos servidores para a reitoria (reuniões, palestras, dentre outros), gasto de combustível dos veículos oficiais (entrega de documentação, movimentação processos entre o campus da capital, reitoria e procuradoria e serviços de banco e correios).

Como se pode observar, as propostas apresentadas não se adéquam ao orçamento disponível. Além disso, todos os imóveis necessitarão de adequações que aumentarão significativamente os valores apresentados. Portanto, a compra do prédio no momento atual é uma opção inviável e extremamente onerosa.

**Tabela 3. Dados para compra do imóvel**

DADOS	
Orçamento para Compra	R\$ 1.600.000,00
Taxa de inflação anual	5%
Valor Prédio Alfa	R\$ 6.000.000,00
Valor Prédio Beta	R\$ 5.500.000,00
Valor Prédio Gama	R\$ 8.400.000,00
Taxa de valorização do imóvel - Prédio e terreno	16%

Ao valor de cada prédio contabilizou-se o custo de reforma ao preço de venda e foi calculada a média aritmética para projetar a valorização do imóvel ao fim de 5 anos, de acordo com a tabela 4.

**Tabela 4. Modelagem das alternativas A1 e A3**

MODELAGEM						
Alternativas	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Total
A1	R\$ 150.000,00	R\$ 157.500,00	R\$ 165.375,00	R\$ 173.643,75	R\$ 182.325,94	R\$ 828.844,69
Prédio Alfa	R\$ 6.000.000,00	R\$ 6.960.000,00	R\$ 8.073.600,00	R\$ 9.365.376,00	R\$ 10.863.836,16	
Prédio Beta	R\$ 5.500.000,00	R\$ 6.380.000,00	R\$ 7.400.800,00	R\$ 8.584.928,00	R\$ 9.958.516,48	
Prédio Gama	R\$ 8.400.000,00	R\$ 9.744.000,00	R\$ 11.303.040,00	R\$ 13.111.526,40	R\$ 15.209.370,62	
Diferença entre aluguel e valorização do imóvel - terreno e prédio	R\$ 10.034.991,47					
Porcentagem aluguel/orçamento compra	5,18%					
Porcentagem aluguel/valorização do imóvel	7,63%					

Considerando uma valorização do imóvel de 16% ao ano, ao final de 5 anos o prédio Alfa teria o valor estimado de R\$ 10.863.836,16, o prédio Beta um total de R\$ 9.958,516,48 e o prédio Gama total de R\$ 15.209.307,62.

Comparando o quadro 1 com a tabela 4, verifica-se que o prédio Alfa é o mais adequado aos parâmetros estabelecidos pelos decisores envolvidos no processo decisório e que possui o melhor custo versus benefício, pois sua valorização está acima do prédio Beta e possui o maior lote e área construída, possibilitando ampliações do prédio e do estacionamento.

O prédio Gama seria a segunda melhor opção avaliando-se os quesitos de maneira geral. É o mais caro dos 3, não atende os requisitos desejados como o prédio Alfa, mas será o mais valorizados dos 3 ao final de 5 anos.

Analisando a planilha 4, verifica-se que o imóvel Alfa terá uma valorização total de R\$ 10.863.836,16, ao final de 05 anos e o valor do aluguel de R\$ 12.500,00 ao mês, considerando a taxa de inflação anual de 5% permaneça a mesma durante o período, o valor total será de R\$ 828.844,69 e a taxa de valorização (16% ao ano). A diferença entre o valor pago ao final de 5 anos e a valorização do imóvel representará R\$ 10.034.991,47 considerando o valor total do imóvel.

A porcentagem do valor total do aluguel ao final de 05 anos é de R\$ 828.844,69 em relação ao orçamento da compra do imóvel, que será de R\$ 1.600.000,00. Isso representa uma diferença de 5,18%.

O valor total gasto em aluguel em 5 anos é de R\$ 828.844,69 e representa 7,63 % da valorização do imóvel (terreno e prédio) ao final do mesmo período.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho modelou a tomada de decisão relacionada ao imóvel da reitoria do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia Bom Sucesso. A pesquisa utilizou referenciais teóricos da economia e gestão, para realizar as análises necessárias e chegar a uma conclusão sobre o problema apresentado. Os pesquisadores encontraram dificuldades na coleta das informações, pois as organizações indicam sigilo para as negociações desse porte. Para superar essa dificuldade ficou acordado que os nomes das organizações seriam mantidos em segredo.

Os conceitos abordados sobre a tomada da decisão e o processo decisório nas organizações e as suas variantes, tais como as variáveis a serem consideradas pelos tomadores de decisão e a importância da modelagem no auxílio do processo decisório, serviram para a elaboração deste trabalho.

No que tange as escolhas dos gestores no processo decisório que podem levar a organização a ganhos de resultados, evidenciou-se que as tomadas de decisão passam pela identificação do problema, busca-se alternativas, elege-se a melhor com base nos resultados a serem alcançados na solução do problema, a partir de dados e informações analisadas, implantação da alternativa e controle. Assim, percebe-se que é necessária habilidade gerencial para decidir em condições de incerteza, o que faz o tomador de decisão ser essencial para as organizações.

Quanto ao objetivo de fornecer meios para auxiliar na tomada de decisão em relação à aquisição de imóvel para a reitoria, modelando três alternativas. O estudo concluiu que o ambiente em que os entes públicos estão inseridos está em constante transformação e influenciando as tomadas de decisão e exige dos decisores, a escolha da alternativa que melhor se aplica à organização, obedecendo aos preceitos legais que norteiam o serviço público e as necessidades da reitoria.

Após as análises obtidas por meio da modelagem, verificou-se que o processo de tomada de decisão é um processo complexo, envolvendo variáveis controláveis ou não e o uso da racionalidade limitada pelo gestor, o qual deverá utilizar-se dessa e da intuição adquirida com a experiência profissional de forma equilibrada, elegendo dessa maneira a alternativa mais adequada para o problema.

A opção mais indicada no momento é permanecer em imóvel locado, pois não existe previsão de infraestrutura no lote doado pelo Estado à reitoria, embora os dados analisados apontem que a construção representaria ganho na forma de valorização do imóvel e espaço adequado para os serviços desenvolvidos.

Na alternativa 3 (aquisição de imóvel construído), não foram encontrados opções que se adequem totalmente ao orçamento disponível, tornando a opção de compra inviável.

O montante disponibilizado pelo MEC (R\$1.600.000,00) foi restituído a União no final de 2010, visto que pertence ao exercício de 2009. O prazo para a utilização deste recurso é de 2 anos, sendo que durante este tempo houve várias visitas a lotes e prédios, contudo não foi encontrado um que atendessem os parâmetros estabelecidos.

A partir da modelagem da decisão, pretende-se realizar estudos futuros provenientes do nosso cotidiano. Espera-se com isso, contribuir com a administração pública, em especial, dos institutos federais. Também se busca a formação de um banco de estudos de caso, que possam dar suporte à disciplina de tomada de decisão na gestão pública.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, I.. **Administração nos novos tempos**. 2 ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

\_\_\_\_\_ **Introdução a teoria geral da administração**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

GOMES, F. A. M.; GOMES, C. F. S.; ALMEIDA, A. T. de. **Tomada de Decisão Gerencial: Enfoque Multicritério**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GOMIDE, F. **Fundamentos da modelagem de sistemas**. Disponível em: <<http://www.dca.fee.unicamp.br/~gomide/courses/IA881/transp/IA881Modelagem.pdf>>. Acesso em 20 de novembro de 2010.

MACEDO, M. et al, **Heurísticas e vieses da decisão: a racionalidade limitada do processo decisório**. Disponível em:<<http://www.scribd.com/doc/4672746/Racionalidade-Limitada-no-Processo-Decisorio>>. Acesso em: 28 de agosto de 2010.

MAXIMIANO, A. C., **Introdução à administração**. São Paulo: Editora Atlas 5 ed., 2000.

MORTIZ, G. de O. , PEREIRA, M. F., **Processo Decisório**. Disponível em: <[http://www.faad.icsa.ufpa.br/admead/documentos/submetidos/Processo\\_Decisorio\\_completo\\_word.doc](http://www.faad.icsa.ufpa.br/admead/documentos/submetidos/Processo_Decisorio_completo_word.doc)>. Acesso em: 28 de agosto de 2010.

MORE, H., WEATHERFORD, L., **Tomada de decisão em administração com planilha eletrônica**. 6 ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2005.

## CONTROLE DO PROCESSO DE AQUISIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MEDICAMENTOS NO DISTRITO SANITÁRIO V DO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA

L. C. Soares<sup>1</sup>; A. R. A. D. Soares<sup>2</sup>; E. M. Toscano<sup>3</sup>; T. L. S. Alves<sup>4</sup> e M. C. M. Cavalcanti<sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus João Pessoa.  
lidiacsoares@gmail.com – raissa\_diniz1@hotmail.com – emanuella09@gmail.com  
thais\_lopes@hotmail.com – mcmcavalcanti@hotmail.com

### RESUMO

A Administração de Materiais envolve as atividades de estoque, armazenagem, distribuição e logística. O presente estudo tem o objetivo de descrever o processo de aquisição e distribuição de medicamentos nas USFs do Distrito Sanitário V do município de João Pessoa, assim como conhecer o processo, identificar os problemas e propor soluções. Quanto aos fins pode ser caracterizado como pesquisa descritiva e aplicada e quanto aos meios é definido como um estudo de campo e bibliográfico. Os resultados apontam os processos de pedido, protocolo e entrega de medicamentos na rede que envolve a área estudada. Deve-se estabelecer um modelo único para o recebimento de medicamentos e manter o controle, para tal é imprescindível a atualização da informação através de sistemas modernos e seguros.

**Palavras-chave:** administração de materiais, distribuição, medicamentos, unidade de saúde da família

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado farmacêutico brasileiro é um dos cinco maiores do mundo. Em relação ao perfil dos consumidores deste mercado, os extremos demonstram que uma minoria de 15% da população brasileira com renda superior a dez salários mínimos consome 48% da produção destes medicamentos, enquanto que, mais da metade da população (51%), com renda até quatro salários mínimos, é responsável pelo consumo de somente 16% dos medicamentos produzidos. Os 34% que têm renda mensal entre 4 e 10 salários mínimos consomem 36% dos medicamentos do mercado (BRASIL, 1999, p.11; PESSINI, 2000; ROMANO-LIEBER, 2000). Este fato evidencia claramente que, por razão socioeconômica, o acesso à terapia medicamentosa não ocorre de forma igual na população, ficando comprometido para os milhões de brasileiros que têm baixa renda (FERRAES, 2000, p.5). O aumento constante dos preços dos medicamentos no mercado é um dos fatores que acabam levando a população aos serviços públicos (BERMUDEZ; BONFIM, 1999).

Para assegurar que qualquer cidadão brasileiro possa ter acesso a serviços de saúde de qualidade, foi formulada em 2001 a Política Nacional de Medicamentos (PNM). A Política Nacional de Medicamentos (PNM) está inserida na Política Nacional de Saúde e foi formalizada por iniciativa do MS e aprovada pela Comissão Intergestores Tripartite (CIT) e pelo Conselho Nacional de Saúde (CNS). A homologação da PNM se deu por meio da Portaria nº 3.916/GM de 30 de outubro de 1998 (BRASIL, 1999).

Por isso se torna indiscutível a importância dos serviços de saúde prestados pelo governo através, por exemplo, dos serviços oferecidos à população pelas unidades de saúde da família espalhados por todo o Brasil. Essa temática é de extrema relevância para que os gestores mantenham estes serviços com qualidade, garantindo atendimentos adequados à população e a utilização, o recebimento e a distribuição dos medicamentos de forma eficaz. Este estudo se propõe a conhecer o processo atual de distribuição de medicamentos do município de João Pessoa-PB, identificando os principais problemas existentes para distribuição e para recebimento dos medicamentos a fim de argumentar sobre como melhorar a efetividade do processo de distribuição e de recebimento de medicamentos do Distrito Sanitário V do município de João Pessoa.

## 2. ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS

A administração de materiais tem o objetivo central de decidir quando e quanto adquirir a fim de repor os estoques, realizando assim a estratégia adequada para atender as necessidades do cliente. Desenvolve um papel fundamental na busca pelo equilíbrio ideal entre estoque e consumo, fazendo uso de uma série de procedimentos, métodos e técnicas que iram garantir o funcionamento harmônico e contínuo entre as atividades existente neste sistema (VIANA, 2009).

De acordo com Gonçalves (2010), um gerenciamento de materiais bem estruturado permite as organizações diversas vantagens competitivas como a redução dos custos, a redução dos investimentos em estoques, as melhorias nas condições de compras devido a uma melhor negociação com os fornecedores e a satisfação de clientes e consumidores com os produtos proporcionados pela empresa. Segundo Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 401), administração de materiais envolve a “função de compras, expedição, gestão de estoques, gestão de armazenagem, planejamento e controle de produção e gestão de distribuição física”. A seguir analisaremos a gestão de materiais, englobando as funções principais, são elas: compras, estoque, armazenagem e distribuição. Explanaremos também a respeito de dois campos de conhecimento intrínsecos com a gestão de materiais, a logística e a cadeia de suprimentos.

## 2.1 Compras

A função compras é de primordial importância para que seja realizado um gerenciamento correto da área de materiais nas organizações. É importante ressaltar que comprar não se resume ao ato de adquirir um bem, como bem enfatiza Chiavenato (2005) “o conceito de compras envolve todo o processo de localização de fornecedores e fontes de suprimento, aquisição de materiais por meio de negociações de preço e condições de pagamento, bem como o acompanhamento do processo (follow-up) junto aos fornecedores dentro das especificações solicitadas”. Complementando esta definição tem-se Viana (2008) que afirma que “a atividade compras tem por finalidade suprir as necessidades da empresa mediante a aquisição de materiais e/ou serviços, emanadas das solicitações dos usuários, objetivando identificar no mercado as melhores condições comerciais e técnicas”. Por isso, se faz necessário, trabalhar a gestão de comprar de forma estratégica para que “sejam supridas as necessidades de materiais ou serviços, planejadas quantitativamente e satisfeitas no momento certo com quantidades corretas” (DIAS, 2009).

## 2.2 Estoque

O estoque muitas vezes é entendido como armazenamento de materiais, contudo, uma melhor definição para esta prática é dada por Chiavenato (2005) ao afirmar que “estoque é a composição de materiais – MPs, materiais em processamento, materiais semiacabados, materiais acabados, PAs – que não é utilizada em determinado momento na empresa, mas que precisa existir em função de futuras necessidades”. Ampliando este conceito tem-se Viana (2008) afirmando que “estoque são materiais, mercadorias ou produtos acumulados para utilização posterior, de modo a permitir o atendimento regular das necessidades dos usuários para a continuidade da empresa, sendo o estoque gerado, conseqüentemente, pela impossibilidade de prever-se a demanda com exatidão”; dessa maneira, estoque nada mais é do que uma reserva de materiais que serão utilizadas em tempo oportuno. O estoque passa a ser, então, uma das etapas mais importantes e o gerenciamento dele passa a ser visto como uma função estratégica para a organização, corroborando esta ideia tem-se Dias (2009) que define que “a importância da gestão de estoque é otimizar o investimento, aumentando o uso eficiente dos meios financeiros, minimizando as necessidades de capital investido em estoques”.

## 2.3 Armazenagem

A administração de almoxarifados, depósitos e centros de distribuição estão intimamente relacionadas e fazem parte de uma visão generalista da gestão de movimentação interna e saída de materiais. A armazenagem é o processo de absorver o acúmulo de materiais existentes entre os processos de produção e consumo. Nem sempre essa atividade é desejável, mas o fato é que acontece diariamente nas empresas, algumas vezes a armazenagem acontece em curtos períodos. Os materiais podem ser também armazenados, em poucos produtos, como os medicamentos no caso de uma farmácia hospitalar ou em locais grandes como no caso de galpões de distribuição para atender a necessidade de vários clientes. Nas indústrias existem almoxarifados onde é armazenada matéria-prima, insumos, produtos em processamento e produtos acabados (GONÇALVES, 2010).

O objetivo principal do armazenamento é fazer uso de forma correta e eficiente do espaço físico nas três dimensões, os armazéns devem proporcionar a movimentação fácil e rápida dos suprimentos desde recebimento até o momento da expedição. Neste sentido alguns cuidados são importantes, se a área de armazenagem é coberta ou não, a segurança patrimonial, contra incêndio e furtos, o layout adequado, a ordem, a arrumação e limpeza de forma constante, e as embalagens adequadas aos materiais (VIANA, 2009).

Um aspecto importante são os equipamentos utilizados para a movimentação e armazenagem de medicamentos. Os equipamentos devem ser adequados ao planejamento global onde estão expostas as características dos materiais, o seu acondicionamento e embalagens e o fluxo de materiais do armazém. O principal objetivo é reduzir os custos, aumentar a utilização do armazém, aumentar a produtividade,

melhorar a segurança e diminuir os riscos de acidentes dos trabalhadores e melhorar o fluxo de materiais no armazém (GONÇALVES, 2010).

## 2.4 Distribuição

A atividade de entregar o produto ao cliente final exige uma atenção especial, essa atividade é conhecida com distribuição. A distribuição é a movimentação de produtos acabados aos usuários, denominado também como atendimento de pedido, esta atividade encontrar-se intimamente ligada à movimentação e ao transporte de materiais (DIAS, 2010; VIANA, 2009; DAFT, 2010).

O transporte tem um papel fundamental na distribuição, além do mais ele constitui o fim da linha desse processo, portanto deve ser realizado com o menor custo, no menor prazo. Outro fator relevante seria a qualidade, a capacidade que o meio de transporte vai ter de manter a sua qualidade, isto diz respeito principalmente à embalagem. Com o carregamento do produto ele está exposto a riscos de avarias por causa da própria operação, daí a importância da embalagem correta para cada tipo de produto (DIAS, 2010; VIANA, 2009).

A distribuição de materiais é realizada por meios de transportes, as modalidades de transportes são: transporte rodoviário (prazos rápidos de entrega), ferroviário (cargas maiores, onde o tempo de entrega é irrelevante), aeroviário (prazo de entrega rápido), hidroviário e marítimo (prazo de entrega longo e com menores custos), e transporte intermodal (quando envolve mais de uma modalidade de transporte) (VIANA, 2009).

Um aspecto muito relevante é a estrutura da distribuição, a estrutura adequada às condições e necessidade do mercado, envolve os seguintes aspectos:

- a. Depósitos regionais e de mercadorias em trânsito: recebimento, armazenagem e expedições de materiais.
- b. Movimentação de materiais: manuseio interno dos depósitos, movimentação interna e externa dos depósitos e terminais e centros de distribuição.
- c. Transportes e fretes: determinação de roteiros para utilização dos serviços de transporte de forma mais econômica e eficiente.
- d. Embalagem e acondicionamentos: embalagem de proteção e acondicionamento, material de embalagem, serviços de carpintaria, mecanização de embalagem e enchimento.
- e. Expedição: preparação das cargas, determinação das condições de transporte, carregamento, expedição e controle cronológico das remessas (VIANA, 2009, p. 367).

## 3. LOGÍSTICA DE MATERIAIS

A logística envolve bens e informações de uma organização, a partir disso controla suas atividades através de planejamento e execução envolvendo processos do fornecimento da matéria-prima a entrega do produto final ao cliente. Para enfatizar os principais objetivos da prática Gonçalves 2010 cita que “A logística têm por finalidade assegurar a disponibilidade do produto certo, na quantidade certa, em condições adequadas, no local certo, com um preço justo para o cliente certo e com a melhor impressão.” Para vários autores a logística envolve a movimentação e armazenagem de materiais implantados e realizados da maneira mais econômica possível para maximizar os lucros presentes e futuros. Christopher (1997 apud Gonçalves 2010) acrescenta ao conceito os canais de marketing e quatro variáveis chave, são elas: valor, tempo, lugar e posse.

Como atividade-chave a logística pode ser por padrão de serviço ao cliente, transporte, fluxo de informações e processamento de pedido, armazenagem, manuseio de materiais, compras, embalagem, produção e operação e gestão das informações. Segundo Gonçalves 2010, “Redes físicas e

informativos se interligam com a finalidade de acelerar e otimizar os processos para atender a demanda de produtos e serviços”. Algumas das grandes vantagens das redes são flexibilidade e adaptabilidade pois permitem a sobrevivência da empresa mediante ao ambiente competitivo e mutante.

Ainda para Gonçalves 2010, as cadeias logísticas cresceram baseadas em tecnologias de produção sendo iniciada pela chegada dos insumos, passando pela produção, armazenagem, distribuição e entregues ao consumidor final. A gerência do fluxo de materiais é um recurso bastante utilizado por controlar todo esse processo denominado cadeia de suprimentos. A partir daí estabelecer alto grau de qualidade do serviço, no local e tempo desejados, redução de custos e satisfação para os clientes. Por isso é importante entender como gerenciar as teorias, tecnologias e informações em busca de melhorar o desempenho operacional da logística.

#### **4. POLÍTICA DE MEDICAMENTOS**

A Política Nacional de Medicamentos no âmbito de suas atribuições tem a finalidade de garantir segurança, eficácia e qualidade dos medicamentos, constituindo elementos para a implementação de ações de melhoria no acesso e assistência à saúde da população. A Lei n.º 8.080/90, em seu artigo 6.º, estabelece como campo de atuação do Sistema Único de Saúde (SUS) a “formulação da política de medicamentos (...) de interesse para a saúde (...)”. As diretrizes que constituem essa política são definidas e implantadas nas esferas federal, estadual e municipal. Possuem como prioridades relacionadas à legislação e a regulamentação os aspectos como inspeção e controle da qualidade, seleção, aquisição e distribuição de medicamentos.

A sociedade brasileira tem arraigado na sua cultura à automedicação e o uso irracional de medicamentos o que contribui para o aumento do consumo, além do aumento da população acima dos 65 anos. A promoção do uso racional de acordo com a real necessidade da população beneficia tanto o Governo nas suas três entidades como ao usuário do Sistema Único de Saúde. O mercado farmacêutico brasileiro está em um dos maiores do mundo o que torna relevante a importância da Política de Medicamentos.

Criou-se um modelo de reorientação de Assistência Farmacêutica, implementada nas três esferas do SUS, que atende à aquisição e à distribuição de medicamentos. As ações desse modelo estão baseadas na descentralização da gestão; na promoção do uso racional dos medicamentos, na otimização e eficácia dos sistemas de distribuição no setor público, assim como, atividades de seleção, armazenagem e controle, atendendo as necessidades da população segundo critérios epidemiológicos.

Independente da descentralização da gestão na aquisição, distribuição de medicamentos e transferência de recursos, os gestores da cooperação técnica e financeira devem atuar conjuntamente a fim de assegurar o abastecimento adequado, regular e ao menor custo, priorizando os medicamentos essenciais à saúde pública. O cumprimento dessas medidas é acompanhado pelo Conselho Nacional de Saúde, tomando as ações cabíveis (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2001).

Na Regulamentação do Programa de Medicamentos de Dispensação em caráter excepcional (2005), o CONASS – Conselho Nacional de Secretários de Saúde decretou como requisitos para aquisição de medicamentos o registro no Brasil, a obrigatoriedade em ser dispensados por meio de protocolo clínico e diretrizes terapêuticas definidas para o tratamento da doença, assim como o laudo médico.

Quanto à aquisição de medicamentos, segundo a Lei nº 6.360/76, no artigo 9º, as empresas fornecedoras, além da licença de funcionamento estabelecidas pela Lei integrante da Administração Pública, fica submetida às exigências referentes às instalações, equipamentos e aparelhos adequados a qualidade dos medicamentos. E no ato do registro do medicamento exige-se para o parágrafo 2º, a comprovação do cumprimento das Boas Práticas de Fabricação, reconhecidas em âmbito nacional. No artigo 138º completa ainda que todo estabelecimento destinado à produção de medicamentos deve manter inspeção autônoma, garantindo o cumprimento das boas práticas de fabricação e controle.

Quando aos meios de transporte, na Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976/Título XII, exige que os transportes adotem equipamentos que possibilitem acondicionamento e conservação capazes de certificar as condições de pureza, higiene e desinfecção referentes à salvaguarda da saúde.

As entidades do governo e secretarias juntamente com os órgãos do Ministério e demais entes do SUS, perante a Organização Mundial da Saúde são responsáveis pela eficiência e garantia das necessidades da sociedade quanto à saúde pública.

## 5. METODOLOGIA

O estudo foi realizado na Secretaria Municipal de Saúde de João Pessoa, que tem por responsabilidade a gestão plena do Sistema Único de saúde (SUS) no município. O órgão é responsável pelas ações e serviços de saúde, como também formulação e implantação de políticas, programas e projetos que visem à produção de saúde de qualidade ao usuário do SUS (JOÃO PESSOA, 2009).

Esta pesquisa pode ser caracterizada quanto aos fins como uma pesquisa descritiva e aplicada. Descritiva porque buscará descrever características da distribuição de medicamentos no município de João Pessoa, e aplicada porque esta pesquisa foi motivada pela necessidade de resolver alguns dos problemas concretos existentes no processo de distribuição de medicamentos da cidade de João Pessoa, concordando com o que diz Vergara (2009) sobre tais métodos de pesquisa. E quanto aos meios é caracterizada como um estudo de campo e bibliográfico. Pesquisa de campo porque será realizada uma investigação empírica em uma Unidade de Saúde da Família. E bibliográfica porque fez uso de fontes secundárias, são eles: os manuais e a legislação elaborada pelo SUS, e secundários, a literatura existente sobre o tema.

O universo da pesquisa é o Distrito Sanitário V da cidade de João Pessoa. A amostra de conveniência, probabilística são oito das USFs (Unidade de Saúde da Família). Os sujeitos da pesquisa foram seis enfermeiras e dois agentes administrativos (responsáveis pela farmácia da unidade), por serem estes profissionais os responsáveis pela solicitação de medicamentos para atender as necessidades dos usuários da USF.

Para a pesquisa de caráter qualitativo foi utilizado uma entrevista semiestruturada contendo nove questões que diziam respeito à maneira como é realizado a solicitação de pedido de medicamentos, as perguntas fizeram referencia a distribuição, a solicitação, a documentação, a entrega de medicamento, a conferencia de medicamento e a solicitação emergencial.

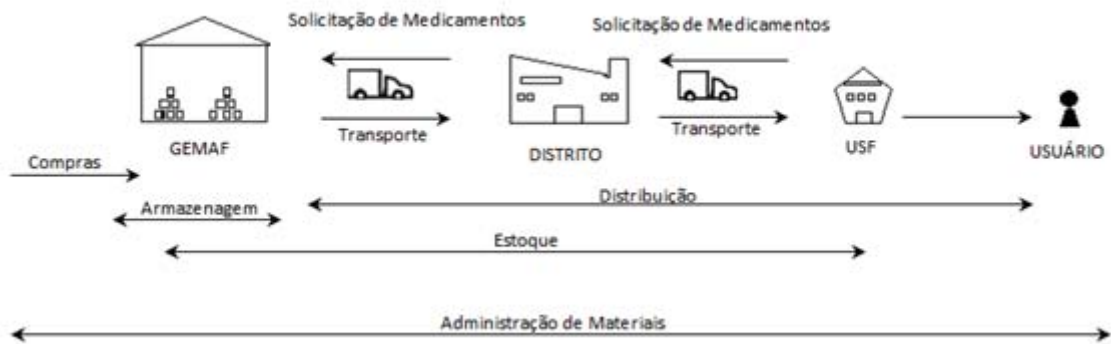
A entrevista foi agendada pela a farmacêutica do Distrito V, procedimento normatizado pela prefeitura de João Pessoa, que informou previamente aos pesquisados sobre a entrevista. Os dados foram coletados nas Unidades, no horário de trabalho de trabalho dos profissionais, os pesquisados foram informados de que a participação era voluntaria e que seria mantido o sigilo.

## 6. RESULTADOS

Na entrevista semiestruturada realizada com os profissionais das Unidades, foram encontrados os seguintes resultados:

Distribuição - os medicamentos são entregues na GEMAF. Todos os meses os distritos sanitários solicitam os medicamentos de rotina, com base nos pedidos dos meses anteriores. O transporte da Secretaria de Saúde distribui os medicamentos solicitados até o Distrito Sanitário. As Unidades de saúde da família (USF) fazem a solicitação de medicamentos, os mesmos são levados até os USFs, lá os medicamentos são distribuídos ao usuário, veja na figura 1.

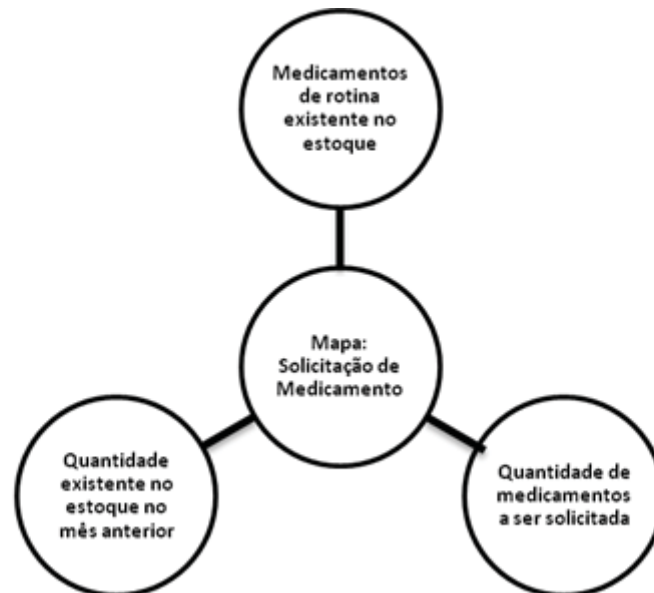




**Figura 1** Gestão da cadeia de suprimentos

Solicitação de medicamentos - na USF existe um livro de Ata onde são escritos nome, endereço, e medicamento retirado para cada paciente. A partir daí é feita uma média do que é consumido no posto, e com base no que tem em estoque, e do que é consumido mensalmente, é que é feito o pedido para o próximo mês. A solicitação é realizada por meio de uma Ficha de requisição de Medicamento, um mapa, onde é informada a quantidade que existia no estoque no mês anterior, a quantidade de medicamentos de rotina existente no estoque da USF e a quantidade a ser solicitada.

O formulário é protocolado e encaminhado ao Distrito sanitário por meio de um motoboy a serviço da secretaria de saúde. A figura 2 mostra o que é informado na solicitação.



**Figura 2** Mapa: Solicitação de medicamentos

O distrito sanitário distribui o medicamento por meio de um transporte a serviço da secretaria, assim o pedido de medicamento é enviado até a USF.

A documentação exigida para conferência de quantidade de medicamentos é o mesmo mapa que volta em duas vias a USF onde a conferência é feita pelo agente administrativo do posto, ou pela enfermeira. Este formulário, o mapa de solicitação de medicamento é o único documento necessário para a solicitação e conferência de medicamento de rotina.

Data da solicitação - o pedido rotineiro é realizado uma vez por mês, a solicitação é feita até o ultimo dia útil do mês. E entregue entre o primeiro e o sétimo dia, podendo chegar, no máximo, até o décimo dia útil do mês seguinte.

Geralmente as enfermeiras e os agentes cumprem o prazo, e enviam a solicitação até a data limite.

Algumas vezes falta medicamento na GEMAF, isso faz com que falte medicamento no distrito, ocasionando o atraso na entrega do medicamento a USF, e conseqüentemente ao usuário final.

Solicitação de emergência - no caso de algum usuário precisar de um medicamento que não tem na USF, mas seja oferecido pelo SUS, é feita uma solicitação emergencial, denominada requisição de medicamento extra, é um formulário enviado ao distrito em duas vias, por meio do transporte tipo motoboy. O motoboy retorna a USF com a medicação extra, e o formulário extra devidamente protocolado, ficando uma via na USF, e após conferência, retornando uma via ao distrito.

## 7. DISCUSSÃO

Diante dos avanços tecnológicos, das técnicas de codificação e a informática, a logística apresentou-se como ponto chave nas organizações, otimizando recursos e garantindo o caráter competitivo das empresas. Para Viana (2010) logística é uma cadeia integrada de suprimentos e distribuição que vai desde a aquisição de matéria prima ao consumidor final, garantindo ao cliente o melhor ganho possível. Viana ainda afirma que o papel estratégico da logística concentra-se em suprimentos e distribuição física, nosso foco do estudo de caso, que são funções reguladoras do ciclo logístico. Abaixo dessas funções, encontram-se a administração de compras, o planejamento de estoques, movimentação e armazenagem de materiais e transportes.

O sistema logístico focado na distribuição tem sido visto de outra forma nos dias atuais. Segundo Dias (2010) a distribuição se utiliza de um conceito comum, “é termos o produto certo, em lugar certo, na quantidade correta, no tempo certo e o menor custo”, que mostra a importância dessa etapa, pois os custos acarretados são repassados ao consumidor final, além de reduzir os lucros dos empresários. Na GEMAF o método de distribuição utilizada caracteriza-se como distribuição por meio de organização de vendas de terceiros que trata de produtos de consumo popular e acelerado. A utilização de canais de distribuição já existentes aliados às facilidades operacionais devem estar equilibradas entre as necessidades do usuário e o custo incorrido.

Viana (2010) define que a previsão de demanda utilizada pela GEMAF é a demanda aleatória, baseada em registros anteriores do material que foi estocado e que apesar de aleatória, a distribuição de probabilidades acontece devido ao comportamento irregular de consumo, variando de acordo com o tempo.

No recebimento de materiais, o fluxo divide essa função em três fases: entrada de materiais, conferência quantitativa, conferência qualitativa e regularização. Nas USFs efetuam-se apenas as duas primeiras fases. A primeira de entrada de materiais como aponta Viana (2010) acontece a recepção dos transportadores, faz-se uma triagem da documentação suporte do recebimento, encaminha para descarga e efetua o cadastramento. A segunda de conferência qualitativa, na qual é feita a confrontação do foi recebido versus o que foi enviado. Utiliza inicialmente, o princípio da “contagem cega”, conferindo a quantidade recebida, desconhecendo a quantidade faturada.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A administração de materiais gerencia os processos relacionados a estoque, armazenagem e distribuição sempre voltados a qualidade dos serviços e conseqüentemente a satisfação de seus clientes. Este estudo buscou entender como ocorre a solicitação e distribuição de medicamentos na

Gerência de Medicamentos e Assistência a Farmacêutica da cidade de João Pessoa até o Distrito Sanitário V devido a identificação por parte das autoras de alguns gargalos na gestão.

A pesquisa teve a intenção de descrever e analisar o processo, a fim de elaborar algumas propostas de melhorias. Através de uma entrevista semiestruturada com nove questões foi possível detectar que os pedidos são rotineiros sendo feitos uma vez ao mês e solicitados por formulários contendo as informações necessárias junto ao mapa de solicitação. Após o protocolo do pedido ser avaliado o transporte é feito pela própria secretária.

Diante desses dados percebemos que o problema não se encontra no processo de distribuição propriamente dito, mas sim na forma como os recursos são geridos e direcionados aos órgãos competentes. Sendo necessária uma maior atenção nos setores de armazenagem e controle de entrada e saída dos medicamentos até o seu destino final.

O sistema de recebimento de medicamentos deve ter alguns requisitos globais mínimos: entrada de materiais, conferência quantitativa, conferência qualitativa e regularização, os quais garantem racionalização das rotinas e procedimentos, maior integração entre os envolvidos do sistema, tratamento adequado de pendências e minimização de erros no processamento das informações.

Pode-se perceber que o verdadeiro problema na distribuição de medicamentos esta na falta de controle. Acreditamos que é necessário a atualização desse processo aderindo sistemas informatizados que assegurariam melhoria nos serviços, ganho de produtividade, padronização dos critérios, informação disponível para os gestores, agilização do processo de tomada de decisão, criação de um banco de dados com histórico dos usuários, pendências e tempo ocorrido de cada fase, diminuição de manipulação inadequada e atenderia a um controle efetivo de procedimentos e do sistema.

Atualmente não se concebe empresas sem gerenciamento mediante os meios informatizados. Tratando-se de saúde pública, a implementação de um sistema informatizado mais completo, ou seja, que compreenda todos os processos torna-se ainda mais relevante, no qual objetiva gerenciar estoques, reduzir imobilizado e avaliar erros de previsão, possibilitando autocompensação. Com o sistema é possível emitir relatórios e fazer análises estatísticas, garantindo a mensuração adequada de todo o processo, evitando gargalos e identificando facilmente onde ocorreu o erro.

## REFERÊNCIAS

BERMUDEZ, J.A.Z.; BONFIM, J.R.A.(org.). Medicamentos e Reforma do Setor Saúde. São Paulo: Hucitec/Sobravime, 1999.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. Departamento de Formulação de Políticas de Saúde. Política Nacional de Medicamentos. Brasília – DF, abril, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração de materiais: uma abordagem introdutória. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DAFT, Richard. L. Administração. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DIÁRIO DAS LEIS. Portal de Legislação. Disponível em: <<http://www.diariodasleis.com.br/busca/exibmlink.php?numlink=1-96-13-2001-10-10-3961>>. Acesso em: 11 de maio de 2011;

DIAS, Marco Aurélio P. Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

\_\_\_\_\_. Marco Aurélio P. Administração de materiais: uma abordagem logística. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FERRAES, A. M. B. O medicamento, a farmácia e o farmacêutico: tendências para o século XXI. Londrina, 2000. Artigo apresentado na disciplina de Saúde e Sociedade do Mestrado em Saúde Coletiva. UEL, PR. 2000a. 18p. Não publicado.

GONÇALVES, Paulo Sergio. Administração de materiais. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

JOÃO PESSOA. Secretaria Municipal de Saúde (SMS). Guia de Serviços do SUS – A saúde avança com a sua voz. João Pessoa: SMS, 2009.

Lei Nº 6.360, de 23 de setembro 1976. Disponível em: <  
[http://www.anvisa.gov.br/legis/consolidada/lei\\_6360\\_76.pdf](http://www.anvisa.gov.br/legis/consolidada/lei_6360_76.pdf)>. Acesso em: 11 de maio de 2011.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Política nacional de medicamentos. Secretaria de Políticas de Saúde, Departamento de Atenção Básica. Brasília: Ministério da Saúde, 2001.

PESSINI, L. Dia mundial da saúde e medicamentos. O Mundo da Saúde. São Paulo: São Camilo, ano 24, v.24, n. 2, p. 91-92. Mar/abr. 2000.

ROMANO–LIEBER, N. S. Política de medicamentos. O Mundo da Saúde. Ed. São Camilo, ano 24, v. 24, n.1, p. 45-50, jan/fev., 2000.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, S. C. Projeto e relatório de pesquisa em administração. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

\_\_\_\_\_. João José. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2008.

VIANA, João Jose. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Alas, 2009.

## DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA: PROCESSO QUE CONTRIBUI PARA O CRESCIMENTO PESSOAL E ORGANIZACIONAL

ARAÚJO, Patrícia Pessoa de<sup>1</sup>; OLIVEIRA, Aline Araújo de<sup>2</sup>; SANTOS, Maria Luiza Costa<sup>3</sup>; SILVA, Joana D'arc Marcelino da<sup>4</sup>; Vanessa Nunes SOBRAL<sup>5</sup>;

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa, Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa, <sup>2</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa, <sup>3</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa, <sup>4</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa e <sup>5</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa  
e-mail: [patriciadeandre@gmail.com](mailto:patriciadeandre@gmail.com), e-mail: [aline.oliveira04@gmail.com](mailto:aline.oliveira04@gmail.com)<sup>2</sup>, e-mail: [mluizacs@gmail.com](mailto:mluizacs@gmail.com)<sup>3</sup>, e-mail: [josol24@yahoo.com.br](mailto:josol24@yahoo.com.br)<sup>4</sup>, e-mail: [vannessa-nunes@hotmail.com](mailto:vannessa-nunes@hotmail.com)<sup>5</sup>

### RESUMO:

Este artigo traz como questão de estudo a importância do desenvolvimento de carreira, destacando o conceito, os critérios, as avaliações e a função do RH na empresa uma vez que o capital humano tem sido apontado pela literatura como recurso fundamental para o diferencial competitivo. Dado esse motivo, é necessário manter aqueles que são comprometidos com a política da empresa e que geram bons resultados. Nesse sentido, o estudo teve como objetivo geral verificar o desenvolvimento de carreira em uma empresa do ramo de confecções e, como objetivos específicos, identificar as habilidades mais valorizadas pela empresa para promover o desenvolvimento de carreira, verificar as estratégias utilizadas pela empresa para oportunizar o desenvolvimento de carreira dos colaboradores, no caso em estudo, vendedores e supervisores e, finalmente, relacionar as características profissionais utilizadas como critérios para promover o desenvolvimento de carreira dos colaboradores. Nossa fundamentação teórica se apóia nos estudos, de Chiavenato (2004), Bohlander *et al.* (2003), Bispo (2009), entre outros, os quais abordam aspectos relacionados ao gerenciamento do potencial humano e desenvolvimento da carreira. A pesquisa, de caráter bibliográfico, descritivo e exploratório, foi realizada através de um questionário estruturado aplicado, pelas pesquisadoras, aos colaboradores-vendedores e supervisores da empresa. Os resultados apontam que a empresa, objeto desta pesquisa, não apresenta uma política de desenvolvimento de carreira, mas oferece oportunidades de transferência e promoção. Apontam ainda que os critérios utilizados para escolha dos melhores colaboradores a situações de transferência ou promoção se baseiam em critérios relacionados com alcance de resultados, comprometimento e bom relacionamento com os colegas.

**Palavras-chave:** desenvolvimento de carreira, habilidades, função do RH

## 1 INTRODUÇÃO

O contexto atual em que as organizações estão inseridas é bastante competitivo e este cenário as impulsiona a elegerem uma estratégia que consolide um dos fatores organizacionais como determinante competitivo. E, na era da informação, as pessoas que compõem a organização são consideradas como peça fundamental para obtenção dos objetivos estratégicos.

Uma política de desenvolvimento de carreira estruturada que apresente uma sequência gradativa de cargos crescentes, com foco no planejamento de carreira futura dos colaboradores potenciais, fornece à empresa informações transparentes sobre as funções adequadas para cada colaborador, a partir das respectivas habilidades e competências. Além disso, o foco no indivíduo proporciona o enriquecimento do capital intelectual da empresa e consolida uma política de retenção de talentos que considera o homem um centro de investimento e não um custo.

Partindo dessa pressuposição, o presente estudo teve como objetivo geral verificar o desenvolvimento de carreira em uma empresa do ramo de moda e, como objetivos específicos, identificar as habilidades mais valorizadas pela empresa para promover o desenvolvimento de carreira, verificar as estratégias utilizadas pela empresa para oportunizar o desenvolvimento de carreira dos colaboradores, no caso em estudo, vendedores e supervisores e, finalmente, relacionar as características profissionais utilizadas como critérios para promover o desenvolvimento de carreira dos colaboradores.

## 2 DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA: CONCEITO E OPORTUNIDADES

As empresas tradicionalmente trabalham com planejamento e desenvolvimento de recursos humanos, o que envolve registrar a movimentação de grande número de funcionários pelas várias funções numa empresa e identificar as futuras necessidades de desenvolvimento e de preenchimento de cargos.

Segundo Chiavenato (2004), carreira é uma sequência de cargos ocupados por uma pessoa ao longo de sua vida profissional. Espera-se que essa sequência gradativa seja de cargos crescentes, seu foco é o planejamento da carreira futura de colaboradores que têm potencial.

O programa de desenvolvimento de carreira é um aspecto personalizado nesse processo por ter maior ênfase no indivíduo. A elaboração de um plano de carreira implica a relação de pensar e repensar o passado e o presente bem como o futuro de forma cautelosa e com muita transparência nas ações, envolvendo todo um trabalho de equipe. Além da participação do Departamento de Recursos Humanos da empresa, o ideal é que esta equipe seja composta por multiprofissionais, devendo ter a participação efetiva de todos os envolvidos (BOHLANDER 2003).

Pensando no alcance dos resultados, a empresa deverá liberar recursos destinados à profissionalização e ao aperfeiçoamento de seus profissionais, que, somados a envolvimento e comprometimento, irão alcançar o desenvolvimento e crescimento esperado, o que não impede que cada profissional também tome tal iniciativa.

O plano de carreira oportuniza benefícios tanto para as organizações quanto para os profissionais. Para o colaborador, essa prática traz um maior alinhamento e segurança por sentir que há um interesse genuíno da empresa por sua carreira. O profissional sente-se motivado em ir à busca de um aprimoramento das competências técnicas e comportamentais; isso, conseqüentemente, favorece, é claro, a condução do seu trabalho. Já a organização de forma geral ganha maior fidelização do funcionário, comprometimento e melhora no clima organizacional, no relacionamento empresa/colaborador. O resultado são funcionários atuando motivados, ou seja, contribui não só com

para o desenvolvimento profissional, mas também para o desenvolvimento organizacional (BISPO, 2009).

Um programa de desenvolvimento de carreira deve ser visto como um processo dinâmico que associe as necessidades da empresa com as do indivíduo. Os indivíduos são responsáveis por iniciar e gerenciar o próprio planejamento de carreira. Cada indivíduo deve identificar seus conhecimentos, habilidades, capacidades interesses e valores, como também buscar informações sobre opções de carreira para estabelecer metas e desenvolver planos de carreira. À medida que obtém informações sobre si mesmo e as usam no planejamento de carreira, os funcionários precisam saber as possibilidades de promover sua própria ascensão dentro da empresa.

Neste sentido, a empresa é responsável pelo fornecimento de informações sobre sua missão, políticas, planos e suporte para auto-avaliação, treinamento e desenvolvimento do funcionário/colaborador. O progresso significativo dessa ascensão na carreira pode ocorrer quando a iniciativa individual combina com as oportunidades dadas pela empresa.

Como acontece com outros programas de RH, a inauguração de um programa de desenvolvimento de carreira deve basear-se também nas necessidades da empresa. A avaliação das necessidades deve envolver pesquisas, discussões de grupos informais, entrevistas, pessoal de grupos diferentes, como os funcionários novos, gerentes, funcionários que não estão progredindo e funcionários técnicos. A identificação das necessidades e problemas desses grupos marca o ponto de partida para os esforços de desenvolvimento de carreira da empresa (FURBINO, 2009; CHIAVENATO 2004).

Para que tal desenvolvimento aconteça, deve-se receber total apoio da alta gerência. O colaborador, apoiado em suas ações, deve refletir sobre as metas, a cultura da empresa e a filosofia de RH, que devem estar entrelaçados. A filosofia de RH deve fornecer aos funcionários um conjunto mais claro de expectativas e direções para o desenvolvimento das próprias carreiras. Isso envolve a análise das competências exigidas para cada cargo, a progressão por cargos relacionados e a disponibilidade do talento e do potencial para preencher esses cargos. É importante que uma empresa estude seus cargos com cuidado para identificar e atribuir pesos ao conhecimento e às habilidades que cada um deles requer (FURBINO, 2009; CHIAVENATO 2004).

## **2.1 Evolução na Carreira**

Segundo Bohlander (2003), uma vez que as habilidades exigidas sejam identificadas e avaliadas de acordo com sua importância, é possível planejar a evolução na carreira que é a base para desenvolver trajetórias, linhas de avanço dentro de uma empresa.

Os sistemas de desenvolvimento de carreira estão basicamente voltados para promoções e avanços na hierarquia da empresa. As organizações de hoje, porém, estão mais dinâmicas, ou seja, com maior grau de flexibilidade e mais planas, com menos níveis hierárquicos e, por isso, formas alternativas têm sido criadas no sentido de promover o desenvolvimento da carreira.

Para o autor acima citado (idem), a carreira de um indivíduo evolui seguindo várias trajetórias diferentes: transferência, saídas e promoções. A promoção é uma mudança de atribuição para um cargo em um nível mais alto na empresa. As promoções permitem à empresa utilizar as habilidades e as capacidades de seu pessoal de maneira mais efetiva; geralmente os critérios principais para determinar a promoção são o mérito, o tempo de serviço e o potencial do colaborador.

Em relação à transferência, trata-se da alocação de um funcionário em outro cargo para o qual deveres, responsabilidades e remuneração são iguais aos do cargo anterior, que exige do funcionário mudança de grupo de trabalho, local de trabalho ou de unidade; esta oportunidade possibilita à empresa alocar seus funcionários em cargos onde haja uma necessidade maior de serviços, exigindo, algumas vezes, conhecimentos e habilidades apresentados pelos candidatos, de forma a lhes garantir ascensão profissional.

Quando se esgotam as possibilidades de mudanças que podem acompanhar a progressão de carreira dentro de uma empresa, a opção pela saída acontece naturalmente, principalmente, quando o indivíduo percebe que seu cargo não corresponde às suas expectativas e que são limitadas as oportunidades de carreira dentro da empresa. Ao mesmo tempo, o colaborador reconhece as necessidades que outras empresas têm de empregar funcionários de talento, ou seja, muitos colaboradores estão descobrindo que as melhores opções de carreira podem envolver a mudança de empresa.

Dessa forma, as empresas precisam ser mais flexíveis no sentido de definir políticas de RH para que promovam e estimulem o planejamento e desenvolvimento de carreira, de forma a garantir continuidade ao processo de mudança na carreira profissional, tanto em nível vertical com a conquista de funções hierarquicamente superiores, como em nível horizontal com a aquisição de novos conhecimentos e habilidades.

## 2.2 Gerenciando o Potencial do Colaborador

O foco do planejamento de carreira é no desenvolvimento e não na promoção, ou seja, o enfoque é para a ocupação de posições complexas.

Uma das técnicas mais utilizadas para ajudar na descoberta de interesse e do potencial dos colaboradores está relacionada com os testes psicológicos. As projeções de promovabilidade ajudam a organização a identificar seus possíveis talentos através do julgamento feito pelo gerente sobre determinado funcionário (BOHLANDER, 2003; CHIAVENATO, 2004).

Já o Centro de Avaliação é o processo pelo qual o indivíduo é avaliado enquanto participa de uma série de situações que poderiam enfrentar no trabalho. Os exercícios usados nos centros devem refletir o cargo para o qual a pessoa está sendo avaliada.

Outro método, os inventários de habilidades ou de talentos, é uma ferramenta importante para o desenvolvimento de carreira. Esses levantamentos fornecem uma indicação das habilidades dos funcionários bem como de seus interesses e experiências.

Seguindo o raciocínio de Bohlander (2003) e Chiavenato (2004), no mapeamento das oportunidades de carreira e nos requisitos de suas empresas, os gerentes devem conhecer a base de talentos que tem à sua disposição. Isso começa com o uso da avaliação de desempenho e passa para outros métodos mais sofisticados.

As avaliações de desempenho são decisivas para a carreira e o desenvolvimento. Funcionários com sucesso no desempenho são bons candidatos à promoção e os que têm um desempenho não tão satisfatório podem precisar de uma transferência para outra área.

Segundo Bohlander (2003), a gestão deve fornecer um conjunto de ferramentas e técnicas que ajudam os funcionários a medir seu potencial para o sucesso na empresa. Entre estes, o aconselhamento informal, o qual consiste em informações sobre assistência educacional, administração de salário e requisitos de cargo. Outras ferramentas utilizadas pelos funcionários são os manuais de carreira e os *workshops* de planejamento de carreira.

Os manuais práticos de planejamento de carreira são utilizados pelas empresas; estes manuais têm o objetivo de orientar individualmente os seus funcionários por meio da auto-avaliação sistemática de valores, interesses, capacidades, metas e planos de desenvolvimento pessoal.

Já os *workshops* oferecem a vantagem de fornecer uma chance para comparar e discutir atitudes, preocupações e planos com outras pessoas em situações parecidas, e têm seu foco no atual desempenho do emprego. Estas ferramentas ajudam os colaboradores a assumir responsabilidades



pelas próprias carreiras, a tomar decisões, estabelecer metas, criar várias opções, buscar informações de planejamento e, ao mesmo tempo, construir confiança e auto-estima.

O aconselhamento de carreira consiste em conversas com funcionários a respeito de suas atividades e desempenho atuais, seus interesses e metas de carreira, suas habilidades e objetivos de desenvolvimento de carreira adequados.

O treinamento para o autogerenciamento de carreira focaliza a experiência pessoal em longo prazo. Onde os funcionários realizam auto-avaliações para aumentar a consciência das próprias atitudes e valores de carreira, além disso, incentiva a estender seu ponto de vista para além da próxima promoção da empresa, visando expandir as oportunidades de mercado.

Mentoreação é um trabalho essencialmente profissional de acompanhamento de carreira pessoal, de forma técnica, emocional e estratégica com o objetivo de ajudar um determinado profissional a alcançar seus resultados da melhor forma possível. A maioria dos relacionamentos de mentoreação ocorre informalmente, porém existem empresas que desenvolvem planos de orientação formal, com designação de um mentor para funcionários com possibilidades de ascensão na empresa. O aprendizado focaliza, além de metas, oportunidades, expectativas, padrões e assistência na realização do potencial de uma pessoa.

As funções de orientação dividem-se em duas categorias amplas: funções de carreira e funções psicossociais. Funções de carreira são aspectos do relacionamento que possibilitam a ascensão da carreira, como, promoção, treinamento, proteção, desafios, exposição e visibilidade. Funções psicossociais são fatores responsáveis pela melhoria da identidade e efetividade no papel profissional do orientando: modelagem de papel, aceitação e confirmação, aconselhamento e amizade. Quando bem realizado, o processo de orientação traz benefícios para o aluno e para o mentor (BOHLANDER, 2003).

### **2.3 A função RH no planejamento de carreiras**

As pessoas vivem um momento em que as organizações exigem cada vez mais atualizações em seus currículos e não prometem mais tanta longevidade no cargo. Nessa situação organizacional é importante que os gestores estejam preparados para auxiliar os colaboradores a terem atitudes positivas estimulando a criatividade. Empresas que têm atitudes de saber ouvir e inovar encontram mais facilidade na resolução de seus problemas (FONSECA, 2009).

A função do gestor de RH é saber ouvir as intenções dos colaboradores; por outro lado, o funcionário deve ter em mente qual o seu objetivo de vida, o que possibilita ao gestor conseguir uma sinergia entre a intenção da empresa e a do empregado.

Um plano de carreira quase sempre exige assessoria especializada e, muitas vezes, em conjunto com o RH da empresa. Os profissionais da área de Recursos Humanos devem estar aptos para desenvolver políticas de crescimento e para dar auxílio nos planos de carreiras dos empregados sem perder a sinergia com o plano de carreira da organização. Desta forma, a organização escolhe as pessoas certas para os cargos certos e com isto os objetivos estratégicos são plenamente alcançados.

## **3 METODOLOGIA**

O presente estudo pode ser caracterizado como uma pesquisa bibliográfica, tendo em vista o levantamento de dados teóricos em livros, revistas, *sites*; podendo ser considerado também como uma pesquisa descritiva e exploratória, uma vez que buscou informações, através de observações não sistematizadas e através de um questionário.

O questionário, composto por questões objetivas, foi elaborado pelas pesquisadoras e aplicado aos colaboradores internos da empresa Cattão e Cia. A ausência de identificação por parte dos pesquisados permitiu mais liberdade e segurança ao colaborador para mostrar sua realidade.

O contexto desta pesquisa é uma empresa que tem como produtos, roupas e acessórios, e possui no quadro funcional uma média de 300 colaboradores internos, localizada nas cidades de Salvador, Recife, São Luiz e João Pessoa. Para fins deste estudo, a amostra escolhida foi os colaboradores que atuam nas funções de vendedor e de supervisor, em uma das grandes lojas da cidade João Pessoa.

Os dados apurados foram analisados através da abordagem quanti-qualitativa, enfatizando as variáveis e características de forma a responder aos objetivos propostos para o estudo e que estão relacionadas com o desenvolvimento de carreira.

#### 4 ANÁLISE DOS DADOS

A pretensão do estudo é verificar o processo utilizado para o desenvolvimento de carreira em uma empresa de confecções, identificando as habilidades apresentadas pelos colaboradores e que são valorizadas pela organização, verificando as estratégias utilizadas para oportunizar o desenvolvimento de carreira dos funcionários, no caso, vendedores e supervisores e, relacionando as características profissionais e critérios utilizados para promover o desenvolvimento de carreira dos colaboradores.

Como demonstrado na tabela 01, a pesquisa revelou que, para o desenvolvimento de carreira na empresa, as vendedoras pesquisadas afirmaram que se faz necessário apresentar principalmente as habilidades de relacionamento humano, principalmente nos aspectos relacionados com o atendimento ao público externo e com o relacionamento com os colegas do trabalho, mas também o conhecimento técnico relacionados com as técnicas de vendas de forma a garantir o alcance de resultados.

**Tabela 1 - Habilidades básicas**

TIPO	%
Habilidade Humana (atendimento ao cliente, relacionamento com os colegas de trabalho)	100%
Conhecimento técnico (domínio e segurança na execução das tarefas)	83,33%
Conquista de resultados (atingir metas)	66,66%

Fonte: Dados da pesquisa/2009

É possível verificar que na opinião das vendedoras o fator determinante para o exercício profissional é a habilidade humana, o que foi reconhecido por todos os pesquisados como a habilidade básica para garantir um bom atendimento ao cliente. E, é esta habilidade que os gestores mais valorizam quando fazem uma avaliação do desempenho dos empregados.

De acordo com Bohlander (2003), a carreira do colaborador interno pode ser avaliada através das oportunidades de promoções, já que é através deste mecanismo que a empresa utiliza as capacidades de seu pessoal de maneira mais efetiva e, geralmente, o critério principal para determinar a promoção é o potencial do colaborador identificado através das suas habilidades.

Assim, parece que para a realidade pesquisada a habilidade humana pode ser apontada como a que tem mais peso na hora de se escolher o melhor candidato a uma promoção.

Em relação às possibilidades oferecidas pela empresa para promover o desenvolvimento na carreira, foi constatado que para a maioria das vendedoras o treinamento é a estratégia que pode mudar os aspectos pessoais e profissionais, no sentido de capacitação para o desenvolvimento de novas atitudes, relacionadas com os objetivos da empresa e que enfocam basicamente o atendimento de qualidade e o alcance de resultados. Entretanto, parece que a empresa estudada não tem investido sistematicamente nesta prática, pois as pesquisadas reconhecem que no contexto profissional, cabe à própria pessoa procurar alternativas que lhes oportunizem crescimento pessoal, como cursos, seminários, palestras e a continuação dos estudos em nível superior.

Essas informações estão demonstradas nas falas das vendedoras “A” e “B”, abaixo transcritas e permitem constatar que os profissionais pesquisados estão preocupados em garantir suas próprias empregabilidades, já que as empresas não têm reconhecido seu colaborador como capital intelectual e que pode ser o diferencial em relação aos concorrentes.

Vendedora A: “....precisamos de treinamentos e cursos para mantermos atualizados nossos conhecimentos....a empresa não oferece oportunidade de treinamento, só informações básica relacionadas como as metas mensais....”

Vendedora B: “....quem tem interesse de se melhorar tem que procurar fazer seus cursos por fora, pois a empresa não oferece nada...”

Na visão dos supervisores, as características marcantes de um bom profissional de vendas é atender bem aos clientes, atingir metas além das estipuladas, e para isso é preciso que sejam pessoas extrovertidas, persuasivas, criativas e que sabem lidar com os diferentes públicos, as quais estão demonstradas no quadro 01 e apresentadas de acordo com a ordem de importância para o exercício da profissão.

- |                          |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Pessoas Extrovertidas              |
| <input type="checkbox"/> | Facilidade de lidar com as pessoas |
| <input type="checkbox"/> | Foco nas vendas                    |
| <input type="checkbox"/> | Persuasão                          |
| <input type="checkbox"/> | Criatividade                       |

**Quadro1- Características ideais do profissional**

Fonte: Dados da pesquisa/2009

Dessa forma, pode-se afirmar que, também para os supervisores da empresa pesquisada, a habilidade mais decisiva para o desenvolvimento de carreira em uma empresa do ramo de confecções é a humana, já que foram enaltecidas as características de extroversão, persuasão criatividade e, nesse contexto parece que são esses os critérios que a empresa utiliza para oportunizar o desenvolvimento de carreira.

Em relação às estratégias utilizadas pela empresa para promover o desenvolvimento profissional dos colaboradores e que foram enfatizadas pelos supervisores, foi verificado que, assim como foi apontado pelos vendedores, o treinamento é fundamental para poder incentivar o autodesenvolvimento e também o acompanhamento dos resultados, como pode ser constatado com a fala do supervisor, transcrita abaixo.

Supervisor A: "...é preciso treinamento, mas existem poucos treinamentos....mas tem que bater as metas sempre, de qualquer jeito...".

Segundo Bohlander (2003), a gestão deve fornecer um conjunto de ferramentas e técnicas que ajudem os empregados a medir seu potencial para o sucesso na empresa. Entretanto, apesar dos supervisores terem enfatizado a atividade de treinamento como um critério fundamental para o desenvolvimento de carreira, foi constatado que as vendedoras só têm oportunidade de treinamento uma vez ao ano, geralmente com o foco no atendimento ao cliente. Esta informação apresentada pelos supervisores vem corroborar com a fala das vendedoras pesquisadas, apresentadas no parágrafo anterior.

Os supervisores, ainda reconhecem que a possibilidade de promoção está diretamente associada com os resultados apresentados pelo profissional, ou seja, com as metas estabelecidas pela empresa. Além disso, os vendedores, assim como os supervisores, devem estar comprometidos com as normas da empresa, as quais estão relacionadas com os horários e jornada de trabalho, as condutas de comportamento profissional e disponibilidade para novas atribuições.

Como ressaltado por Furbino (2009) e Chiavenato (2004) a identificação das necessidades e problemas dos colaboradores internos, marca o ponto de partida para os esforços de desenvolvimento de carreira da empresa. E, só dessa forma é possível incentivar um alto grau de comprometimentos com os valores e objetivos organizacionais. Sem a escuta ativa, envolvimento e participação, os colaboradores não se sentem comprometidos com as normas da empresa.

Fazendo uso de observações, quando no momento da aplicação dos questionários, cabe registrar que em relação ao critério de promoção para o cargo de gerente, os colaboradores do sexo masculino parecem usufruir de um benefício maior, o que sugere certo preconceito para com as colaboradoras do sexo feminino, já que foi possível registrar que das 06 (seis) lojas em João Pessoa, em 05 (cinco) a gerência é ocupada por homens. Assim, parece que nesta empresa, as mulheres ocupam a função de vendedoras e os homens assumem a posição de gerente, o que nos permite inferir que os conceitos de diversidade social e sua importância no contexto profissional, estudados na literatura, ainda estão muito distantes da realidade do mundo do trabalho.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa evidenciou através dos dados coletados que na empresa pesquisada não existe um plano de desenvolvimento de carreira formal, na verdade, o que existe é a possibilidade de promoção, a partir dos resultados apresentado pelos colaboradores.

Considerando os estudos realizados, a partir da literatura consultada, é possível afirmar que a empresa adota um programa de desenvolvimento de carreira através dos mecanismos de transferência ou de promoção e que, de fato, os determinantes para este processo envolvem a habilidade humana e a habilidade técnica, direcionadas respectivamente com o relacionamento humano e com o exercício da função. E para que a empresa possa avaliar o funcionário e então proporcionar o crescimento, são colocadas metas para avaliar a habilidade técnica e questionários entre os funcionários e clientes para verificar as habilidades humanas. O colaborador que tem um desenvolvimento de carreira dentro da organização é aquele que vende mais, tem um bom relacionamento com clientes externos e internos e ainda a capacidade de resolver problemas.

Finalmente, cabe destacar um aspecto que provavelmente limitou o estudo está associado ao comportamento de resistência por parte dos supervisores da loja, demonstrando indiferença e desconfiança, na medida em que apresentaram respostas curtas, sem permitir explicações e, dessa forma, inibindo o comportamento dos demais pesquisados.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. Elsevier Editora. São Paulo, 2004.

BISPO, Patricia. **Qual a importância do planejamento de carreira?** . Disponível em: < [www.rh.com.br](http://www.rh.com.br)>  
*Acesso em: 15 maio 2009.*

BOHLANDER, George; SHERMAN, Arthur; SNELL, Scot A. **Administração de Recursos Humanos**. Thomson Pioneira Editora. São Paulo, 2003.

FONSECA, Katia T.; **O papel do RH no planejamento de carreira.** . Disponível em: < [www.rh.com.br](http://www.rh.com.br)>  
*Acesso em: 15 maio 2009.*

FURBINO, Marizete. **Plano de Carreira: sua empresa tem que fazer um!**. Disponível em  
<[www.rh.com.br](http://www.rh.com.br)> *Acesso em: 15 maio 2009*

## DIAGNÓSTICO DE CULTURA ORGANIZACIONAL EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR NO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

Katyanna Amélia Moura do Nascimento<sup>1</sup>, Jefferson Cavalcante Ferreira<sup>2</sup>, Helisabela do Nascimento Pereira Danjour<sup>3</sup> e Miler Franco Danjour<sup>4</sup>.

<sup>1, 2 e 4</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Natal-Zona Norte, <sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte

katy.anna@hotmail.com<sup>1</sup> – jefferson.ferreira@ifrn.edu.br<sup>2</sup> - helisabelad@yahoo.com.br<sup>3</sup> – miler.danjour@ifrn.edu.br<sup>4</sup>

### RESUMO

O presente estudo apresenta como objetivo geral analisar as tipologias de cultura organizacional presentes nas Instituições de Ensino Superior do Estado do Rio Grande do Norte. Portanto, foi utilizado um estudo do tipo descritivo, de natureza predominantemente quantitativa, com as 31 Instituições de Ensino Superior que atuam no Estado do Rio Grande do Norte. Para o levantamento dos dados foi utilizado um questionário com 35 e cinco questões sendo 5 para identificar características gerais das IES e 30 para identificar a tipologia cultural (Paz e Mendes 2008) destas organizações. Os dados foram tratados por meio do cálculo da média e do desvio padrão, além do cálculo de testes de média para identificar a possível relação da cultura organizacional com características gerais das IES. Os resultados do presente estudo indicaram a existência de um estilo cultural empreendedor como predominantes na maioria das 31 instituições estudadas, sendo também identificados os estilos burocráticos e afiliativos. Quanto às características gerais das IES identificadas: como a natureza administrativa, tempo de atuação no mercado, quantitativo de cursos de graduação oferecidos, número de funcionários e modalidade de funcionamentos dos cursos, relacionando-as com os estilos culturais destas instituições, identificou-se que essas características pouco influenciaram a definição das culturas das IES. Por fim, fica como recomendações para estudos futuros, a realização de pesquisas longitudinais para identificar a evolução natural das culturas adotadas pelas IES do RN, além da realização de estudos para comparar os resultados desta pesquisa com a realidade de outras regiões do país.

**Palavras-chave:** Cultura Organizacional. Instituições de Ensino Superior. Rio Grande do Norte.

## 1. INTRODUÇÃO

A cultura organizacional passa a ser considerada e aplicada ao mundo dos negócios com o surgimento da abordagem comportamental das organizações que se propõem a estudar as manifestações sociais do indivíduo e sua forma de interferência em um contexto organizacional.

Desta forma, o conceito de cultura organizacional segundo Morgan (1996), refere-se primordialmente aos hábitos e comportamento de um ou mais grupos de indivíduos que compõem a instituição.

Sendo estes indivíduos, parte fundamental do processo vital de uma organização, pode-se afirmar que estes são influenciados e influenciarão todas as dimensões da vida organizacional, o que tem levado os gestores, em um contexto de crescente turbulência e mudanças organizacionais, a desenvolverem um padrão de cultura que permita aos indivíduos terem uma postura proativa favorecendo a participação ativa em todos nos processos de mudanças (SCHNEIDER, 1996).

Assim, o presente estudo destaca o atual momento de expansão vivenciado pelas organizações de ensino superior no país. Desta forma, observa-se segundo dados do INEP (2009), um significativo aumento no número de Instituições Ensino Superior – IES no país entre os anos de 1997 e 2007, apresentando uma pequena desaceleração no crescimento no quantitativo dessas instituições apenas no ano de 2008, totalizando 2.252 IES, 29 a menos que no ano anterior.

Ao contextualizar os números do ensino superior no Estado do Rio Grande do Norte – RN, segundo dados do INEP (2009) no ano de 2000 esse estado tinha registrado junto ao Ministério da Educação – MEC um total de 08 IES cadastradas. Esses números de IES no estado do RN de acordo com dados do E- MEC (2010) aumentaram para 45 IES que desenvolvem suas atividades tanto na modalidade presencial quanto a distancia. Esse aumento no número de IES no estado do RN se deu acompanhando a tendência nacional de expansão do ensino superior no Brasil.

Desta forma, Mintzberg e Rose (2003, p. 272, 287) afirmam que as Instituições de Ensino Superior “são organizações que respondem continuamente às demandas ambientais porque existem muitos atores internos capazes de respostas independentes, sendo estas capazes de reagir aos interesses, demandas e pressões da comunidade que a rodeia.”

Para tal fim, é necessário que os gestores dessas IES passem a conhecer os seus padrões culturais para que só assim sejam capazes de desenvolverem estratégias capazes de integrar as necessidades internas das organizações com as exigências externas de seu ambiente (VIZEU E GONÇALVES 2010).

Neste contexto de transformações vivenciadas nas instituições de ensino superior em todo país o presente estudo busca responder a seguinte questão central de pesquisa: Quais as tipologias de cultura organizacional presentes nas Instituições de Ensino Superior do Estado do Rio Grande do Norte?

## 2. CONCEITUANDO E DISCUTINDO CULTURA ORGANIZACIONAL

Ao se estudar cultura organizacional identifica-se duas correntes teóricas dispostas a conceituar. Um delas trabalha o conceito de cultura organizacional como um fenômeno antropológico e a outra estuda a cultura organizacional dentro de uma perspectiva funcional, ou seja, a cultura organizacional é formada e administrada de acordo com as percepções do fundador e primeiros líderes (SCHEIN, 2009).

Dentro de uma visão antropológica Motta (2006, p. 40 e 41) afirma que a cultura organizacional é formada “por um complexo coletivo de representações mentais que ligam o material-imaterial, a infra-estrutura e as superestruturas”. Dentro desta perspectiva a cultura organizacional é formada a partir de uma relação de interdependência entre a “cultura de empresa, em termos mais gerencial, e as estruturas sociais, a história, a formação de seu povo, o inconsciente

impregnado no coletivo humano, as leis, a moral, enfim, todos os fatores formadores dos traços de seu povo.

Contribuído com esta visão Morgan (1996, p. 125) identifica como sendo a maneira mais fácil de identificar a natureza da cultura em uma organização seria observar o dia-a-dia do grupo como um antropologista. Assim, este autor afirma que “as características de uma cultura que estão sendo observada gradualmente se tornarão evidentes à medida que se conheçam os padrões de integração entre os indivíduos, a linguagem que é utilizada, imagens e temas discutidos e rituais da rotina diária.” Desta forma ao se explorar os elementos racionais da cultura formada nas organizações pode-se obter explicações históricas para como decisões e ações são direcionadas no dia-dia da organização.

Com uma percepção diferente das trabalhadas pelos autores antropologistas uma nova corrente de autores vem trabalhando o conceito de cultura organizacional dentro de uma perspectiva funcionalista o que Zaccarelli (1986, p. 58) chama de um conceito de cultura organizacional escrito em “administrês”.

Dentro desta corrente destaca-se a visão de Schein (2009, p. 16) que conceitua cultura organizacional como sendo:

[...] um padrão de suposições básicas compartilhadas, que foi aprendido por um grupo à medida que solucionava seus problemas de adaptação externa e de integração interna. Esse padrão tem funcionado bem o suficiente para ser considerado válido e, por conseguinte, para ser ensinado aos novos membros como modo correto de perceber, pensar e sentir-se em relação a esses problemas.

Partindo da concepção de Schein (2009) sobre cultura organizacional e incorporando elementos da política, Fleury (2007, p.22) concebe a cultura organizacional como sendo “um conjunto de valores e pressupostos básicos expressos em elementos simbólicos, que em sua capacidade de ordenar, atribuir significações, construir a identidade organizacional”, agindo tanto como instrumento de comunicação e consenso quanto deixando oculto e até instrumentalizado as relações de dominação na organização.

Pettigrew (2007, p. 147) apresenta em um nível mais profundo a cultura como “ um conjunto mais complexo de valores, crenças e pressupostos que definem os modos pelos quais uma empresa conduz seus negócios.” Esse autor defende que essas crenças e pressupostos são manifestos nas estruturas, sistemas e símbolos, mitos e padrões de recompensas presentes no ambiente organizacional.

Por fim Richter (2002. p.33 - 36) define cultura organizacional como sendo “uma forma de interpretação da realidade organizacional que se transforma numa ‘fôrma’ ou molde para lidar com as questões organizacionais”. Todavia, este autor destaca que a “essência da construção da cultura organizacional parece estar localizada no próprio domínio psíquico dos integrantes da organização”. O domínio psíquico seria o aspecto central da postura ou interpretação que os membros da organização têm com relação ao conhecimento.

### **3. CULTURA ORGANIZACIONAL A PARTIR DO MODELO PAZ E MENDES**

Para Paz e Mendes (2008) o modelo denominado de Estilos de Funcionamento Organizacional tem por objetivo proporcionar uma compreensão da cultura organizacional a partir dos padrões comportamentais compartilhados pela maioria dos membros de uma organização, que se estruturam tomando por parâmetro as relações simbólicas que as pessoas estabelecem com suas organizações.

Desta forma, Paz, Mendes e Gabriel (2001) entendem que mesmo um indivíduo na fase adulta que possua seus traços de caráter em equilíbrio ou até mesmo a predominância de um deles,



quando submetido a um contexto organizacional pelas relações simbólicas entre eles apresentam padrões comportamentais de regressão a fase mais primária do desenvolvimento infantil.

Observando esses pressupostos teóricos Paz e Mendes (2008) desenvolveram inicialmente cinco estilos de funcionamento das organizações tomando por base os estudos de Gabriel (1999) acerca das relações entre indivíduo e organizações dentro de uma perspectiva psicanalítica Freudiana que estuda das fases de desenvolvimento da sexualidade infantil.

Estes estilos de funcionamento das organizações propostos por Paz e Mendes (2008) são identificados como: individualista, burocrático, afiliativo, empreendedor e cívico. Desta forma serão apresentadas as principais características desses estilos.

- Estilo de funcionamento individualista apresenta os padrões de comportamento mais infantil da fase de desenvolvimento, neste estilo os indivíduos estabelecem uma fusão com a organização, no qual os vínculos se desenvolvem como se fossem filiais. Desta forma evidencia-se uma grande necessidade dos indivíduos por atenção buscando de forma contundente atender as suas necessidades individuais sem considerar o grupo. Para as autoras este estilo não proporciona o crescimento organizacional devido a essas características primárias e são usados como estratégias para se desenvolver vínculos de afetividades dos indivíduos com a organização.
- O estilo de funcionamento burocrático caracteriza-se por apresenta padrões culturais que valorizam o controle das normas e regras. O processo de mudança organizacional nesse tipo de cultura e visto como algo indesejado, os indivíduos não conseguem lidar com processos criativos gerando uma busca pela manutenção normativa do trabalho. A estrutura favorece a manutenção do relativo conforto dos seus membros, vivenciado no sistema de regras, tempo, rotinas e controle. As relações sociais são marcadas pela pouca afetividade entre os indivíduos e laços fracos. Por fim esse estilo devido as suas peculiaridades de controle e resistência a mudança provoca dificuldades para o amadurecimento da organização tornando-se essa eficaz, porém, não atingindo e eficiência frente ao processo de mudança organizacional.
- O estilo de funcionamento afiliativo ver a organização como um grupo perfeito refletindo sentimentos de orgulho, confiança e auto-estima. Desta forma, essa percepção provoca uma miopia na qual as pessoas ficam incapazes de perceber ou aceitar os problemas e conflitos que emergem no cotidiano organizacional, muitas vezes por receio de quebrar a unidade existente em sua corporação. Outro ponto importante a ser destacado á a forte submissão dos indivíduos as percepções dos líderes da organização, no qual essas pessoas passam a aceitar ordens sem questionar a sua qualificação apenas por respeito à autoridade do seu chefe. Todavia por mais que exista uma associação deste estilo com a fase fálica a organização não apresenta um nível de maturidade satisfatória o que ameaça o seu desenvolvimento.
- O estilo de funcionamento empreendedor apresenta padrões de cultura organizacional voltado para inovação busca de novos desafios por parte dos membros da organização. Os membros dessas organizações buscam ser admirados e encaram as suas frustrações como agente motivacional para buscar novos desafios, a hierarquia pode ser usada como um meio para alcançar seu ideal de perfeição contido no ego ideal. Esses padrões comportamentais descritos neste padrão cultural podem ser identificados em organizações voltadas para competição em ambientes que estão em fase de constantes mudanças. Todavia é importante atentar que apesar desse estilo ser mais desenvolvido que os anteriores ele pode provocar dificuldade quando a busca pelo poder estiver acima de outros valores igualmente relevantes para a dinâmica organizacional.

- O estilo de funcionamento cívico é considerado o mais amadurecido dos estilos no que diz respeito às escolhas objetivas e alvos e objetivos da satisfação pulsional. Esse estilo de cultura apresenta pessoas, motivadas com suas atividades, valorizando as responsabilidades como provisionais e obedecendo as regras organizacionais, toda via os indivíduos não idealizam uma organização perfeita e as normas podem ser contestadas e adequadas de acordo com as necessidades do grupo. Esse padrão cultural valoriza os valores de cidadania e busca o bem comum dos seus agentes, respeitando os limites, estabelecendo e respeitando os direitos e deveres, estabelecendo dessa forma, uma relação de confiança múltipla dos indivíduos na organização.

Após apresentado o modelo teórico dos estilos que regem o funcionamento das organizações Paz e Mendes (2008), elaboram uma proposta de instrumento de intervenção para identificar estes estilos nas organizações.

Para a construção do instrumento, Paz e Mendes (2008) realizou uma pesquisa qualitativa com membros de diferentes que totalizaram 20 indivíduos. A análise de conteúdo dessas entrevistas permitiu a construção de categorias para cada estilo de cultura organizacional, todavia, os estilos empreendedores e cívicos se apresentaram de maneira muito semelhante.

Por fim, Paz e Mendes (2008, p. 170), “agrupou itens dos estilos empreendedor e cívico, passando a ser denominado de estilo de funcionamento empreendedor, em função da proximidade com o contexto organizacional atual.”

#### **4. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS**

Quanto aos seus objetivos a pesquisa é classificada como descritiva. Segundo Collis e Hussey (2005, p. 71) esse tipo de pesquisa “tem como objetivo entender os fenômenos, descobrindo e mensurando relações causais entre eles”. Quanto aos procedimentos este estudo classifica-se com sendo uma survey analítica, que segundo Collis e Hussey (2005, p. 71) é uma metodologia positivista que a partir de uma amostra representativa da população permite realizar inferências sobre esta, além de “determinar se há alguma relação entre diferentes variáveis”, necessitando que o pesquisador identifique as variáveis dependentes e independentes do seu estudo. Por fim, quanto à natureza o estudo é quantitativo no que diz respeito à classificação das estratégias genéricas, tipologia de cultura organizacional e estabelecimento das possíveis relações entre estas variáveis.

A população deste estudo foi composta por 32 gestores das 32 Instituições de Ensino Superior que possuem sede física no estado do Rio Grande do Norte. Por abranger todas as Instituições de Ensino Superior que possuem sede física no estado do Rio Grande do Norte, o presente estudo foi classificado como do tipo censitário, não se utilizando assim, uma amostra.

Os dados nesta pesquisa foram coletados por meio da aplicação de questionário, com um total de 74 perguntas em escala de Likert. Este instrumento foi dividido em 30 questões elaboradas com base no modelo teórico proposto por Paz e Mendes (2009) - denominado de Escala de estilos de funcionamento organizacional – EEFO, validado com índices de precisão Alfa de Cronbach variando de 0,79 a 0,83, que buscou identificar as tipologias culturais.

Os questionários foram aplicados presencialmente com os 23 gestores das IES que possuem sede na região metropolitana de Natal e por meio do correio eletrônico com os 09 gestores cujo IES possuem sede fora da região metropolitana de Natal.

Os dados provenientes da pesquisa quantitativa de cultura se deu com a utilização do instrumento de Paz e Mendes (2008) presente no Apêndice “C” do presente trabalho. O instrumento foi analisado observando as 30 variáveis propostas no questionário que utilizam uma escala de 5 pontos para avaliação da cultura organizacional do IFRN. A técnica estatística empregada para a identificação da tipologia de cultura organizacional predominante na organização possibilitou também a identificação de subculturas. Para tal foi empregado a técnica estatística de medição de

localização que segundo Collis e Hussey (2005, p. 200) “é uma maneira conveniente de descrever uma grande distribuição de freqüência por meio de um único valor.”

Assim, conforme proposto por Paz e Mendes (2008) a apuração dos resultados utilizado o EEFO foi realizada com o calculo da média em relação a escala de 5 pontos com variação de 0 a 4, no qual o ponto médio foi considerado como sendo 2 , sedo as medidas próximas a esse ponto consideradas como uma presença moderada de determinado estilo, enquanto acima de 2,5 o padrão foi considerado predominante e abaixo de 1,5 o padrão foi considerado pouco característico, as variáveis que determinam cada estilo de cultura organizacional pode ser identificada no Apêndice “A” desta pesquisa. Além do calculo da média foi realizado testes de diferença entre as médias como o teste T-Student para duas amostras em par para médias bem como analise dos desvios padrões.

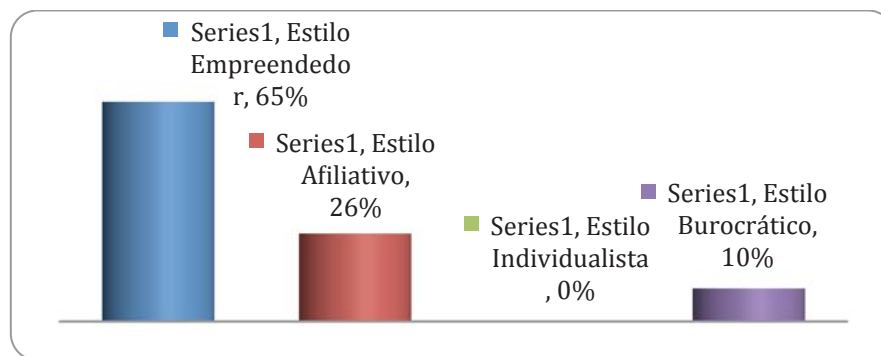
Após á análise das médias para cultura organizacional foram realizadas análises da influencia dos fatores de características gerais das instituições em relação a percepção dos gestores da tipologia cultural de sua organização. Para essas análises foram utilizados os testes estatísticos de: correlação de Spearman para os valores não escalares correspondentes as variáveis tempo de existência da organização no mercado, o número de curso e funcionários que a organização possui; o teste F-anova em relação aos dados nominais referentes às modalidades de funcionamento dos cursos oferecidos pelas instituições (Presencial, Ensino a distancia – EAD e Presencial/EAD) e a cultura da instituição; por fim foi utilizado o teste T-Student para analisar o nível de influencia dos dados nominais referentes a natureza administrativa das instituições estudadas (pública ou privada) e a tipologia cultural da instituição. Todos os testes estatísticos de correlação utilizados foram analisados considerados uma correlação significativa ao nível de 5%.

## 5. CULTURAS E SUAS RELAÇÕES COM AS CARACTERÍSTICAS GERAIS DAS IES

A cultura organizacional foi investigada com base no modelo teórico desenvolvido por Paz e Mendes (2009) que propõem o estudo da cultura organizacional a partir de quadro estilos de organizações que são o empreendedor, afiliativo, individualista e burocrático.

A investigação foi realizada com a aplicação do questionário com os principais gestores das 31 Instituições de Ensino Superior do Estado do Rio Grande do Norte, no qual se identificou ao analisar as médias encontradas para cada estilo de cultura por organização a presença de uma cultura predominante, ou seja, a maior média das pontuações atribuídas a cada estilo de organização, além da presença de possíveis subculturas ou contraculturas conforme possibilidade apresentada pelo modelo teórico.

Ao analisar o gráfico 1 observa-se a presença de apenas de três estilos de cultura organizacional que foram os estilos: empreendedor em 65% das IES o estilo afiliativo em 26% das IES e o estilo burocrático em 10% das IES, não tendo sido identificado a ocorrência do estilo individualista.



**Gráfico 1: Cultura organizacional predominante em %**  
 Fonte: Dados da pesquisa 2010

Assim as instituições que apresentaram o estilo cultural empreendedor segundo Paz e Mendes (2009) primam pela inovação e valorizam relações de trocas bem sucedidas, ou seja, as IES que apresentaram essa tipologia cultural apresentam uma dinâmica gerencial que valoriza as competências individuais e coletivas favorecendo tanto a iniciativa individual quanto coletiva possibilitando a interação profissional e a promoção de um clima de bem estar entre os integrantes dessas organizações. Nas IES com essa tipologia cultural também se identifica profissionais que buscam um lugar de destaque na estrutura hierárquica destas instituições, o que é possível, pois, o corpo funcional que exerce a atividade fim dessas instituições, é composto por docentes, que tanto nas IES privada quanto as públicas adquirem ascensão na carreira por meio do desenvolvimento de novas competências (WOOD JR. E CALDAS, 1999).

A presença dos estilos filiativos e burocrático nestas IES, segundo Paz e Mendes (2009), deve-se em parte as atividade desenvolvidas por essas organizações. Por se tratar de organizações coletivas prestadoras de serviços de formação profissional em nível superior, ou seja, organizações que trabalham com um grande volume de informações e necessitam estar acompanhando todo o processo de mudança ambiental, para oferecer seus serviços alinhados com as necessidades do mercado.

Desta forma, a presença do estilo afiliativo para Paz e Mendes (2009), reflete a idealização, coesão e união, o que demonstra as características unicamente coletivistas dos 26% das IES que apresentaram a predominância dessa tipologia. Essas IES agem de forma paternalista oferecendo a seus funcionários segurança e vantagens, gerando nestes uma situação de conformismo, de forma a

acatar sem maiores contestações as normas e regras impostas pelo grupo. Desta forma, pode-se afirmar que, as IES com a presença deste estilo cultural, acabam castrando o desenvolvimento do seu corpo funcional fazendo com que só ocorra uma busca pelo desenvolvimento de novas competências individuais de acordo com os interesses da organização.

A tipologia cultural identificada nas IES, que apresentou a menor incidência dentre os três estilos culturais que foram identificados no gráfico 01, foi o estilo burocrático, que diferente de que se espera em uma IES apresenta características culturais que favorecem um rígido sistema de controle, no qual Paz e Mendes (2009) destacam uma presença de um rígido sistema de regras, prezando pela disciplina e uma grande valorização do planejamento. Desta forma identificou-se na presente pesquisa, o números de 3 (três) instituições com essas características culturais tendo sido estas organizações as que apresentaram a maior resistência para participar da presente pesquisa.

Tal posicionamento em uma organização que segundo Senge (2008), deveria se apresentar abertas a aprendizagem se deve, ao processo de formação e manutenção da cultura nas organizações, que de acordo com Schein (2009) apesar de, a cultura ser criada por experiências compartilhadas, é o patriarca ou o principal líder que inicia esse processo ao impor as suas crenças. Desta forma, apesar do ramo de atividade das organizações estudadas, esse padrão cultural, segundo Schein (2009), vai depender das crenças, valores e suposições dos seus fundadores e como essas características se relacionaram com as experiências de aprendizado dos indivíduos e as novas crenças, valores e suposições introduzidas por novos membros e líderes.

O ultimo estilo de cultura organizacional o individualista apesar de ter sido identificado presentes em alguma subculturas não foi identificado a predominância desse estilo em nenhuma das 31 IES estudadas, que se deve as características inerentes a essa tipologia que fica distante das características culturais apresentadas pela maioria das IES apresentadas anteriormente.

Ao se observar a tabela 2 que apresenta os resultados gerais em média das IES estudadas para cultura organizacional, identifica-se a existência de valores em médias para os quatro estilos de funcionamento das organizações. Tais médias foram encontradas considerando todos os pontos recebidos por cada fator que formaram os quatro estilos culturais das organizações, diferente do gráfico 1 que considerou apenas os estilos predominantes em cada organização.

**Tabela 2: Resultado geral em média para cultura organizacional**

ITENS	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
<b>Estilo Empreendedor</b>	3,2823	0,5264
<b>Estilo Afiliativo</b>	2,9770	0,6228
<b>Estilo Individualista</b>	0,9539	0,5208
<b>Estilo Burocrático</b>	1,9637	0,5033

**Fonte: Dados da pesquisa 2010**

Desta forma, ao se observar com as maiores médias os estilos empreendedor (3,2823) e afiliativo (2,9770), e considerando as médias superiores a 2,5 como sendo uma presença predominante da tipologia. Paz, Mendes e Gabriel (2001) indicam uma à existência de uma forte presença de IES que desenvolvem suas atividades como sistemas aberto, com um significativo grau de maturidade. Mesmo com a identificação de uma média elevada do estilo afiliativo o que mostra que parte do grupo ainda está em fase de consolidação do comportamento, podendo com o acúmulo de experiências ao passar do tempo, ocorrer o que Schein (2009) chama de mudança cultural, ou seja, resgatar no futuro comportamentos baseados em estilos culturais mais amadurecidos.

Assim, essas organizações com o estilo empreendedor, caracterizam-se por valorizarem a inovação e a busca por relações de trocas equilibradas, valorizando e incentivando as iniciativas empreendedoras individuais e grupais, toda via identifica-se ainda em alguns casos comportamentos organizacionais que geram o conformismo dos indivíduos manifestado por meio da plena aceitação das normas e regras, em troca de seguranças, vantagens e assistência, gerando em alguns momentos um forte envolvimento emocional do indivíduo com a organização (PAZ E MENDES, 2009).

Identificado as tipologias, culturais para cada uma das organizações estudadas, foram analisadas as relações entre as variáveis referentes às características gerais das IES e as tipologias de culturas organizacionais. Para essas análises foram feitas as análises estatísticas de correlação de Spearman para as variáveis de tempo de existência da organização, nº de cursos de graduação oferecidos e nº de funcionários; o teste Anova para a variável modalidade dos cursos oferecidas e o teste T-Student para a natureza administrativa das instituições estudadas.

Em relação à tabela 3 não se identificou nenhuma relação estatisticamente significativa das variáveis de tempo de existência da organização, número de cursos de graduação oferecidos e nº de funcionários e m relação a tipologia cultural da IES estudadas.

**Tabela 3: Correlação de Spearman para Tipologias Culturais**

		<b>Empreendedor</b>	<b>Afiliativo</b>	<b>Individualista</b>	<b>Burocrático</b>
<b>Tempo</b>	Coeficiente de Correlação	-0,2535	-0,2576	-0,0025	0,0091
	Sig. (2-tailed)	0,1688	0,1618	0,9892	0,9612
	N	31	31	31	31
<b>Nº de Cursos</b>	Coeficiente de Correlação	-0,1074	-0,2755	0,1499	0,1425
	Sig. (2-tailed)	0,5654	0,1336	0,4208	0,4443
	N	31	31	31	31
<b>Nº de Funcionários</b>	Coeficiente de Correlação	-0,1970	-0,2121	0,1091	0,1288
	Sig. (2-tailed)	0,2882	0,2521	0,5590	0,4900
	N	31	31	31	31

Fonte: Dados da pesquisa 2010

Desta forma pode-se afirmar que estatisticamente essas variáveis apresentadas na tabela 3 não influenciam as tipologias culturais das IES, esse resultado demonstra que as características inerentes a dinâmica dessas organizações irão influenciar mais que fatores apresentados acima.

**Tabela 4: Teste Anova para cultura organizacional**

<b>FATORES</b>	<b>F</b>	<b>SIGNIFICÂNCIA</b>
Empreendedor	0,6944	0,5078

Afiliativo	0,0601	0,9418
Individualista	0,9211	0,4098
Burocrático	1,9526	0,1607

Fonte: Dados da pesquisa 2010

Quanto à tabela 4 o teste Anova não identificou nenhuma relação estatisticamente aceita a significância de 5% da cultura organizacional em relação às modalidades de funcionamento dos cursos de graduação (presencial, EAD e presencial e EAD) das IES estudadas em relação às tipologias culturais das organizações estudadas. Desta forma pode-se afirmar que as modalidades dos cursos oferecidos não influenciam a tipologia cultural das IES. Desta forma observa-se que assim como os fatores estruturais as formas de ofertas e operacionalização dos cursos oferecidos pelas instituições estudadas não exerce estatisticamente influencia na formação da cultura das organizações estudadas.

Por fim, para verificar a influencia da natureza das organizações em relação aos estilos culturais realizou-se na tabela 5 o teste T-Student, comparando as médias dos valores atribuídos pelos gestores das instituições de ensino superior pública e privadas para os diversos estilos de cultura organizacional. Os resultados identificaram que as médias entre os grupos não apresentaram significância estatística por isso nega-se a possibilidade da influencia da natureza administrativa sobre o padrão cultural das organizações.

Tabela 5: Teste T cultura organizacional

NATUREZA	Sig.			
	Empreendedor	Afiliativo	Individualista	Burocrático
Pública	0,9361	0,3676	0,9362	0,4433
Privada				

Fonte: Dados da pesquisa 2010

Assim como os demais resultados os padrões culturais das IES estudadas não sofreram influencia da natureza administrativa das suas instituições. Desta forma é relevante afirmar que esses resultados se devem ao nível de maturidade que essas organizações que trabalham com conhecimento possuem, de forma que ao se analisar os resultados gerais relacionados as características da cultura empreendedora a maioria das IES estudadas segundo Paz, Mendes e Gabriel (2001) apresentam-se com significativo grau de maturidade, o que aproxima culturalmente as instituições estudadas independente de estrutura, tipos de serviços oferecidos e natureza administrativa dessas organizações.

Por fim, encerram-se as discussões acerca de cultura organizacional, afirmando a importância de se utilizar as informações obtidas a partir das análises dos estilos culturais das IES estudadas, para reforçar os processos de tomada de decisão interno e externo destas organizações, possibilitando um contínuo processo de evolução no que Paz, Mendes e Gabriel (2001) chamam de maturidade cultural.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se estudar os estilos culturais presentes nas IES identifica-se o predomínio de três estilos culturais dos quatro propostos por Paz e Mendes (2009), destes estilos culturais destacaram-se os estilos empreendedores e afiliativos. Esses resultados demonstram uma abertura cultural dessas IES em relação ao nível de maturidade de seus funcionários, que é percebido por meio de políticas que favorecem o crescimento e a inovação nestas instituições.

Quanto as características gerais das IES identificadas, como a natureza administrativa, tempo de atuação no mercado, quantitativo de cursos de graduação oferecidos, número de funcionários e modalidade de funcionamentos dos cursos, relacionando-as com os estilos culturais destas instituições, identificou-se que essas características não influenciaram a definição das culturas das IES do RN.

Todavia, pode-se apontar uma limitação de ordem metodológica relacionada à pesquisa de cultura organizacional. Assim, as pesquisas que analisam a cultura organizacional pressupõem um maior aprofundamento, que foi impossibilitado por questões de ordem práticas, levando o pesquisador a desenvolver apenas um estudo quantitativo em relação à percepção do principal gestor sobre a cultura de sua organização, sendo este resultado identificado como o da organização. Porém essa opção metodológica não invalida a presente pesquisa uma vez que Schein(2009) afirma ser o principal gestor da organização um dos principais responsáveis pela formação da cultura organizacional, desta forma fica como sugestão para análises futuras a aplicação do instrumento de investigação a cultura com um maior número de indivíduos por organização para se confirmar essa a percepção do gestor com a do grupo.

Por conseguinte, destacam-se as contribuições que o presente estudo pode proporcionar ao processo decisório das organizações estudadas, de maneira a despertar nos gestores uma atenção as suas características culturais, mesmo se apresentado dificuldades de modificá-las.

Por fim, fica ainda como recomendações de estudos futuros, identificar fatores organizacionais que possam influenciar ou serem influenciados pela cultura organizacional, de forma a identificá-las no plano macro em relação a outros fatores pertencentes ao ambiente organizacional e sua interação com seus agentes. Para elaboração destes estudos se propõe o uso de modelos causais que permitam identificar múltiplas relações de interdependências.

## REFERÊNCIAS

- COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- E-MEC. **Instituições de educação superior e cursos cadastrados**. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 6 jun. 2010.
- FLEURY, Maria Tereza Leme. O desvendar de uma organização – uma discussão metodológica. In: FLEURY, M. T. Leme; FISCHER, R. Maria (Org.). **Cultura e poder nas organizações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. p. 15 – 27.
- INEP. **Resumo técnico: censo da educação superior 2008**. Brasília, DF, 2009. 55 p.
- MINTZBERG, H; ROSE, J. Strategic management upside down: tracking strategies at MacGill University from 1829 to 1980. **Canadian Journal of Administrative Science**. v. 20, n. 4. p. 270-290, Dec., 2003.
- MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MOTTA, Fernando C. Pestes. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.
- PAZ, Maria das G. Torres da; MENDES, Ana M. Bezerra; Gabriel, Iannis. Configurações de poder organizacional e estilos de caráter. **Psicologia: organizações e trabalhos**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 141 – 186, jan./jun. 2001.



PAZ, Maria das G. Torres da; MENDES, Ana M. Bezerra. Estilos de funcionamento organizacional. In: SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias (Org.). **Medidas do comportamento organizacional: ferramenta de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

PETTIGREW, Andrew M. **A cultura das organizações é administrável?**. In: FLEURY, M. T. Leme; FISCHER, R. Maria (Org.). **Cultura e poder nas organizações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. p. 145 – 153.

RICHTER, Fábio Andreas. **Organizações do conhecimento: infra-estrutura, pessoas e tecnologias**. ANGELONI, M.T. (Org.). São Paulo: Saraiva 2002.

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHNEIDER, William E. **Uma alternativa à reengenharia**. Rio de Janeiro: Record, 1996.

VIZEU, Fabio; GONÇALVES, Sandro Aparecido. **Pensamento Estratégico: origem, princípios e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2010.

WOOD JÚNIOR, Thomaz; CALDAS, Miguel P. **Transformação e realidade organizacional: uma perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 1999.

ZACCARELLI, Sérgio Batista. A moderna estratégia nas empresas e o velho planejamento estratégico. RAE Light, São Paulo v.2. n.5 .p.21. jul. 1996.

## DIVERSIFICAÇÃO E PECUÁRIA LEITEIRA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NOS MUNICÍPIOS DE TUCUMÃ E CONCEIÇÃO DO ARAGUAIA, NO ESTADO DO PARÁ

C. A. C. Mattos<sup>1</sup>; A. C. Santana<sup>2</sup>; G. M. B. Abud<sup>3</sup> e N. L. Costa<sup>4</sup>  
<sup>1, 2 e 4</sup> Universidade Federal Rural da Amazônia  
<sup>3</sup> Empresa de Assis. Técnica e Extensão Rural do Estado do Pará  
carlos.mattos@ufra.edu.br; acsantana@superig.com.br;  
glenda.abud@gmail.com; ecnilson@msn.com

### RESUMO

O objetivo da pesquisa foi identificar os fatores que contribuíram para as escolhas de produtores rurais em diversificar a produção e iniciar a produção de leite. A pesquisa classificada como aplicada, exploratória e descritiva com abordagem quantitativa, contou com a participação de 160 produtores em amostragem probabilista estratificada. Os dados foram tratados com estatística descritiva, inferencial e multivariada (análise fatorial e análise de aglomerados). A análise fatorial, explicou 61,87% da variância em três fatores, identificados como Finanças (36,36%), Capacitação (15,18%) e Demonstração (10,33%). A análise de aglomerados formou dois agrupamentos denominados como Fortemente Influenciado (83%) e Fracamente Influenciado (17%). Os resultados indicaram que os principais fatores impulsionadores da diversificação foram de ordem financeira e de negócios. A qualificação profissional e o processo de aprendizagem também contribuíram para a escolha pela atividade leiteira, assim como a opinião dos que iniciaram antes na atividade. A maioria dos produtores foi fortemente influenciada pelos fatores identificados no estudo. Contudo uma pequena parcela dos entrevistados recebeu outras influências não relacionadas na pesquisa.

**Palavras-chave:** produção de leite, pecuária, diversificação, sudeste paraense.

## 1. INTRODUÇÃO

A diversificação é uma das principais estratégias de desenvolvimento de negócios. Caracteriza-se por oferecer produtos destinados a segmentos diferentes dos atuais. As decisões por processos de diversificação, geralmente, são consequências das dificuldades na obtenção dos objetivos nos mercados atuais, na possibilidade de retornos maiores com outros produtos ou serviços, no fácil acesso a recursos que podem atender a outros mercados de forma lucrativa, ou ainda quando o tomador de decisão possui informações mais confiáveis em projetos de diversificação do que de expansão (OLIVEIRA, 2001).

A cadeia de produção de leite e derivados no estado do Pará, a exemplo do que ocorreu em outras regiões do Brasil, observou intenso processo de expansão a partir do final da década de 90. No Pará essa expansão ocorreu acompanhada do processo de industrialização do setor. Nesse período, a capacidade instalada das indústrias praticamente dobrou em 10 anos (1998-2008). Atualmente, segundo o Ministério da Agricultura (SIF-DIPOA) e da Agência de Defesa Agropecuária do Pará (ADEPARÁ), existem em operação no estado 38 indústrias e queijarias que têm capacidade para processar 626.500 litros de leite por dia. Geograficamente, a atividade concentra-se na mesorregião sudeste do estado. Contudo, seus reflexos já são percebidos em outras regiões do território paraense.

Esse processo de crescimento proporcionou oportunidades para diversos produtores rurais que viram na atividade uma oportunidade de diversificação. A produção leiteira caracteriza-se por ser o elo mais frágil da cadeia, uma vez que, os produtores se posicionam entre duas estruturas organizadas de comercialização. Por um lado estão empresas como laboratórios, fábricas de rações e suplementos minerais, máquinas agrícolas, siderúrgicas, entre outras (oligopólio). Por outro, indústrias de laticínios, um segmento concentrado e com grande poder de barganha (oligopsônio). Nessas condições, os produtores que normalmente atuam de forma individualizada e com baixa coordenação, apresentam pequena capacidade em influenciar nos preços e condições comerciais, obtendo assim, baixa lucratividade com a atividade (CASTRO et al. 1999; SANTANA, 2002).

Contudo, apesar desse contexto, a atividade leiteira tem se revelado como uma alternativa viável para possibilitar a permanência do homem no campo, contribuindo para melhorar as condições de renda nas propriedades rurais por representar uma fonte de receita regular para o produtor (SILVA; TSUKAMOTO, 2001). Desta forma, a atividade tem proporcionado inúmeras oportunidades de mercado, que envolvem, além dos produtores e indústrias, outros setores da economia como assistência técnica, transporte, varejo especializado e desenvolvimento de projetos, reforçando a importância da atividade para a produção rural da região.

O objetivo desta pesquisa exploratória foi de identificar os fatores que influenciaram nas decisões dos produtores rurais em diversificar a produção e iniciar a atividade leiteira. A avaliação foi baseada nas opiniões dos produtores e tiveram por finalidade responder ao questionamento: quais foram os fatores que influenciaram os produtores na escolha pela produção de leite nos municípios de Conceição do Araguaia e Tucumã no estado do Pará?

O artigo foi estruturado em quatro seções incluindo esta. Inicia com uma visão geral do estudo, destacando os objetivos da pesquisa. A segunda seção apresentará a metodologia utilizada na pesquisa, detalhando o local de coleta de dados, amostra, classificação da pesquisa, forma e os instrumentos de coleta de dados, assim como técnicas utilizadas para o tratamento dos dados de campo. A terceira seção tem por finalidade a apresentação sistematizada das informações resultado da coleta de dados. A quarta e última seção, faz a conclusão do artigo discorrendo quanto às considerações finais.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

Os locais de coleta de dados foram os municípios de Conceição do Araguaia e Tucumã, localizados na mesorregião sudeste do estado do Pará. Segundo os dados do Censo Agropecuário de 2006, esse municípios apresentam um rebanho de 1.453.953 animais em 9.322 estabelecimentos (IBGE, 2010). No município de Tucumã existem em operação três indústrias com capacidade de processar 150.000 litros de leite por dia, já em Conceição do Araguaia a capacidade instalada é de 200.000 litros e concentra-se em uma única indústria.

A pesquisa de natureza aplicada classifica-se quanto à abordagem como quantitativa, uma vez que, fundamenta-se no emprego de técnicas estatísticas para o tratamento e interpretação dos resultados. Quanto aos objetivos delinea-se como um estudo exploratório e descritivo, pois tem por finalidade levantar hipóteses e descrever o fenômeno estudado, quanto aos procedimentos de coleta de dados classifica-se como um estudo de campo e com relação à amostragem, classifica-se por uma amostra probabilística estratificada (MARCONI; LAKATOS, 2009; VERGARA, 2009).

O tamanho da amostra foi calculado a partir da Equação 1 (universo desconhecido) e, em seguida, distribuído proporcionalmente entre os municípios, adotando-se como critério de estratificação a capacidade instalada das indústrias de laticínios, sendo 57% (90) da amostra composta por produtores de Conceição do Araguaia e 43% (70) de Tucumã. Essa escolha foi decorrente da capacidade local de beneficiar o leite produzido na região e portanto alavancar a atividade. O intervalo de confiança e a margem de erro ao final da coleta de dados foram de 95% e 7,74% respectivamente, excluídos os questionários preenchidos incorretamente e que apresentaram *missing value*.

$$n = \frac{S \cdot Z^2}{e^2} \quad [\text{Eq.1}]$$

Em que: n = tamanho da amostra; S = variância da amostra;  $Z^2$  = intervalo de confiança, expresso em número de desvios padrão ao quadrado;  $e^2$  = erro amostral ao quadrado.

O instrumento de coleta de dados foi o questionário organizado em duas seções: a primeira reuniu características gerais dos entrevistados, principalmente localização, produção leiteira, número de pessoas envolvidas na produção, entre outras. A segunda seção (Quadro 1) foi elaborada com afirmativas selecionadas para possibilitar que os entrevistados revelassem o grau de influência das variáveis selecionadas em suas decisões pela opção pela pecuária leiteira. Com esse propósito, as respostas foram itemizadas em escala de Lickert com quatro opções de resposta, variando entre 0 (zero) para nenhuma influência, 1 (um) para pequena influência, 2 (dois) para influente e 3 (três) para muito influente.

**Quadro 1 - Variáveis em estudo.**

Código	Descrição
V01	Saber o que produzir
V02	Ter como escoar minha produção da época
V03	Pagar as despesas da atividade
V04	Pagar empréstimos e financiamentos
V05	Necessitava manter a subsistência da família
V06	Precisava vender a produção
V07	Produzir o suficiente para vender e ganhar
V08	Minha atividade anterior não era o suficiente
V09	Conheci novas maneiras de produzir (fazer)
V10	Pude trabalhar em conjunto com vizinhos
V11	Treinamentos que puderam ser utilizados nas atividades
V12	Passei a ter maior número de produtos para vender
V13	Tive novas maneiras de armazenar os produtos
V14	Tive novas formas de gerenciar as atividades (finanças)
V15	Opinião dos que começaram antes na atividade leiteira.

V16 Era mais uma atividade que ajuda a manter o negócio.

Fonte: os autores.

Os dados foram tratados utilizando técnicas estatísticas, entre elas, teste de hipóteses, estatística descritiva e análise multivariada. As técnicas multivariadas foram a análise fatorial exploratória (AFE) e a análise de agrupamentos (AA). As técnicas descritivas, mais especificamente, média e desvio padrão, foram empregadas para caracterizar os entrevistados e os agrupamentos, já o teste de hipóteses, teve por finalidade validar os agrupamentos encontrados.

A análise fatorial exploratória (AFE) foi escolhida por sua capacidade em simplificar grande volume de dados por intermédio das dimensões latentes (fatores) e assim, possibilitar a criação de indicadores não observados inicialmente, mas capazes de representar as variáveis com o mínimo de perda de informação (FÁVERO et al., 2009). O modelo de análise fatorial (Equação 2) pode ser expresso conforme Santana (2007) e Mattos et al. (2010):

$$X = \alpha F + \varepsilon, \tag{Eq.2}$$

Em que:  $X$  = é o  $p$ -dimensional vetor transposto das variáveis observáveis, denotado por  $X = (x_1, x_2, \dots, x_p)^t$ ;  $F$  = é o  $q$ -dimensional vetor transposto de variáveis não observáveis ou latentes, identificadas como “fatores comuns”, denotado por,  $F = (f_1, f_2, \dots, f_q)^t$ , sendo que  $q < p$ ;  $\varepsilon$  = é o  $p$ -dimensional vetor transposto de variáveis aleatórias ou fatores únicos,  $\varepsilon = (e_1, e_2, \dots, e_p)^t$ ;  $\alpha$  = é a matriz  $(p, q)$  de constantes desconhecidas, chamadas de “cargas fatoriais”.

A consistência interna dos fatores foi testada pelo *alpha* de Cronbach ( $\alpha$ ), expresso pela Equação 3. Corrente (2009, p. 153) destaca que “um instrumento de medida é válido quando mede o que foi projetado para medir com confiabilidade e um grau aceitável de precisão”. A confiabilidade corresponde à garantia de que a mensuração de um objeto foi coerente (MALHOTRA, 2002). Desta forma, a confiabilidade dos fatores, calculada na faixa que varia entre 0 (zero) e 1 (um) mensura se há um padrão de resposta entre os entrevistados. Portanto, quando resulta em valores superiores a 0,6 compreende-se que existe confiabilidade de medidas (HAIR et al, 2009).

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_y^2}{\sigma_x^2} \right) \tag{Eq.3}$$

Em que  $N$  é o número de itens do questionário,  $\sigma_y^2$  é a variância do item  $i$  e  $\sigma_x^2$  é a variância total de itens observados.

Identificados os fatores, os produtores foram reunidos para formar agrupamentos homogêneos entre si. A análise de agrupamentos (AA) foi a técnica utilizada com esse fim. Reis (2001) descreve o método genericamente em cinco etapas: (1) seleção dos indivíduos ou de uma amostra; (2) definição das variáveis; (3) definição da medida de semelhança ou distância entre os indivíduos; (4) definição do algoritmo de classificação e (5) validação dos resultados. O objetivo subjacente da técnica é apropriar métodos capazes de desvendar as relações entre um conjunto de variáveis e indivíduos. Existem várias formas para calcular a distancia entre as variáveis. Neste estudo, método empregado foi o hierárquico aglomerativo de Ward, calculado com base na distância euclidiana ao quadrado (Equação 4).

$$d_{ij}^2 = \sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2 \tag{Eq.4}$$

Em que:  $d_{ij}^2$  é  $j$ -ésima característica do  $i$ -ésimo indivíduo;  $x_{ik}$  é a  $j$ -ésima característica do  $i$ -ésimo indivíduo;  $x_{jk}$  é a  $j$ -ésima característica do  $i$ -ésimo indivíduo.

Após a formação dos agrupamentos foi aplicado o teste não paramétrico Mann-Whitney, com a finalidade de validar os agrupamentos identificados. A escolha do teste ocorreu em decorrência dos requisitos: (1) a formação de apenas dois agrupamentos; (2) dados ordinais; (3) mesma escala aplicada aos dois grupos; (3) tamanho dos agrupamentos serem maiores que seis. Depois de formados os

agrupamentos as respostas foram interpretadas com estatística descritiva (média, desvio padrão e moda), de maneira a identificar o comportamento dos produtores rurais em relação às variáveis utilizadas.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O tratamento dos dados iniciou pelo exame da matriz de correlações que apresentou recomendação para o emprego da análise fatorial. A determinante da matriz diferente de 0,00 e os testes complementares apresentaram resultados que reforçaram a utilização da técnica. O número de observações por variável foi satisfatório, perfazendo 10 observações, quantidade superior ao recomendado por Hair et al. (2009, p.98) que “como regra geral, o mínimo é ter cinco vezes mais observações que o número de variáveis a ser analisadas”.

A estatística KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) apresentou resultados adequados (KMO=0,878), assim como, o teste de esfericidade de *Bartlett*, com qui-quadrado ( $\chi^2$ ) de 1.358,34 e 136 graus de liberdade, significativa a 1%, confirmaram a adequação dos dados a técnica. A determinação do número de fatores ocorreu pelo critério do autovalor (eigenvalue) e segundo esse critério, cada fator deve ser capaz de explicar minimamente o valor de sua própria variância. A forma de extração dos fatores foi a análise dos componentes principais (ACP) com rotação ortogonal pelo método Varimax com a finalidade de melhorar a representatividade dos fatores.

O resultado da rotação fatorial (Tabela 2) explicou 61,87% da variância dos dados por meio de 3 fatores que resultaram da associação das 16 variáveis. Todas as variáveis apresentaram níveis adequados de comunalidade. Ao primeiro fator associaram-se as variáveis V07, V05, V03, V06, V02, V16, V8, V12 e V01. No segundo fator observa-se a presença das variáveis V13, V11, V14 e V09 e ao terceiro fator agruparam-se as variáveis V15, V04 e V10. A disposição da ordem das variáveis seguiu a ordem decrescente de suas cargas fatoriais. Os *alphas* de Cronbach apresentaram valores adequados para pesquisas exploratórias para as variáveis analisadas em conjunto ( $\alpha=0,886$ ), para o primeiro ( $\alpha=0,920$ ) e segundo fatores ( $\alpha=0,742$ ) o terceiro fator resultou em *alpha* de Cronbach pouco abaixo do recomendável ( $\alpha=0,518$ ) indicando que esse último fator pode não ocorrer novamente em pesquisas com as mesmas variáveis aplicadas à mesma amostra.

**Tabela 2 - Fatores, variáveis, cargas fatoriais, comunalidade e *alpha* de Cronbach.**

	Fatores			h <sup>2</sup>
	1	2	3	
V07 Produzir o suficiente para vender e ganhar	0,853	0,012	0,029	0,729
V05 Necessitava manter a subsistência da família	0,848	-0,032	0,244	0,779
V03 Pagar as despesas da atividade	0,832	0,110	0,078	0,710
V06 Precisava vender a produção	0,806	0,083	0,134	0,674
V02 Ter como escoar minha produção da época	0,753	0,255	-0,021	0,633
V16 Era mais uma atividade que ajuda a manter o negócio	0,686	0,273	0,124	0,560
V08 Minha atividade anterior não era o suficiente	0,679	0,217	-0,026	0,508
V12 Passei a ter maior número de produtos para vender	0,673	0,413	0,089	0,631
V01 Saber o que produzir	0,661	0,328	-0,066	0,549
V13 Tive novas maneiras de armazenar os produtos	-0,069	0,745	0,041	0,562
V11 Treinamentos que puderam ser utilizados nas atividades	0,323	0,710	0,249	0,671
V14 Tive novas formas de gerenciar as atividades (finanças)	0,470	0,660	0,020	0,657
V09 Conheci novas maneiras de produzir (fazer)	0,432	0,574	0,137	0,535
V15 Opinião dos que começaram antes na atividade leiteira.	0,084	-0,069	0,820	0,684
V04 Pagar empréstimos e financiamentos	0,286	0,138	0,636	0,505
V10 Pude trabalhar em conjunto com vizinhos	-0,192	0,309	0,617	0,513
Autovalores	5,819	2,429	1,653	9,901
(%) da variância	36,36	15,18	10,33	61,87
<i>Alpha</i> de Cronbach ( $\alpha$ )	0,920	0,742	0,518	0,886

KMO - 0,878 *Bartlett* - ( $\chi^2$ ) 1358,39 significativa a 1%.  
Determinação do número de fatores pelo critério dos Autovalores.  
Extração dos fatores ACP com rotação ortogonal Varimax.

As cargas fatoriais e a análise semântica das variáveis possibilitaram a designação dos fatores. O primeiro fator foi denominado como **“Finanças”**, uma vez que reuniu variáveis de geração de caixa, comercialização e receita do produtor. O segundo fator com a predominância de variáveis de treinamento e aprendizado foi designado como **“Capacitação”**. O terceiro fator identificado como **“Demonstração”**, pois agrupou variáveis fundamentadas na opinião e contato com produtores com maior experiência na atividade leiteira.

O fator **“Finanças”** deteve 36,36% da variância dos dados e revelou a influência dos negócios nas decisões dos produtores, esse fator emerge da necessidade em aumentar a receita das propriedades e observaram na produção de leite uma opção de diversificação dos produtos, melhorando, por conseguinte, a renda e a subsistência das famílias. Os produtores avaliaram como insatisfatória a receita gerada pelas atividades exercidas anteriormente, reforçando a dificuldade de alcançar objetivos e metas. Outros aspectos foram às dúvidas quanto saber o que produzir, indicando que havia melhores informações na atividade leiteira do que em outras opções de investimento, provavelmente pelo processo de industrialização verificado na região. Além da disponibilidade de leite na propriedade, caracterizando um produto que poderiam ser comercializado de utilizados de forma lucrativa. A manutenção das atividades anteriores e a complementaridade da atividade leiteira reforçam a compreensão do processo de diversificação. Essas características apresentaram conformidade com Oliveira (2001) ao discorrer quanto aos motivos desencadeiam processos de diversificação.

Cooper e Argyris (2003) ao analisar a implementação de processos de diversificação, destacam a estratégia de **“diversificação relacionada”**, segundo essa abordagem o ponto central do processo consiste em identificar habilidades essenciais e optar por novos produtos ou serviços que sejam alinhados a essas habilidades. Desta forma, ao optar por atividades inter-relacionadas promove-se um processo sinérgico e complementar que aumenta a competitividade, reduzindo custos e melhorando a qualidade dos produtos e serviços oferecidos ao mercado. No caso os produtores originariamente atuantes na pecuária de corte ao decidirem atuar na pecuária leiteira como atividade diversificada. Melhoram o aproveitamento dos rebanhos formados predominantemente por animais mestiços e aumentam a receita da propriedade. Com isso, aproveitam a experiência acumulada no manejo dos animais e a receita adicional gerada reflete-se tanto no abate de animais quanto no leite comercializado.

O fator **“Capacitação”** deteve 15,18% da variância dos dados e indicou um processo de aprendizado e qualificação ocorridos na região. A implantação das indústrias e o surgimento de novas formas para armazenar os produtos, representada principalmente por tanques de expansão, demandaram treinamentos em técnicas de produção (manejo, ordenha, entre outros) e na gestão da propriedade. Esse conjunto de características surge da necessidade em oferecer produtos capazes de atender aos padrões de qualidade necessários ao processo de industrialização. A **“Capacitação”** como destaca Santana (2002) advém das condições da economia local com a implantação dos laticínios na região, financiamentos a produção, como o Fundo Constitucional do Norte (FNO), e ações de entidades de fomento à produção como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) e Emater (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural), além de ações implementadas pelas indústrias de laticínios.

Neste aspecto, Gomes e Ferreira Filho (2007) destacam que o desconhecimento das tecnologias de produção e de gestão são fatores que contribuem para a baixa produção dos produtores rurais, essa situação agrava-se pelas imperfeições no mercado de crédito e de insumos. A capacitação da mão de obra tem contribuído para melhorar a produtividade, uma vez que o aprendizado de técnicas de gestão e de produção produzem reflexos que vão além das propostas iniciais, incluindo outras atividades desenvolvidas nas propriedades de tal forma que resultam em contribuições para incrementos na produção geral das propriedades. A qualificação da mão de obra incorpora novas habilidades e

conhecimentos que tornam os indivíduos dotados de virtudes pessoais e competências diversas, que vão além do ensino formal (PAIVA, 2001; FUCCI; AMATO NETO, 2008).

O fator **“Demonstração”** com 10,33% da variância total dos dados representou, principalmente, a influência exercida por produtores precursores, os que optaram primeiro pela pecuária leiteira. A opinião desses produtores, associada a ações conjuntas com vizinhos e o processo de qualificação facilitam o acesso ao crédito, resultando da aceleração no volume de negócios e, conseqüentemente, maior necessidade de investimentos para financiar a produção. O efeito demonstração, ou seja, o processo de adoção de técnicas ou práticas decorrentes da experiência dos produtores iniciadores tem representado papel de destaque nas inovações verificadas nas áreas rurais (NORONHA; RIBEIRO; AUGUSTO, 2009).

A análise de clusters, técnica utilizada para reunir os produtores com base na similaridade das respostas, agrupou os produtores em dois segmentos que foram validados pelo teste não paramétrico Mann-Whitney (Tabela 3) com significância estatística ( $p < 0,01$ ) para todas as variáveis em estudo. Portanto existem 99% de probabilidade que os agrupamentos identificados estejam classificados corretamente.

**Tabela 3- Teste não paramétrico Mann-Whitney das variáveis após o agrupamento.**

Variáveis	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig.
V01 Saber o que produzir	523,500	901,500	-6,353	0,000
V02 Ter como escoar minha produção da época	573,500	951,500	-6,304	0,000
V03 Pagar as despesas da atividade	639,000	1017,000	-5,897	0,000
V04 Pagar empréstimos e financiamentos	975,000	1353,000	-3,946	0,000
V05 Necessitava manter a subsistência da família	654,000	1032,000	-7,555	0,000
V06 Precisava vender a produção	317,500	695,500	-8,525	0,000
V07 Produzir o suficiente para vender e ganhar	596,000	974,000	-7,297	0,000
V08 Minha atividade anterior não era o suficiente	627,000	1005,000	-6,344	0,000
V09 Conheci novas maneiras de produzir (fazer)	544,500	922,500	-6,499	0,000
V10 Pude trabalhar em conjunto com vizinhos	1199,500	1577,500	-2,964	0,003
V11 Treinamentos que puderam ser utilizados nas atividades	501,000	879,000	-6,228	0,000
V12 Passei a ter maior número de produtos para vender	287,500	665,500	-7,616	0,000
V13 Tive novas maneiras de armazenar os produtos	981,000	1359,000	-4,035	0,000
V14 Tive novas formas de gerenciar as atividades (finanças)	438,500	816,500	-7,459	0,000
V15 Opinião dos que começaram antes na atividade leiteira.	1189,500	1567,500	-3,019	0,003
V16 Era mais uma atividade que ajuda a manter o negócio.	349,000	727,000	-8,171	0,000

Fonte: pesquisa de campo.

O primeiro agrupamento foi formado por 83% (133) dos produtores e foi denominado como **“Fortemente influenciados”**. As variáveis em estudo exerceram grande poder de impelir esse agrupamento rumo a atividade leiteira. A análise dos fatores demonstrou que os produtores desse agrupamento foram motivados principalmente por questões de ordem financeira com respostas próximas ao máximo da escala utilizada (3,00) e pequeno desvio padrão (aproximadamente 0,5). O fator Capacitação apresentou valores pouco menores, sendo 2,05 para média, 0,65 no desvio padrão e 2,00 para a moda, evidenciando que o processo de aprendizagem favoreceu a diversificação das atividades dos produtores possibilitando o aproveitamento do leite. Com relação ao fator Demonstração observa-se que foi o fator que apresentou os valores mais baixos, quando comparados aos anteriores. Mas, mesmo assim, ainda exerceu influência nas decisões dos produtores, pois se posicionou acima do valor médio da escala (1,50), sendo: 1,86 de média, 0,85 de desvio padrão e 2,00 de moda, essa constatação reforça que as lições dos produtores mais inovadores incentivam outros produtores a adotar as técnicas e práticas que eles consideram como contributivas ou exitosas.



O segundo agrupamento identificado pela técnica de análise de aglomerados, reuniu menos produtores, apenas 17% (27) dos entrevistados foram incluídos nesse agrupamento. Denominado como **“Fracamente influenciados”**, esses produtores atribuíram média, desvio padrão e moda menores para os fatores em estudo. Os valores calculados se posicionaram próximos ao ponto intermediário da escala (1,5) e alguns ficaram bem abaixo dessa referência. Novamente foi o fator Finanças o que mais influenciou os produtores, contudo com importância bem menor, 1,58 na média, 0,85 de desvio padrão e 2,00 de moda. Já o fator Capacitação, obteve valores ainda menores, com 0,69 de média, 0,84 de desvio padrão e 1,00 de moda, esse resultado revelou que a Capacitação não exerceu influência nas decisões desses produtores para o início da atividade. O terceiro fator, Demonstração, apesar de exercer maior influência do que a Capacitação, também apresentou valores baixos, sendo: 1,25 de média, 0,86 de desvio padrão e 1,00 de moda também não indicando influência expressiva nas decisões pela atividade (Tabela 4).

**Tabela 4 - Características dos agrupamentos.**

Fatores / Agrupamentos	Agrupamento 1 – Fortemente Influenciados			Agrupamento 2 – Fracamente Influenciados		
	Média	Desvio Padrão	Moda	Média	Desvio Padrão	Moda
Fator 1 – Finanças	2,71	0,54	3,00	1,58	0,85	2,00
Fator 2 - Capacitação	2,05	0,69	2,00	0,69	0,84	1,00
Fator 3 - Demonstração	1,86	0,85	2,00	1,25	0,86	1,00
Quantidade de produtores (frequência)	133 (83%)			27 (17%)		

Fonte: pesquisa de campo.

Os **“Fortemente Influenciados”** foi formado por 52% (70) de produtores de Tucumã e 48% (63) de Conceição do Araguaia. Nesse agrupamento 25% (33) produziam mais de 100 litros de leite por dia. Já os **“Fracamente Influenciados”** foi composto integralmente (100%) por produtores de Conceição do Araguaia, todos com produção de até 100 litros por dia (100%), esses produtores provavelmente percebem na atividade apenas como um subproduto da pecuária de corte. Todos os dois agrupamentos ocupavam por ocasião da entrevista aproximadamente 2 trabalhadores envolvidos na atividade produtiva e utilizavam mão de obra familiar.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa possibilitam concluir que os principais fatores que influenciaram os produtores a iniciar o processo de produção na pecuária leiteira foram de ordem financeira e de negócios. A qualificação profissional e o processo de aprendizagem com a assistência técnica também contribuíram como elemento impulsionador da atividade, assim como, a opinião dos que iniciaram antes na atividade leiteira, a estratégia de diversificação utilizada foi a diversificação relacionada que aproveita as habilidades desenvolvidas, além de promover o aproveitamento de recursos e matérias primas disponíveis nas propriedades. A maioria dos produtores necessitava possibilitar incrementos de renda capazes de favorecer a atividade produtiva e a manutenção da família, portanto a maioria dos produtores foram fortemente influenciados pelos fatores identificados no estudo. Contudo uma pequena parcela de entrevistados recebeu outros tipos de influências não relacionadas na pesquisa ou tem na atividade leiteira uma atividade de pequena importância na propriedade.

#### REFERÊNCIAS

CASTRO, M. C. D.; MARTINS, P. C. (Ed.) Introdução e Metodologia. In: **Organização da Produção Primária: um desafio para a Indústria de Laticínios**. Juiz de Fora: EPAMIG/ILCT, 1999.

COOPER, C. L.; ARGYRIS, C. **Dicionário enciclopédico de administração**. São Paulo: Atlas, 2003.

CORRENTE, M. Medidas de Confiabilidade. IN: VIEIRA, S. **Como elaborar um questionário**. São Paulo: Atlas, 2009.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAM, B. L. **Análise de dados**: modelagem multivariada para tomada de decisão. São Paulo: Campus, 2009.

FUCCI AMATO, R. C. F.; AMATO NETO, J. A. A influência do capital humano e do capital intelectual no desenvolvimento de aglomerações de empresas e redes de cooperação produtivas. **Jornal of Technology Management & Innovation**. Santiago, CL, v. 3, n. 2, p. 56-66, jul. 2008. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/847/84730206.pdf>. Acesso em 10/05/2011.

HAIR, J.F, Jr; BLACK, W.C.; BABIN, J.; ANDRESON, R.E.; TATHAM, R.L. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. PORTO ALEGRE: BOOKMAN, 2001.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

MATTOS, C.A.C; SANTANA, A.C.; PINTO, W.S.; CARDOSO, A.J.G; COSTA, N.L. Características socioeconômicas e ambientais dos sistemas de produção da pecuária do Estado do Pará. **Revista de Ciências Agrárias**. Belém, PA, v.53, n.2, p.150-158, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.ajaes.ufra.edu.br/ajaes/index.php/ajaes/article/viewFile/4/118> . Acesso em 20/06/2011.

MENEZES, A. J. E. A; HOMMA, A. K. O.; PALHEITA, C. A. F.; FEITOSA, T. C.; MATOS, G. B. Transporte da produção de leite dos pequenos agricultores familiares em uma região de fronteira no sul do Pará. In: **Anais do 45º Congresso SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. Londrina, 2007.

MINGOTI, S. A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

NORONHA, A. F. B.; RIBEIRO, A. E. M.; AUGUSTO, H. A. Extensão rural, agroecologia e inovação na agricultura familiar do vale do Jequitinhonha. **Organizações Rurais & Agroindústria**. Minas Gerais. Lavras, v. 11, n. 2, p. 233-250, 2009. Disponível em: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/90413/2/artigo3.pdf>. Acessado em 02/09/2011.

OLIVEIRA, D. R. O. **Estratégia empresarial & vantagem competitiva**: como estabelecer, implementar e avaliar. São Paulo: atlas, 2001.

PAIVA, V. Sobre o conceito de capital humano. **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo, SP, n. 113, p. 185-191. Jul. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n113/a10n113.pdf> . Acessado em 15/05/2011.

SANTANA, A. C. Análise do desempenho competitivo das agroindústrias de polpa de frutas do Estado do Pará. **Revista Teoria e Evidencia Econômica**. Passo Fundo, RS, Ano 14, n<sup>o</sup>. 29. p.9-35 jul./dez. 2007.

SANTANA, A. C. **O fundo constitucional de financiamento do Norte e o desenvolvimento da Amazônia**. Belém: M&S Editora, 2002.

SANTANA, A. C.; AMIN, M. M. **Cadeias produtivas e oportunidades de negócios na Amazônia**. Pará: Unama, 2002.

SILVA, J.A; TSUKAMOTO,R.Y. A modernização da pecuária leiteira e a exclusão do pequeno produtor. **Geografia Londrina**, Londrina , v.10, n.2, p.142-162, jul./dez. 2001. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/geografia/article/view/8574> Acessado em 05/06/2011.

VEIGA, J.B.; TOURRAND, J.F.; PIKETTY, M.G.; POCCARD-CHAPUIS, R.; ALVES, A.; THALES, M. C. **Expansão e trajetória da pecuária na Amazônia: Pará, Brasil**. Brasília: UNB, 2004.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**.São Paulo: Atlas, 2009.

## ESTRATÉGIAS PARA GESTÃO DA INTANGIBILIDADE NOS SERVIÇOS: ANÁLISE EM INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS DE JOÃO PESSOA - PB

Ediane Lucena Soares<sup>1</sup>, Kathyana Vanessa Diniz Santos<sup>2</sup>, Mariana Cavalcante Aguiar<sup>3</sup>, Francisca Suzete Diniz da Silva<sup>4</sup> e Maria de Fátima Silva Oliveira<sup>5</sup>.

<sup>1,2,3,4,5</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

edianesoares@hotmail.com – kathyana\_vanessa@hotmail.com – maricavalcante1205@hotmail.com – etezus@hotmail.com – mafasioliver@hotmail.com

### RESUMO

Na maioria dos países desenvolvidos, o setor de serviços ocupa posição de destaque na economia e o principal indicador desse fato tem sido a participação do setor de serviços na ocupação de mão-de-obra e na gestão de riqueza, evidenciado pelo PIB. O setor de serviços é responsável pela maior parte do PIB mundial, apresentando-se, talvez, como a parcela mais dinâmica da economia, pois sua participação no PIB e o número de empregos no setor crescem a taxas mais elevadas do que nos demais (CORRÊA e CAON, 2006). A velocidade das mudanças no cenário das organizações impõem a necessidade de constantes adaptações a essas mudanças, e as Instituições Educacionais não fogem a essa regra de que para obterem competitividade, devem direcionar o seu foco aos seus clientes (principalmente estudantes), adequando-se as necessidades destes, medindo suas perspectivas e avaliando suas percepções acerca da qualidade dos serviços educacionais prestados. Este trabalho buscou analisar e compreender as estratégias utilizadas por essas instituições para gerenciar a intangibilidade dos seus serviços. Dessa forma, foi realizada uma pesquisa de caráter descritivo, abordado qualitativamente em dez instituições de ensino superior (cinco privadas e cinco públicas) na cidade de João Pessoa – PB com o objetivo de analisar as estratégias utilizadas para se gerenciar a intangibilidade nos serviços de ensino. O instrumento de pesquisa utilizado foram entrevistas individuais de caráter estruturado; com auxílio de um questionário, aplicado junto ao gestor responsável pela administração de cada uma das instituições. A pesquisa confirma a utilização de determinadas estratégias pelos gestores, bem como a importância destas no mercado atual. Dentre as organizações educacionais investigadas na cidade de João Pessoa, verificamos que a maioria delas utiliza estratégias para gerenciar a intangibilidade nos serviços. A pesquisa partiu do princípio que das principais características dos serviços (Intangibilidade, Variabilidade, Percibilidade e Simultaneidade), a intangibilidade seria a mais difícil de se gerir. No entanto, com o levantamento dos dados nas instituições de ensino superior na cidade de João Pessoa-PB, percebeu-se que esse pressuposto não se aplica no contexto estudado. 50% indicaram que, na realidade, a característica dos serviços mais difícil de se gerir é a variabilidade; 30% apontaram a percibilidade. Sendo assim, sugerimos às instituições educacionais estudadas que as mesmas aprofundem seus conhecimentos sobre a área de atuação de suas organizações e continuem a aplicar as práticas de gerenciamento da intangibilidade nos serviços por elas desenvolvidos

**Palavras-chave:** Serviços Educacionais. Intangibilidade. Estratégias

## 1. INTRODUÇÃO

Na maioria dos países desenvolvidos, o setor de serviços ocupa posição de destaque na economia. O principal indicador desse fato tem sido a participação do setor de serviços na ocupação de mão-de-obra e na gestão de riqueza, evidenciado pelo PIB. Segundo Corrêa e Caon (2006), o setor de serviços é responsável pela maior parte do PIB mundial, apresentando-se, talvez, como a parcela mais dinâmica da economia, pois sua participação no PIB e o número de empregos no setor crescem a taxas mais elevadas do que nos demais setores econômicos.

Serviços “são atividades especializadas que as empresas oferecem ao mercado. São produtos que nem sempre se pode manipular com as mãos (...)” (CHIAVENATO, 2005, p.31). Kotler e Keller (2006) definem serviços como qualquer ato ou desempenho, de essência intangível, que uma determinada parte pode vir a oferecer a outra e que não resulta necessariamente na propriedade de nada.

O presente estudo teve como objetivos compreender as principais características dos serviços na atualidade, identificar as práticas de marketing associadas aos serviços, mais especificamente aos serviços educacionais, apresentar as principais estratégias para gestão da intangibilidade no setor e verificar a utilização de algumas das estratégias na prática, assim como propor algumas sugestões e recomendações sobre o uso de tais práticas nas organizações estudadas.

A pesquisa realizada analisa as várias maneiras de se gerir a intangibilidade nos serviços. Utilizou-se um questionário dirigido aos gestores como instrumento de pesquisa, pois se trata da melhor maneira encontrada para coletar, na prática, as estratégias de marketing usadas pelos gestores no sentido de minimizar as dificuldades advindas da intangibilidade perceptível nos serviços.

Sendo assim, apoiando-se nos estudos teóricos sobre serviços, marketing e estratégia, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os principais autores que tratam de tais assuntos. A pesquisa tem caráter qualitativo e descritivo e trata das várias maneiras de se gerir a intangibilidade nos serviços.

## 2 CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

Nos últimos tempos, observamos um mundo cada vez mais globalizado, o que possibilita um número maior de informações aos consumidores e uma acirrada concorrência entre as organizações. Um ramo em expansão é o de serviços, possuindo um papel essencial na disputa de clientes. Algumas características que os serviços apresentam, possibilita a identificação e classificação dos mesmos como tais. Dentre as mais estudadas estão:

### 2.1 Intangibilidade

Kotler e Keller (2006) compreendem que os serviços não podem ser vistos, sentidos, ouvidos, cheirados ou provados antes de adquiridos, ao contrário dos produtos físicos. O serviço é intangível, isto é, não é palpável. Esta é sua mais evidente característica. Essa característica não permite que o cliente avalie o serviço antes dele ser prestado. Torna-se então necessário que a empresa utilize certos instrumentos (ambiente, iluminação, cores, aromas, músicas, vitrines, propagandas, pessoas, entre outros) para aproximar os clientes da “tangibilidade” dos serviços (SPILLER; PLÁ; LUZ; SÁ, 2006). McDougall e Snetsinger (1990) *apud* Brasil, Perin e Sampaio (2008) colocam em suas pesquisas dois componentes da intangibilidade: o físico e o mental. O primeiro componente trata da inexistência de elementos físicos no ato da prestação do serviço e o segundo componente, refere-se a “ausência de clareza ou precisão de uma oferta, que repercute na falta de compreensão e na dificuldade do consumidor elaborar mentalmente um determinado produto.”

## 2.2 Variabilidade

Os serviços se baseiam em pessoas e equipamentos. Mas é o componente humano que prevalece e, por essa razão, é muito difícil uniformizá-los e padronizá-los. Todo conjunto interno e externo de circunstâncias que o afetam diretamente resulta em diferentes desempenhos cada vez que é repetido. (SPILLER et al., 2006, p.19).

Kotler e Keller (2006) apresentam algumas providências que as empresas utilizam para melhorar a qualidade dos serviços na intenção de minimizar as variabilidades existentes, são elas: investir em bons processos de contratação de pessoas e treinamentos que oferecem capacidade de demonstrar habilidades para solucionar problemas; padronizar o processo de execução do serviço em toda a organização para facilitar a prestação do serviço, e por fim; acompanhar a satisfação do cliente através de sistemas de sugestão e reclamação, pesquisa com cliente e monitoramento dos concorrentes.

## 2.3 Perecibilidade

Churchill (2000, p.293) diz que se um serviço não for usado quando oferecido, não pode ser mais usado, logo ele considera que os serviços são perecíveis. E exemplifica, dizendo que se ninguém comprar ingressos para um jogo de futebol, eles não poderão ser vendidos, e os lucros serão perdidos para sempre, ou se ninguém marcar uma massagem para as 19h de quinta-feira, nenhuma massagem será vendida nesse horário. Para Corrêa e Caon (2006, p.52 - 57), uma das características principais nos serviços é que esses não são estocáveis, isso expressa à noção de que um serviço não pode ser feito com antecedência e nem armazenado, sendo consumidos à medida que são produzidos.

## 2.4 Inseparabilidade

Churchill (2000) considera que em muitos casos os serviços não podem ser separados da pessoa que está oferecendo, ele exemplifica dizendo que é necessário um médico para executar uma cirurgia plástica, assim como é preciso um consultor para prestar assessoria à determinada empresa. Para Churchill (2000, p. 295) “Sem a pessoa, o serviço não existe”.

É importante ressaltar que cada uma dessas características torna a produção de serviços uma atividade bastante peculiar, o que exige uma gestão diferenciada por parte de cada área da administração, seja ela de materiais, marketing, finanças e etc.

## 3 MARKETING APLICADO AOS SERVIÇOS

“Por que falar de marketing especificamente para serviços? Não dá tudo no mesmo? A resposta é: não. Os serviços exigem do marketing uma grande sofisticação.” (SPILLER et al. 2006, p.17).

Devido à crescente competitividade no ambiente empresarial e mercadológico, uma das únicas formas da empresa tornar-se competitiva é apresentar diferenciais perceptíveis junto ao seu consumidor, aprimorando constantemente a qualidade na prestação dos seus serviços, e focando principalmente no atendimento das necessidades dos seus clientes. Segundo Corrêa e Caon (2006, p.411 - 415) só a partir da década de 90, a gestão de operações deixou de ser vista como algo operacional e passou a reconhecer sua importância e validade, pois é fundamental compreender o impacto que os serviços causam na vida das empresas e das pessoas, devido aos serviços solucionarem a realização de atividades complicadas, ou proporcionarem ao cliente algo fora de sua capacidade, como por exemplo, os serviços de saúde.

Filho (2001) define Marketing de serviços como “atividades operacionais destinadas a investigar, obter e servir a demanda por assistência profissional”. Nestas atividades incluem-se as tarefas de desenvolvimento e promoção de serviços pessoais e comunitários. E diz ainda que o Marketing de Serviços se objetiva a investigar a oportunidade de mercado para planejar, organizar e oferecer assistência de serviços de qualidade, a preços razoáveis que possibilitem satisfação dos clientes e remuneração adequada aos profissionais.

Para Zamberlan, Blume e Klein (2005), a qualidade de um serviço é essencial para o perfeito funcionamento de uma organização prestadora de serviço, pois quando se pensa em um serviço de qualidade, está se referindo à plena satisfação do cliente, e para isso é preciso concentrar-se nas necessidades e desejos deste cliente, criando um serviço que atenda ou exceda as suas expectativas.

#### **4 MARKETING PARA INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS**

Segundo Lovelock *apud* Prass, Sant'Anna e Godoy (2010), o serviço educacional é classificado como um serviço de ações intangíveis, de entrega contínua, dirigido à pessoas para ser realizado através de uma parceria entre a organização e o seu cliente. E, estando o marketing educacional inserido no âmbito do marketing de serviços, este pode ser entendido, como um processo de investigação das necessidades sociais, para desenvolver serviços educacionais com a intenção de satisfazê-las, de acordo com seu valor percebido, distribuídos em tempo e lugar, e eticamente promovidos para gerar bem-estar entre indivíduos e organizações.

O marketing educacional auxilia as instituições na correta identificação das necessidades e exigências dos seus clientes. Entretanto, exige-se a consciência de que, por maior esforço e melhor trabalho que o profissional de marketing faça, pouco valerá, se a instituição não tiver programas e serviços de qualidade que atendam às necessidades do seu público-alvo. Podendo apenas ser eficaz em instituições que, como um todo, utiliza suas competências, objetivando a entrega ao cliente de um sistema de valor superior ao da concorrência. (TREVISAN, 2002).

#### **5 ESTRATÉGIAS PARA GESTÃO DA INTANGIBILIDADE NOS SERVIÇOS**

As Instituições que oferecem serviços educacionais por estarem inseridas num contexto de mudanças adotam estratégias de marketing. Fatores de natureza política, econômica, social e tecnológica influenciam as instituições educacionais, levando-as a mudar e a se adequar a uma nova realidade. Esse ambiente traz novos desafios para as instituições, como: expansão do número de instituições e, por consequência, maior competição entre elas, novo perfil de aluno, recursos escassos e novas demandas da sociedade. Isso exige que adotem estratégias para gerir a intangibilidade nos serviços. As estratégias de marketing em serviços educacionais referem-se basicamente a posição em que a instituição educacional deseja alcançar no futuro e qual meio deve seguir para consegui-la, considerando o mercado que atua.

Mezomo (1994) *apud* Neto (2004) defende que a qualidade deve ser pensada em todos os aspectos, e para isso é necessário que a educação não seja um simples negócio, possui também características que diferenciam dos serviços oferecidos na indústria, comércio e outros serviços, e a sua qualidade depende da participação e percepção de públicos distintos, entre eles os pais, alunos, funcionários, professores e outros. Neto (2004) diz que para construir um forte conceito de qualidade na educação é necessária que haja comprometimento das pessoas envolvidas, a construção do espírito humano e que esteja presente e de forma clara a missão, visão, valores, os objetivos, a cultura e principalmente a criação e manutenção de canais de comunicação com os seus públicos, permitindo conhecer e entender suas necessidades e desejos, viabilizando sua satisfação.

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1994) citados por Neto (2004) apontam dez pontos para as instituições utilizarem a qualidade na melhoria dos seus serviços, a saber: ouvir seu cliente; confiabilidade; serviço básico sem falhas; projeto de serviço com visão holística; recuperação do serviço caso haja falhas; surpreender o cliente; cortesia; trabalho em equipe; ouvir os colaboradores; e liderança. Acerca dos critérios da boa qualidade, Grönroos (1993) *apud* Neto (2004) indica "seis critérios da boa qualidade percebida do serviço" que está relacionada com os resultados do negócio, aos processos, a imagem da instituição, a dimensões técnicas e funcionais da qualidade. São eles: profissionalismo e habilidades (critérios relacionados aos resultados); comportamento dos funcionários, facilidade de acesso e flexibilidade, confiabilidade e honestidade, recuperação (critérios relacionados aos processos); reputação e credibilidade (critérios relacionados à imagem).

Como principais estratégias para a gestão da intangibilidade nos serviços educacionais, segue o roteiro abaixo:

#### Determinação de Preços de Serviços Educacionais

Corrêa e Caon explicam que (2006, p.137), mesmo numa economia de mercado estável e concorrencial, em que o preço de qualquer bem é dado pelo equilíbrio entre sua oferta e sua demanda, a instituição sempre dispõe de alguma margem de manobra para alterar esse preço teoricamente dado. Ou seja, os custos de produção e o preço do serviço similar dado pelo mercado devem ser encarados como um referencial para a definição da política de preços da instituição e o preço realmente praticado deve prioritariamente considerar o “valor” percebido pelo cliente a cada segmento do mercado pretendido.

#### Participação do cliente

Como o cliente tem alto contato com pelo menos algum aspecto no processo de prestação do serviço, tudo se passa como se ele tivesse papel de insumo e tais aspectos com os quais ele de fato tem contato formarão nele a impressão favorável ou desfavorável da “experiência”. Essa interação pode ser vista como uma ferramenta gerencial no sentido de aumentar a fidelização do cliente, proporcionando à empresa a ampliação de sua participação no mercado com serviços diferenciados (CORRÊA e CAON, 2006, p. 59- 63)

#### Desenhar esquemas

De acordo com Funke (2009), desenhar esquemas ou fluxogramas para organizar a “produção” dos serviços, exige a participação tanto do marketing quanto do pessoal de operações. Os desenhos podem se traduzir em fluxogramas que identificam o tempo necessário para ir de um processo a outro, os custos envolvidos em cada etapa, a quantidade de estoque, material ou evidências físicas envolvidas em cada etapa do sistema.

#### Deslocar o tempo de demanda

Para se produzir um serviço, é necessário que antes aconteça a manifestação da demanda. Portanto, a questão a ser enfrentada na gestão da fila é o quanto se deve estar apto a produzir no instante em que a demanda se manifesta. Se a capacidade do sistema operacional for baixa diante do pico da demanda, provavelmente implicará altos custos para o cliente (insatisfação). Uma capacidade ampla de atendimento, por sua vez, minimizará os custos para o cliente, mas resultará em altos custos operacionais decorrente da elevada capacidade ociosa do sistema fora do período de pico da demanda. Do ponto de vista do cliente, a sensação de espera é mais importante em sua percepção sobre o serviço que o tempo real gasto esperando (CORRÊA e CAON, 2006, p. 308 - 337).

#### Criar capacidade flexível

Em serviços, o projeto e gestão das instalações podem ter papel crítico, pois não só influenciam na percepção de qualidade e no nível de satisfação do cliente, mas também no grau de eficiência com que se utilizam os recursos investidos na operação. Decisão errada sobre a capacidade produtiva pode, por um lado, acarretar filas, por outro, pode fazer recursos produtivos serem poucos utilizados e, portanto ter desempenho fraco em termos de retorno sobre o investimento. A análise sobre a localização das instalações em serviços deve se basear sobre: a abrangência e o perfil do negócio, os fatores locacionais preponderantes e os critérios de seleção (CORRÊA e CAON, 2006, p. 249).

#### Medir a satisfação do cliente

A avaliação que o cliente faz do serviço recebido muitas vezes é difícil de ser medida objetivamente. A avaliação do cliente decorre da satisfação que o serviço propicia e resulta da comparação entre suas expectativas e suas percepções a respeito do próprio serviço. Como as expectativas e as percepções variam de cliente para cliente, e em cada situação, a satisfação do cliente em relação ao serviço é um conceito subjetivo. Porém, chegamos à conclusão de que a pesquisa de satisfação, por exemplo, é uma



investigação básica que deve ser realizada pelas instituições de ensino superior, já que segundo Kotler e Fox (1994) *apud* Zablonky (2004) “sem pesquisa não é possível fazer análise e conhecer o mercado, identificar problemas, ameaças e oportunidade com que a instituição se depara, bem como, não se viabiliza o planejamento estratégico e as ações de marketing”. Além disso, conhecendo os alunos, através de pesquisas, é possível elaborar estratégias de atração e retenção de alunos (CORRÊA e CAON, 2006, p. 121).

#### Desenvolver um Mix de Comunicação de Serviços

De acordo Funke (2009), as ferramentas de comunicação são as mesmas tanto para as indústrias de bens quanto para as de serviços e são compostas por duas fontes: pessoais e impessoais. As fontes pessoais são os canais de comunicação como informações de colegas, amigos, família (propaganda boca a boca) e as fontes impessoais vêm de propagandas, publicidade ou relações públicas. O uso de propagandas e outras ferramentas como web e demais peças podem ajudar a “tangibilizar” os serviços educacionais. Criar ícones, símbolos, logos, entre outros faz parte da comunicação visual da instituição e cria uma identidade, facilitando ao público desenvolver uma maior confiança na instituição de ensino superior.

#### Qualidade de Ensino

As instituições educacionais estão também adotando práticas da Qualidade Total, que na educação acontece, tradicionalmente, de forma empírica, baseada em resultados anteriores. Elas seguem critérios de excelência da qualidade apontados por Carvalho e Paladini (2006), como: liderança; planejamento estratégico; foco no cliente e no mercado; medição; análise e gestão de conhecimento; foco nos recursos humanos; gestão dos processos; e nos resultados do negócio. Segundo Paladini (2010) a Gestão da Qualidade na prestação de serviços volta-se fundamentalmente para interação com os clientes. E segundo ele é nesse processo de interação que a percepção da qualidade aparece. Na qualidade de ensino, leva-se em consideração o projeto político-pedagógico dos cursos, a formação e a experiência que eles proporcionam aos alunos.

#### Infra-estrutura

O ambiente aparece como uma estratégia primordial, levando em conta sua iluminação, ventilação, sons, cores, aromas, conforto, etc. Uma instituição de ensino superior bem estruturada deve ter laboratórios adequados e específicos para cada área de conhecimento, biblioteca “equipada”, sala de aula agradável, entre outros. As instituições que apresentam uma estrutura precária acabam não conseguindo fornecer os meios necessários para o desenvolvimento dos alunos e sua futura atuação no mercado de trabalho, prejudicando sua imagem frente à sociedade e principalmente em relação a seu público-alvo.

## 6 METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo tem caráter descritivo, abordado qualitativamente, realizado junto aos gestores de instituições de ensino superior na cidade de João Pessoa – PB. Para composição da amostra foi usado uma abordagem não-probabilística intencional, sendo selecionadas cinco Instituições públicas e cinco Instituições privadas consideradas pelo seu grau de importância e de tamanho (grande porte). Foram incluídas na amostra as instituições educacionais de ensino superior que se enquadram nesses critérios, sendo excluídas aquelas que não se enquadram.

O estudo foi realizado através de entrevistas previamente agendadas, com os principais gestores dessas Instituições, e contou com o auxílio de um questionário para sua realização. O tratamento dos dados coletados incluiu técnicas de análise de conteúdo temática. A escolha de tal análise se deve a possibilidade de interpretação das informações dadas pelos entrevistados, cujo conjunto de informações visa à formulação de inferências e interpretações através da análise do uso da palavra sobre o objeto de estudo, realizando um recorte dos conteúdos retirados dos discursos em questão, a fim de definir categorias sobre as quais organizamos os elementos, agrupando-os por parentesco de

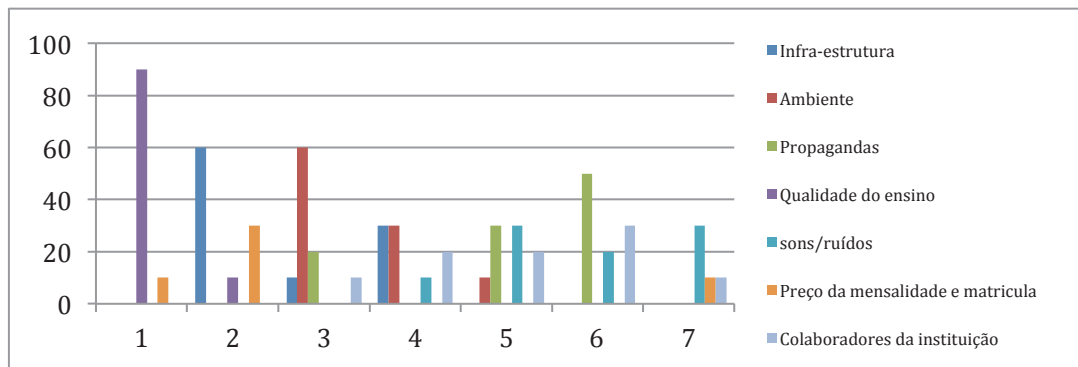
sentido. Sendo assim, as informações foram separadas e selecionadas de maneira a serem significativas por termos comuns nas respostas, verificando-se a frequência e o parentesco destas.

Os resultados foram analisados qualitativamente por unidade organizacional de ensino (ressaltando a presença ou ausência de práticas de gestão da intangibilidade) e quantitativamente através de comparações entre as organizações de ensino.

## 7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada junto aos gestores de dez instituições de ensino superior da cidade de João Pessoa – PB, sendo cinco instituições públicas e cinco instituições privadas. A composição da amostra foi selecionada pelo seu grau de importância, utilizando como critério serem de grande porte.

Os entrevistados foram questionados sobre quais instrumentos os clientes avaliam ser mais importantes nas instituições de ensino, enumerados em grau de importância (Sendo 1 para mais importante e 7 para menos importante).

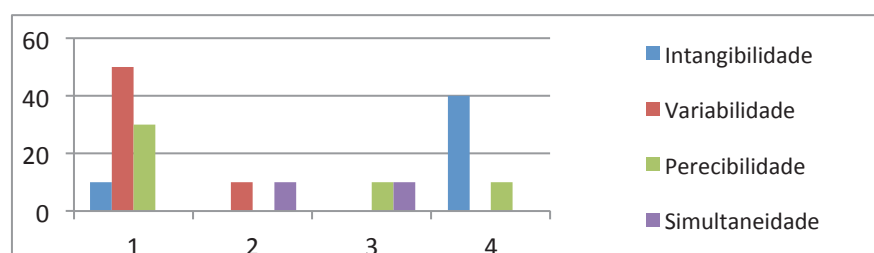


**Figura 1- Instrumentos que os clientes avaliam ser mais importantes segundo os gestores das instituições educacionais.**

De acordo com a Figura 1 pode-se observar que 90% dos gestores acreditam ser a qualidade do ensino o instrumento que os clientes avaliam mais importante, e apenas 10% dos gestores acreditam ser o preço da mensalidade e matrícula o instrumento que seus clientes avaliam mais importante nas instituições. Os entrevistados ainda mencionaram ambiente, 60% e infra-estrutura, 60% como o segundo instrumento mais visto por seus clientes.

A pesquisa constatou que 30% dos entrevistados apontam os sons/ruídos como os instrumentos menos importantes vistos por seus clientes e 10% dos respondentes apontaram colaboradores da instituição como os instrumentos que seus clientes avaliam menos importantes.

Os entrevistados responderam quais das características dos serviços eles acreditavam ser mais difíceis de gerir, enumerando em grau de importância (Sendo 1 para o mais difícil de se gerir e 4 para o menos difícil de se gerir).



**Figura 2 - características dos serviços.**

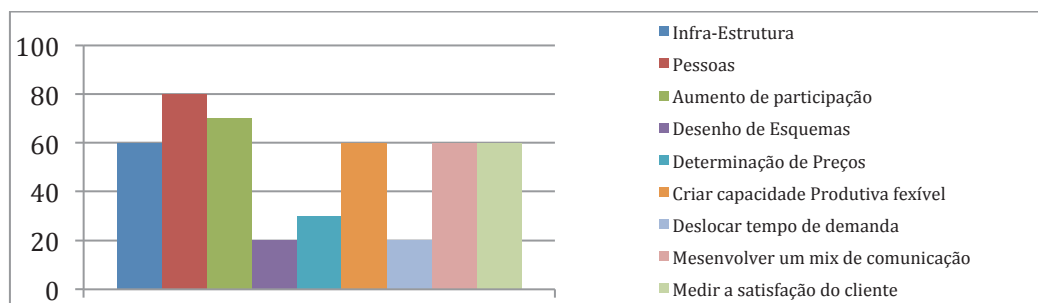
De acordo com a Figura 2 pode-se observar que 50% dos entrevistados acreditam ser a variabilidade a característica mais difícil de se gerir. Dentre as demais características os gestores apontam a intangibilidade, 10% e percibilidade 30%, como as características dos serviços mais difíceis de se gerir.

Foi constatado que 40% dos gestores apontam a intangibilidade como a característica menos difícil de se gerir. E ainda uma das instituições acredita que nenhuma das características dos serviços apontada seja difícil de se gerir.

O estudo constatou que todos os entrevistados acreditam saber o que venha a ser o gerenciamento da intangibilidade nos serviços, no entanto apenas 20% apresentaram respostas condizentes com a conceituação do termo, sob a perspectiva dos autores abordados nesse estudo. Pois segundo Vaz (2003, p. 26-28) o primeiro foco ao implantar uma estratégia de marketing deve estar pautado no usuário, procurando satisfazer suas necessidades e desejos, e só a partir daí obter lucro nos negócios. É nesse estágio que os gestores começam a traçar as estratégias para apurar as preferências e tendências dos seus clientes. É onde começam a gestão da intangibilidade nos serviços, quando a motivação do consumidor é dissecada, para assim as empresas avaliarem as oportunidades de mercado e oferecem produtos novos e aperfeiçoados, de acordo com os mecanismos psicológicos de cada consumidor.

Também foi verificado que 90% dos entrevistados consideram haver importância na adoção de estratégias de marketing para gerenciamento da intangibilidade nos serviços educacionais, entretanto 10% discordam dessa afirmação.

Foi constatado durante o estudo que 10% das instituições não utilizam práticas de gestão da intangibilidade na operacionalização das atividades educacionais, e 90% das instituições afirmam utilizar práticas de gestão da intangibilidade na operacionalização das atividades educacionais.



**Figura 3 - Práticas de gerenciamento da intangibilidade nos serviços.**

Foram questionados quais das práticas de gestão de intangibilidade os entrevistados utilizavam nas instituições de ensino (ver Figura 3), a pesquisa mostrou que 80% das instituições afirmam utilizar a otimização dos recursos humanos como estratégia para gerenciar a intangibilidade nos serviços educacionais (Pessoas). Apenas 20% indicaram o desenho de esquemas e a determinação de preços como estratégia para o gerenciamento da intangibilidade nos serviços educacionais.

Posteriormente os entrevistados enumeraram os três principais instrumentos que as instituições utilizam para o gerenciamento da intangibilidade nos serviços, a pesquisa constatou que 70% das instituições consideram a otimização dos recursos humanos como sendo o principal instrumento de gerenciamento da intangibilidade nos serviços. 30% indicaram a infra-estrutura e 20% indicaram a Determinação de Preços de Serviços Educacionais como o segundo principal instrumento de gerenciamento da intangibilidade nos serviços. Enquanto que 20% citaram o desenvolvimento de um mix de comunicação como terceiro principal instrumento de gerenciamento da intangibilidade nos serviços.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre as organizações educacionais investigadas na cidade de João Pessoa, verificamos que 90%, ou seja, a maioria, utiliza estratégias para gerenciar a intangibilidade nos serviços. As práticas com maior índice de utilização foram as Pessoas (otimização dos recursos humanos, principalmente o corpo docente) e Aumento da participação do cliente (o cliente tendo alto contato com pelo menos algum aspecto no processo de prestação do serviço).

A computação dos dados aponta as Pessoas (otimização dos recursos humanos, principalmente o corpo docente) como o principal instrumento que as instituições estudadas utilizam para o gerenciamento da intangibilidade nos serviços. Já o instrumento visto como o segundo principal é a Infra-estrutura (iluminação, cores, aromas, ambiente, laboratórios), o Aumento da participação do cliente, que é uma das práticas com maior índice de utilização, não aparece nem no terceiro lugar do ranking.

A pesquisa partiu do princípio que das principais características dos serviços (Intangibilidade, Variabilidade, Percibilidade e Simultaneidade), a intangibilidade seria a mais difícil de se gerir. No entanto, com o levantamento dos dados nas instituições de ensino superior na cidade de João Pessoa-PB, percebeu-se que esse pressuposto não se aplica no contexto estudado. 50% indicaram que, na realidade, a característica dos serviços mais difícil de se gerir é a variabilidade; 30% apontaram a percibilidade.

Os autores da pesquisa sugerem às instituições estudadas que as mesmas aprofundam seus conhecimentos sobre a área de atuação de suas organizações e que continuem a aplicar as práticas de gerenciamento da intangibilidade nos serviços por elas desenvolvidos; visando sempre, a otimização dos resultados obtidos e a maior satisfação dos clientes envolvidos.

## REFERÊNCIAS

BENEVIDES, Rita de Cássia Alves; MARINHO, Leonardo Guilherme da Silva. **Planejamento estratégico de Marketing aplicado as Instituições de Ensino Superior**. Disponível em: [www.aedb.br/anais-seget/ae\\_pos.htm](http://www.aedb.br/anais-seget/ae_pos.htm). Acessado em: 07 de Junho de 2010

CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços – Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Editora Atlas S.A. – 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração da Produção**. São Paulo: Ed. Campus – 2005.

CHURCHILL, Jr.; GILBERT, A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços – Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Editora Atlas S.A. – 2006.

FILHO, Alberto de Oliveira Lima. **Marketing de Serviços**. Disponível em: [www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing%20de%20servicos.html](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing%20de%20servicos.html) . Acessado em: 18 de Setembro de 2010.

FUNCKE, Alice Uchoa. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/21944864/Resumo-Livro-Principios-de-Marketing-de-Servicos-Conceitos-Estrategias-e-Casos>. Acessado em: 30 de março de 2010.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.

McDOUGALL, Gordon; SNETSINGER, Douglas. **The Intangibility of Services: measurement and competitive perspectives.** Disponível em: [www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=855635&show=pdf](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=855635&show=pdf). Acessado em: 25 de Setembro de 2010.

NETO, Leon Iotti. **Percepção da qualidade nos serviços prestados em uma instituição privada de ensino superior.** Disponível em [www.ufrgs.br](http://www.ufrgs.br). Acessado em: 16 de Setembro de 2010.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: teoria e pratica.** São Paulo: Atlas, 2010.

PRASS, Raquel Marcelle; SANT'ANNA, Luiz Carlos; GODOY, Leoni Pentiado. **AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS PRESTADOS NA ÁREA EDUCACIONAL ATRAVÉS DO MODELO SERVQUAL.** Disponível em: [www.pg.utfpr.edu.br/depog/periodicos/index.php/revistagi/article/download/445/489](http://www.pg.utfpr.edu.br/depog/periodicos/index.php/revistagi/article/download/445/489). Acessado em: 14 de Setembro de 2010

SPILLER, Eduardo Santiago; PLÁ, Daniel; LUZ, João Ferreira da; SÁ, Patricia Riccelli Galante de. **Gestão de Serviços e Marketing Interno.** Rio de Janeiro: FGV, 2006.3a edição.

TREVISAN, Rosi Mary. **Marketing em Instituições Educacionais.** Disponível em: [http://www.bomjesus.br/publicacoes/revista\\_pec\\_2002.asp](http://www.bomjesus.br/publicacoes/revista_pec_2002.asp). Acessado em: 11 de Maio de 2010.

ZAMBERLAN, Luciano; BLUME, Marcelo; KLEIN, Graciela. **A Avaliação de serviços educacionais Um estudo de Educação profissional.** Disponível em: [www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2005\\_Enegep0207\\_0185.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2005_Enegep0207_0185.pdf). Acessado em: 14 de Setembro de 2010.

## ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS PARA O LANÇAMENTO DE UM PRODUTO/MARCA NO MERCADO

L. S. A. Thaís<sup>1</sup>, C. S. Lídia<sup>1</sup>, A. E. M. Stefano<sup>1</sup>, R. A. D. S. ANA<sup>1</sup> e F. S. O. Maria<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus Joao Pessoa

thais\_lopes@hotmail.com – lidiacsoares@gmail.com – stefanoaem@gmail.com – raissa\_diniz1@hotmail.com – mafasioliver@hotmail.com

### RESUMO

No processo de decisão de compra, a marca pode influenciar o consumidor a escolher um produto em detrimento de outro que supra as mesmas necessidades básicas, sendo assim, a maneira que essa é lançada no mercado pode ser um fator determinante para torná-la forte. O objetivo desta pesquisa é estudar quais as melhores estratégias para o lançamento de um produto/marca no mercado e verificar os impactos gerados no consumidor final. Este estudo foi realizado por meio de um estudo de caso realizado na “Tag / Zag Group” uma agência de publicidade, localizada em João Pessoa, PB. Para coleta de dados esta pesquisa utilizou uma entrevista semiestruturada e um questionário, ambos foram respondidos pelo diretor de criação da empresa. O questionário considerando quatro tipos de produtos distintos para o lançamento da marca, são eles: bens duráveis, uso contínuo, imobiliário e artigos de luxo. A entrevista buscava identificar outros fatores, como a utilização do plano estratégico para o lançamento da marca, o estabelecimento de preços, o desenvolvimento da identidade e etc. Os resultados demonstram a incidência de determinadas estratégias para cada tipo de produto/marca e leva em consideração os elementos promocionais como propaganda, Relações Públicas, promoção de vendas, eventos e experiências, marketing direto e vendas pessoais. Uma estratégia de lançamento de produto/marca se for bem executada e monitorada trará grandes resultados para as empresas.

**Palavras-chave:** lançamento, marca, produto, estratégias

## 1. INTRODUÇÃO

As alterações no cenário empresarial têm ocorrido de forma dinâmica, principalmente devido ao evento da globalização. Tal evento provocou a queda das barreiras geográficas entre mercados do mundo inteiro, trazendo com isso efeitos positivos, como o surgimento de novas oportunidades de negócio, mas também consequências nem tão desejáveis como o aumento vertiginoso da concorrência através surgimento de novas marcas e produtos. É neste contexto de competição acirrada, que as organizações têm dois desafios principais: adotar estratégias eficazes para distinguir-se da concorrência e apresentar sua marca e seus produtos de uma forma que conquiste a preferência de seus potenciais clientes.

Kotler e Keller (2006), dizem que a marca de um produto ou serviço acrescenta e diferencia a este algum aspecto que o torna superior a outro produto ou serviço criado pra satisfazer a mesma necessidade do comprador. Baseado nesse conceito fica claro o poder que a marca representa na hora da escolha de um produto que satisfaz as mesmas necessidades do cliente que outro produto poderia suprir. Os mesmos autores acrescentam ainda, que para se criar uma marca forte é necessário um cauteloso planejamento e um grande investimento em longo prazo e que para uma marca chegar ao sucesso deve haver uma combinação entre um ótimo produto ou serviço aliado a um marketing bem planejado e executado, destacando a importância em um serviço e/ou produto de qualidade para construir uma marca de credibilidade.

Para um posicionamento de uma marca ou produto no mercado é necessário entender suas partes isoladas e a partir disso montar uma estratégia promocional que realmente funcione. Uma boa estratégia é baseada em pesquisa para entender a problemática e oportunidades, traçar metas para em seguida fazer sua implementação, acompanhar os resultados e por ultimo corrigir seus erros. Depois de aplicada a pesquisa, executa-se o plano e, por conseguinte a veiculação da estratégia adotada.

Sem divulgação fica difícil se tornar uma grande marca ou obter números expressivos em vendas e para isso entram as estratégias de promoção. Kotler e Keller (2006), dizem que as empresas que não buscam somente vendas eventuais devem desenvolver programas eficazes de comunicação e promoção.

Os argumentos anteriores demonstram a necessidade de continuar estudando e analisando o processo de construção de uma marca, enfocando desde os primeiros passos desta construção. Com este estudo busca-se demonstrar as estratégias adotadas para o lançamento de uma marca no mercado até os impactos gerados ao consumidor final e as expectativas da empresa, o qual contribuirá significativamente para a realização de futuros trabalhos que visem à construção desse processo.

## 2. CONCEITOS DE MARCA

A American Marketing Association - AMA define marca como “um nome, termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de tudo isso, destinado a identificar os produtos ou serviços de um fornecedor ou grupo de fornecedores para diferenciá-los dos de outros concorrentes” (KOTLER; KELLER, 2006, p. 269).

Fundamentalmente uma marca é a entrega de um conjunto de particularidades e características, benefícios e serviços de quem faz o produto ou serviço para quem os consome. Geralmente as melhores marcas trazem atreladas a elas uma garantia de qualidade e satisfação ao cliente.

Fontenelle (2002) destaca que a marca é um símbolo complexo, estabelecendo que todas as imagens distintas com as quais atua, devem ter uma ligação coerente entre si, com uma ligação direta à imagem principal com a qual a marca deve ser identificada.

Para Churchill (2000), a utilização de uma marca é uma maneira de diferenciar produtos na mente de compradores potenciais. Que podem gastar um pouco mais na escolha de um produto de sua preferência. O comprometimento com a escolha de uma determinada marca é conhecido por lealdade de marca.

Analisando os conceitos desses autores podemos destacar alguns pontos comuns que definem uma marca e criar uma única definição para o termo. Marca é um conjunto de características que acrescentam e diferenciam um produto ou serviço que satisfazem necessidades semelhantes e é usada principalmente pra diferenciar os produtos na mente de clientes ou potenciais clientes e fazê-los escolher a sua marca entre outras do mercado às vezes pagando mais por isso.

Fica claro que para se criar uma marca forte é necessário um cauteloso planejamento e um grande investimento em longo prazo. Para uma marca chegar ao sucesso tem que haver uma combinação entre um ótimo produto ou serviço aliado a um marketing bem planejado e executado.

### 3. PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DE UMA MARCA

Segundo Araújo (2005, p. 32), “ter uma imagem para a marca é importante, definir como será esta imagem e a forma de construí-la é mais importante ainda”. O processo de construção de uma marca tem por objetivo principal a diferenciação e o posicionamento da marca na mente dos consumidores, buscando alcançar sua fidelidade.

Neste sentido, são desenvolvidas estratégias que devem atender os requisitos como visão de mercado e inovação, que envolvem todas as etapas do produto desde sua criação até a sua distribuição. Nesse processo identificam-se os valores que a empresa deseja passar e desenvolve-se um plano gerencial eficiente que tem por princípio administrar de forma coerente às dificuldades (BATISTA, 2007).

Alguns aspectos são relevantes na hora da construção de uma marca. A empresa deve ser capaz de reconhecer, assimilar e avaliar novas ideias; deve existir excelência na execução da propaganda; os produtos e serviços devem ser inovadores e com benefícios funcionais; uma marca forte deve ter personalidade, emoção e auto-expressão; devem-se estabelecer ligações emocionais com os consumidores (AAKER; JOACHIMSTHALER, 2000, *apud* TOLEDO; KHAUAJA, 2005).

De acordo com Souza e Nemer (*apud* ARAÚJO, 2005) “a marca deve transmitir ou evocar, de alguma forma a imagem criada do produto”. Martins (2005) afirma que, uma boa marca transmite de forma eficaz um conjunto de informações. Os principais elementos de uma marca são formados pelos seguintes fatores: identidade, nome, desenho, proteção legal, comunicação, reputação e gerenciamento. Segundo Kotler e Keller (2006), os elementos da marca são recursos próprios que servem para identificá-la e diferenciá-la das demais. São eles: nome, logo, símbolos, caracteres, slogans, embalagens, entre outros. Acreditamos que esses elementos servem para construir o *brand equity*, que segundo Tavares (2008) pode ser entendido entre outros significados como valor da marca. Destes elementos de marca alguns são parte integrante do processo de construção de uma marca, são eles: identidade, nome, desenho (logo).

Os consumidores fazem diferentes tipos de associações em relação à marca, essas determinarão a imagem que ficará na sua memória. Essa imagem será a própria criação da identidade da marca (ARAÚJO, 2005). Quando se parte para sua criação deve-se ter uma noção completa do negócio, daquilo que se faz ou vende. É preciso também entender que reações e impressões ela vai causar nos consumidores. “O recomendável para a criação de uma marca bem sucedida é que a identidade de um negócio seja construída e sustentada sobre as características, qualidades, promessas e entrega de produtos ou serviços” (MARTINS, 2005, p. 29).

No momento da colocação do nome é importante ter uma grande preocupação quanto a sua permanência, os nomes devem significar a identidade do negócio. Quando se denomina uma marca deve-se ter em mente principalmente os benefícios deste nome. “Criar nomes, portanto, requer



atenção redobrada, principalmente se seu objetivo for estabelecer marcas de sucesso” (MARTINS, 2005, p. 29). O nome deve ser curto, simples, autêntico, descomplicado, ou seja, de fácil dicção e memorização, e adequado ao ramo do negócio.

Outro ponto importante é o desenho, o que conhecemos como logotipo. Esse aspecto foi amplamente valorizado, pois a partir do momento que se descobriu sua importância muitos investimentos foram disponibilizados para ele. Mas, unicamente o logotipo não é capaz de significar tudo o que é verdadeiramente importante para os consumidores. Mesmo sabendo que criar um logotipo (marca) pode ser um processo caro, sofisticado, demorado e de benefícios financeiros duvidosos, não se pode negar a sua relevância já que ele é um ativo intangível valioso. Ele atrai a atenção dos consumidores por esse motivo é muito importante à aparência, e devem ser considerados aspectos visuais como: forma, cor, ilustração e características gráficas (MARTINS, 2005). Com isso, entendemos que se deve dedicar atenção especial, mas não atribuir todo o sucesso ou insucesso da marca a esse aspecto.

Outros fatores ainda são relevantes, como o desenvolvimento de programas de marketing que para a construção de uma marca envolve três aspectos importantes: personalização, integração e internalização.

Personalização é a oportunidade que os profissionais de marketing holístico encontraram de tornar o marketing mais específico para cada cliente, ou seja, o marketing deve ser mais direcionado para o maior número de clientes. Integração visa integrar as atividades para que os efeitos individuais e coletivos do marketing sejam maximizados. Ou seja, tudo que se refere à comunicação deve ser avaliado se conseguir influenciar o *brand equity*. E a internalização é a maneira como os funcionários internalizam os conceitos da marca e se dispõem a colocá-los em prática. São atividades que ajudam a informar os funcionários sobre as noções básicas do *brand equity* (KOTLER; KELLER, 2006).

As empresas buscam associar a construção da marca a outras entidades pegando emprestadas as informações que existem na memória dos consumidores que lhe comunicam significado para a construção do *brand equity*. Assim repassam essas impressões que já existem para a marca que esta sendo construída. A marca pode ser vinculada a empresas, países ou regiões, personagens, eventos culturais ou esportivos, formadores de opinião entre outros (KOTLER; KELLER, 2006).

Ainda segundo os mesmos autores, os clientes começam a conhecer uma marca por meio de muitos contatos: observação pessoal, por telefone, contato com funcionários da empresa, contatos on-line, feiras comerciais, marketing de eventos, visita a fábrica, clubes e comunidade de consumidores, patrocínios.

Um contato de marca são todas as experiências positivas ou negativas que geram informações para um cliente ou cliente potencial sobre a marca, a categoria do produto, o mercado que se relaciona com o produto ou serviço da empresa. De acordo com Cobra (2009, p. 403), a construção de uma marca também é feita no ponto-de-venda, ele afirma que o “*trade marketing* é uma ferramenta de construção de marca do fabricante no ponto-de-venda”.

#### **4. ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS PARA LANÇAMENTO DE UM PRODUTO/MARCA**

Segundo Beard e Easingwood (1996 *apud* CURI, ONOYAMA, FREITAS e LARA 2006) o lançamento de um novo produto se torna uma das passagens mais críticas de uma organização, seja pelo seu montante de recursos financeiros, humanos e materiais investidos ou pela ansiedade de alcançar o retorno desejado.

Nesse mercado, que se faz cada dia mais competitivo, no qual diversos concorrentes disputam a atenção do consumidor, estabelecer estratégias promocionais para o lançamento de um produto fica cada vez mais difícil. As estratégias promocionais mais tradicionais estão sendo questionadas quanto a

sua eficácia, portanto, a empresa precisa estar ciente e convicta de qual é o seu público-alvo e procurar soluções que se adaptem a sua realidade atual.

Kotler e Keller (2006) apresentam seis formas de promoção: propaganda, promoção de vendas, eventos e experiências, relações públicas e assessoria de imprensa, marketing direto e vendas pessoais.

Para Paulo e Teixeira (2004?) a propaganda em seus inúmeros conceitos pode assumir caráter político, religioso ou ideológico a fim de influenciar o modo de pensar e agir das pessoas. Há ainda a propaganda institucional que tem finalidade de apresentar a história da empresa, as políticas de administração e responsabilidade social ou ainda expor os investimentos de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, disseminando assim a imagem da empresa.

Vale ressaltar, que a propaganda divide-se de acordo com seus objetivos, sendo eles: informativo, persuasivo, de lembrança e de reforço (KOTLER; KELLER, 2006). Para atender ao lançamento de um produto em sua fase de existência, usa-se a propaganda informativa a fim de conscientizar e tornar conhecida a marca no caso de novos produtos ou novos recursos de produtos já existentes. Os principais veículos de propaganda que contribuem para a conscientização e lembrança de uma marca são os anúncios em TV, mídia impressa e rádio e o que garante a eficácia desses veículos são a forma, período e criatividade com que são feitos.

Promoção de vendas destina-se a oferecer um incentivo ao consumidor para estimular a compra em curto prazo como também permitir ao cliente conhecer a marca pela promoção de consumo que podem ser as amostras, cupons, reembolsos, brindes, prêmios, testes gratuitos, garantias e, principalmente, demonstrações (KOTLER; KELLER, 2006). Características promocionais menos evidentes se tornam cada dia mais comum como patrocínio de uma peça de teatro ou um campeonato de atletismo, o que reflete em um conjunto de ações de comunicação que evidenciam as empresas e aliam a seu público alvo (SAMPAIO, 1999 *apud* CAZÓN; ALMEIDA, 2010).

A RP como é mais conhecida, Relações Públicas de Marketing tem uma enorme contribuição para construção da imagem das marcas e conseqüentemente das empresas, principalmente no apoio a lançamento de produtos, na influência sobre grupos-alvo específicos e na construção de uma imagem corporativa que reflita favoravelmente nos produtos, tendo, portanto sua grande importância na geração do conceito que se tem das marcas. Salientamos pelas palavras de Kotler e Keller (2006, p. 594) que na RP “a empresa não paga pelo espaço ou pelo tempo obtido na mídia; ela só paga para sua equipe desenvolver e divulgar fatos relevantes e gerenciar determinados eventos”. O resultado positivo desse trabalho é que se torna relevante e interessante ao se construir a imagem da marca.

Outra ferramenta estratégica é o marketing direto que hoje ganha outros conceitos para atender melhor aos clientes. Tradicionalmente marketing direto são ações de captação e vendas de produtos/serviços. Atualmente, utiliza-se também outro termo, o marketing de relacionamento ligado a fidelização de clientes, ou seja, esses termos abordam a comunicação, relacionamento e interação com o cliente. Para Las Casas (2005) marketing direto é um sistema de relacionamento que se utiliza de mídias de propaganda para obter um feedback ou um ativo mensurável em qualquer local.

Para o sucesso de qualquer campanha ou programa, antes de chegar ao marketing direto é preciso o diagnóstico e planejamento. Segundo a Associação Brasileira de Marketing Direto:

O alto grau de envolvimento existente entre uma agência de Marketing Direto com as áreas de Tecnologia, Telemarketing/Call Center, além do Marketing de cada cliente, implica na necessidade de um profundo conhecimento da estrutura e do negócio de cada cliente antes do início da gestão efetiva de uma campanha ou programa. Além disso, para a realização das ações e programas recomendados, muitas vezes a agência coopera na coordenação da implementação de ferramentas necessárias, tais como: banco de dados (dbm), telemarketing, logística, dentre outras.

Podemos entender, portanto que o marketing direto é de extrema importância por não só está mais próximo do cliente, mas por de antemão identificar suas necessidades pelo diagnóstico e planejamento e atender de forma personalizada e específica os desejos potenciais de cada um, o que chegou a ser conhecido como marketing um a um.

Prospectar e qualificar os clientes potenciais e latentes é de responsabilidade das vendas pessoais, que se inicia com a pré-abordagem, levantamento de informações do cliente, passa pela apresentação e demonstração e aqui entra uma sigla muito importante a AIDA, que significa obter Atenção, manter Interesse, aumentar o Desejo e levar o cliente a Ação. Nesse instante são apresentadas abordagens de vantagens, benefícios e valor agregado ao cliente. Objeções são comuns e o vendedor deve estar preparado para atender e responder de forma positiva a fim de esclarecer e convencer do seu dito. A etapa de fechamento vem em seguida e tirar todas as dúvidas e certificar-se dos acordos é necessário para o sucesso de uma venda. Não acaba por aí, um plano de manutenção e crescimento para o cliente deve estar presente no processo de venda, prever eventuais problemas e garantir a satisfação do cliente é o que faz a fidelização do mesmo (KOTLER; KELLER, 2006).

## 5. METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se por um estudo de caso, segundo Acevedo e Nohara (2009, p. 50) “estudo de caso caracteriza-se pela análise em profundidade de um objeto ou um grupo de objetos, que podem ser indivíduos ou organizações”. Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica para se aprofundar o conhecimento no tema, em seguida foi estudada a agência de publicidade, localizada em João Pessoa – PB, a fim de identificar as suas estratégias de publicidade quando lança uma marca no mercado. Foram utilizadas documentação cedida pela agência como também dois instrumentos para coleta de dados. Sendo uma entrevista semiestruturada confeccionada pelos próprios pesquisadores aplicada ao diretor de criação que decide diretamente sobre o processo de escolha das estratégias promocionais dos serviços customizados. E quatro questionários composto de opções objetivas que permitiam ao respondente (diretor de criação) indicar a frequência utilizada da estratégia apontada, variando entre 1(nunca), 2(raramente), 3(quando necessário), 4(quase sempre) e 5(sempre), classificados por tipos de produto como: bens duráveis, uso contínuo, imobiliário e artigos de luxo.

## 6. RESULTADOS

### 6.1 Resultados do Questionário

As percepções e opiniões levantadas na pesquisa qualitativa serviram de subsídio para a complementação dos dados obtidos na pesquisa quantitativa com a aplicação do questionário. Cada questão ou conjunto de questões do instrumento de coleta de dados abordou uma dimensão investigada. A Tabela 1 abaixo correlaciona em forma de matriz os tipos de atuação no mercado e as estratégias de propaganda, promoção de vendas, eventos e experiências, relações públicas, marketing direto e vendas pessoais de acordo com a frequência respondida pelo diretor de criação.

**Tabela 1 - Frequência de estratégias promocionais por tipo de produto**

ESTRATÉGIAS	Tipos de produtos			
	Bens Duráveis	Uso Contínuo	Imobiliário	Artigos de Luxo
<b>Propaganda</b>				
TV	4	5	5	3
Jornais impressos	4	2	5	1
Revistas impressas	4	4	4	5
Rádio	4	4	3	1

Outdoors	3	3	3	2
Busdoors	3	3	3	1
Mídia exterior	3	3	3	2
Anúncios	4	5	5	4
Internet	5	5	5	5
Aeroportos	3	3	2	4
Terminal Rodoviário	3	3	1	1
<b>Promoção de Vendas</b>				
Amostras	1	4	1	1
Cupons	1	3	1	1
Brindes	3	3	3	3
Prêmios	3	3	2	2
Demonstrações	4	4	3	4
PDV	3	5	4	5
Patrocínios	3	3	2	3
Reembolsos	1	2	1	1
<b>Eventos e Experiências</b>				
Participação em eventos	3	3	3	3
Eventos próprios	3	3	3	4
Encontros	3	3	3	3
Congressos	3	3	3	3
<b>Relações Públicas</b>				
Publicações	4	2	4	5
Notícias	4	3	4	5
Institucionais/ Documentários	4	3	3	3
Palestras	3	3	2	2
Atividades Comunitárias	3	2	2	1
Mídia de Identidade Corporativa	5	3	4	4
<b>Marketing Direto</b>				
Venda face a face	5	2	5	3
Marketing de mala direta	4	2	4	5
Marketing de catálogo	4	2	3	4
Telemarketing	3	2	2	1
Marketing por terminais de compra	1	2	2	3
Canais on-line	4	2	5	4
<b>Vendas Pessoais</b>				
Abordagem de um comprador	3	3	5	1

Abordagem de um grupo de compradores	3	3	4	1
Abordagem de uma equipe de vendas	2	2	5	1
Reunião de vendas	2	2	5	1
Seminário de vendas	2	2	4	1
<b>Construção de Marca</b>				
Identidade	4	4	5	4
Nome	3	3	4	3
Logotipo	4	4	5	4

## 6.2 Resultados da Entrevista Semiestruturada

A entrevista semiestruturada foi composta por oito perguntas que objetivavam fazer a coleta de informações. Permitiu esclarecer aspectos que ficaram duvidosos, gerou orientações para o aprofundamento da pesquisa e definiu novas estratégias.

Iniciou-se com o questionamento de quais as etapas de realização do plano estratégico no lançamento de um produto/marca e o entrevistado respondeu que primeiro, é imprescindível uma pesquisa de mercado, pois esta identifica o público a que se destina o novo produto/marca. Em sequência as etapas, viria o planejamento de comunicação com a definição do público – alvo, análise das vantagens e desvantagens, das oportunidades e ameaças e o segmento do produto; na terceira etapa está à negociação e aprovação do cliente e a partir da aprovação, a empresa cria, executa e veicula as estratégias promocionais e conclui numa etapa cíclica do ponto de partida “o que quero?” até “já cheguei lá?”.

No segundo questionamento, foi perguntado como a agência estabelecia o preço e as estratégias de distribuição, e foi respondido que por se tratar de serviços, estes são exclusivos e personalizados, variando de cliente para cliente. Comenta também que “o preço depende do produto, da área geografia, se vai ser no município ou no estado ou vai para o Nordeste ou para o país inteiro, ou para o mundo todo. Para cada esforço de marketing tem que se preocupar onde quer atingir.” e ainda completa que “o tipo de campanha não depende só do que vai ser investido em marketing, mas também da capacidade de produção”.

No desenvolvimento de identidade, logotipo e nome na construção de uma marca, a agência respondeu que cria todas essas ferramentas, desde que solicitada pelo cliente. Quando questionado sobre as estratégias promocionais mais utilizadas o respondente relata que “para o público em massa os mais utilizados são TV, rádio. Para produtos de luxo utiliza-se revistas, mala direta, carta impressa. Há também folders. Entretanto, a estratégia a ser criada depende da necessidade do cliente e demais características inerentes ao serviço em específico.”

Quanto à mensuração do impacto de uma estratégia promocional no lançamento de um produto/marca a agência verifica seus resultados por meio de “*tops of minds*”, pelo caixa do cliente, pela repercussão positiva, exemplifica dizendo: “Exemplo, meu objetivo de marketing é aumentar as vendas em 10% de retorno no caso específico. Às vezes aumentar as vendas não significa aumentar o número de pessoas comprando e sim fazer com a mesma pessoa compre mais”.

Na construção de uma marca, o posicionamento de um produto/marca no mercado depende se é um produto nacional ou internacional, se é barato ou caro, se a qualidade é melhor. A agência utiliza de estratégias tanto racionais quanto emocionais para o posicionamento de uma marca no mercado.

## 7. ANÁLISE DOS DADOS

### 7.1. Análise do Questionário

De acordo com o Quadro 1 acima, pode-se perceber os seguintes resultados de frequência das estratégias promocionais de propaganda, promoção de vendas, eventos e experiências, relações públicas, marketing direto e vendas pessoais por segmento de mercado:

- No segmento de bens duráveis as estratégias de propaganda utilizadas quase sempre são TV, jornais impressos, rádio e anúncios e sempre utiliza a internet. Nas estratégias de promoção de vendas, quase sempre utiliza demonstrações e quando necessário brindes, prêmios, PDV e patrocínios. Em eventos e experiências as estratégias são utilizadas quando necessário. Em relações públicas sempre utiliza mídia de identidade corporativa e quase sempre publicações, notícias e institucionais/documentários. Em marketing direto sempre aplica venda face a face e quase sempre marketing de mala direta, marketing de catálogo e canais online. Com relação a vendas pessoais, aplica quando necessário abordagem de um comprador e abordagem de um grupo de compradores. Na construção de uma marca, faz-se quase sempre identidade e logotipo e quando necessário o nome.
- No segmento de produtos de uso contínuo as estratégias de propaganda sempre criadas são de TV, anúncios e internet, e quase sempre aplica revistas impressas e rádio. Nas estratégias de promoção de vendas sempre utiliza PDV e quase sempre amostras e demonstrações. Estratégias de eventos e experiências, quando necessário. Em relações públicas aplica quando necessário notícias, institucionais/documentários, palestras e mídia de identidade corporativa. Raramente se aplica estratégias de marketing direto. Em vendas pessoais, quando necessário se faz abordagem de um comprador e abordagem de um grupo de compradores. Na construção de uma marca cria-se quase sempre identidade e logotipo e quando necessário, o nome.
- No segmento de mercado imobiliário, sempre utiliza em propaganda TV, jornais impressos, anúncios e internet e quase sempre revistas impressas. Em promoção de vendas quase sempre faz-se PDV e quando necessário brindes e demonstrações. As estratégias de eventos e experiências apenas quando necessário. Em relações públicas quase sempre cria publicações, notícias e mídia de identidade corporativa. No marketing direto sempre utiliza venda face a face e canais online e quase sempre marketing de mala direta. As estratégias de vendas pessoais sempre aplicam abordagem de um comprador, abordagem de uma equipe de vendas e reunião de vendas e quase sempre abordagem de um grupo de compradores e seminário de vendas. Na construção de uma marca sempre cria identidade e logotipo e quase sempre, o nome.
- Em relação ao segmento de artigos de luxo, as estratégias de propaganda sempre utilizadas revistas impressas e internet e quase sempre anúncios e aeroportos. Em promoção de vendas sempre utiliza PDV e quase sempre demonstrações. Utilizam quase sempre eventos próprios e quando necessário, participação em eventos e congressos. Em relações públicas sempre cria estratégias de publicações e notícias e quase sempre mídia de identidade corporativa. No marketing direto sempre utiliza marketing de mala direta e quase sempre marketing de catálogo e canais online. Nunca cria estratégias de vendas pessoais. Na construção de uma marca, faz quase sempre identidade e logotipo e quando necessário o nome.

## 8. DISCUSSÃO

A respeito das informações obtidas tanto pelos questionários quanto pela entrevista semiestruturada, pudemos entender quais as estratégias se adequam a cada tipo de serviço, sendo eles de uso contínuo a artigos de luxo, compreendendo que as estratégias variam de cliente para cliente, da área geográfica, do preço do produto, e diversos fatores que irão influenciar na aplicação da estratégia adequada ao lançamento de um produto/marca.

A empresa, apesar de lidar com construção de marca, não dispõe de valores institucionais expressos, não possui missão, visão, valores e organograma definidos mesmo que seja percebida essa identidade em seus meios de divulgação e na cultura organizacional.

## 9. CONCLUSÃO

O conceito de marca geralmente é ligado a sua representação gráfica, símbolo e logotipo, porém alcança valores intangíveis, que atingem o consumidor. A marca é o que diferencia um produto e/ou serviço dos outros e determina para o cliente o quê comprar, deixando-o disposto a pagar mais para tê-lo.

A “Tag/Zag Group” é um empresa especializada no ramo da publicidade, com vasta experiência em lançar marcas no mercado. Analisamos o processo de formação e lançamento de uma marca e/ou produto nesta agência de modo a compreender quais as melhores estratégias para esse tipo de caso.

Entendemos que para lançar uma marca no mercado com eficácia é necessário um bom planejamento estratégico, pesquisa de mercado, construção de uma comunicação eficiente e monitorar a chegada do produto e/ou serviço para o consumidor final. Dessa forma, verificar se os resultados da campanha foram alcançados ou se precisam ser melhorados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de Administração: guia completo de conteúdo e forma: incluindo normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágios, MBA, dissertações, teses.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ARAÚJO, Vanessa Fernandes Rodrigues de. **Cultura e Consumo: a importância de novas abordagens do Marketing ao consumo simbólico.** 2005. 140p. Monografia (Curso de Pós-Graduação em Marketing estratégico). João Pessoa: UFPB, 2005.

BATISTA, Jaqueline Lessa. **A Construção de uma marca: Estudo de Caso Bloco Camaleão,** 2007. 36p. Monografia (Curso de Bacharelado em comunicação), UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br>>. Acesso em: 10 de set. de 2010.

CAZÓN, Rodolfo Lopez; ALMEIDA, Bunno Souza Falcão. Estudo das estratégias de propaganda promocional no marketing esportivo dentro das academias de ginástica de Brasília. **Revista Digital.** Buenos Aires, Ano 14, Nº 142, Março de 2010. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com>>. Acesso em: 10 de set. de 2010.

CHURCHILL, G. A. **Marketing: criando valor para o cliente.** São Paulo: Saraiva, 2000.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil.** 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CURI, W. R.; ONOYAMA, S.S.; FREITAS, M.A.M.C; LARA, J.D. **Um olhar sobre o lançamento de um veículo automotivo inovador.** XIII SIMPEP, Bauru, SP, Brasil, 06 a 08 de novembro de 2006. Disponível em: <<http://www.simpep.feb.unesp.br>>. Acesso em: 10 de set. de 2010.

FONTENELLE, I. A. **O nome da Marca: McDonald’s, fetichismo e cultura descartável.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.

KOTLER, Philip e KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Li. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas Empresas**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, José Roberto. **Grandes marcas, grandes negócios**: Como as pequenas e médias empresas devem criar e gerenciar uma marca vencedora. 2a. ed. São Paulo: Global Brands, 2005.

PAULO, Cleiton Fávero; TEIXEIRA, Camila dos Santos. **Estratégias de Propaganda, Relações Públicas e Marketing Social a serviço da mudança de atitude um estudo para a COCAM**, [2004?]. Disponível em: <<http://encipecom.metodista.br>>. Acesso em 10 de out. de 2010.

SOBRINHO, Z. A.; CATTO, C. **O Impacto da Comunicação Integrada de Marketing na imagem percebida pelos clientes de uma empresa Distribuidora de Gás do Paraná**. In: *Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração (ENANPAD)*, Salvador, 2006.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão de marcas**: construindo marcas de valor. São Paulo: HARBRA, 2008.

TOLEDO, G.L.; KHAUAJA, D.M.R. Orientação para o Mercado e Construção de Marca: Estudo Exploratório em uma empresa de Telefonia Móvel. **Revistas de Gestão da USP**, São Paulo, v. 12, n. 4, p 73-88, outubro/novembro de 2005. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp.br>>. Acesso em: 10 de set. de 2010.



## ESTUDO DAS AÇÕES DE MERCHANDISING DO MERCADO DE CERVEJAS NAS REDES SUPERMERCADISTAS DE NATAL-RN

J. C. Ferreira <sup>1</sup>, M. F. Danjuor <sup>2</sup>, K. A. D. Lima <sup>3</sup>, E. A. Santos <sup>4</sup> e L. C. C. Ferreira <sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal do RN - Campus Natal Zona Norte  
Jefferson.ferreira@ifrn.edu.br; miler.danjour@ifrn.edu.br; karla.lima@ifrn.edu.br;  
Emanuel\_albuquerque1@hotmail.com, laaycastro@hotmail.com

### RESUMO

O presente estudo apresenta os resultados de uma pesquisa quantitativa de caráter exploratório sobre o as ações de merchandising das marcas de cervejas nos supermercados de Natal – RN. O embasamento teórico deste trabalho fundamentou-se na obra da autora Blessa ( 2010). O objetivo deste trabalho foi identificar o comportamento das marcas de cervejas baseado em suas ações de merchandising no ponto de venda. Os resultados mostraram que as marcas líderes de mercado são as que mais investem nesse tipo de ação e que desenvolvem ações mercadológicas distintas de acordo com as redes de supermercado que apresentam melhor posicionamento na preferência do consumidor natalense. Também foram observadas estratégias e ações que demonstram planejamento de medidas a fim de evitar a canibalização entre marcas de uma mesma empresa cervejeira.

**Palavras-chaves:** Merchandising, Cerveja, Supermercados.

## 1. INTRODUÇÃO

O mercado atual em muitos segmentos é caracterizado por alta competitividade e disputas por espaços que proporcionem a melhoria dos resultados corporativos dentro desta perspectiva o mercado de cervejas no Brasil é um desses.

Em função desta realidade a presente investigação propõe-se a realizar um processo de aprofundamento na discussão aqui apresentada através do estudo da aplicação das metodologias de merchandising nas redes supermercadistas na cidade de Natal – RN.

Devido à necessidade um maior aprofundamento teórico que permita a qualificação da proposta investigativa será utilizado como parâmetro teórico obra realizada pela autora Blessa (2010). Este trabalho apresentará seus desdobramentos de pesquisa baseados na referida autora e em outros cientistas internacionais e nacionais como Phillip Kotler, Alexandre Lãs Casas respectivamente. Quanto aos procedimentos metodológicos, foram utilizados autores como Silvia Vergara e Antonio Gil.

Também foram utilizados periódicos e informações estatísticas de consultorias de mercado encontradas na internet e sites de associações de classe.

A idéia principal deste artigo é utilizar uma pesquisa local de conhecimento público que trata de recall de marcas para fornecer as bases para a construção de uma pesquisa de campo tratando de um assunto ainda pouco explorado na literatura nacional que é o merchandising.

A opção do autor em pesquisar as marcas de cerveja baseou-se em seus conhecimentos mercadológicos das atividades desenvolvidas pelo setor cervejeiro que é capazes de apresentar informações relevantes a serem estudadas. A idéia do artigo é estudar o comportamento de mercado das marcas de cervejas a fim de proporcionar verificação dos conhecimentos teóricos na atividade prática.

De acordo com Gil (1991), a pesquisa realizada foi do tipo exploratória, a partir de um instrumento de pesquisa construído pelos pesquisadores baseado na obra de Blessa (2010) que foi tabulado e analisado posteriormente analisado de forma quantitativamente.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: Introdução, Fundamentação teórica, metodologia, Análise e interpretação dos dados e conclusão.

A pesquisa apresentou o seguinte problema a ser trabalhado: Qual o comportamento das marcas de cervejas estudadas nos supermercados de Natal no período de 15 a 19 de agosto de 2011?

Para o alcance da resposta necessária delimitou o objetivo geral em identificar quais as principais ações de *merchandising* desenvolvidas pelas marcas de cervejas nos supermercados de Natal. E traçou-se os objetivos específicos em: reconhecer a marca de cerveja que mais investe em ações no ponto de venda; classificar as redes de supermercados que recebem a maior quantidade de investimentos em ações de *merchandising* e determinar o tipo de ação mais utilizada.

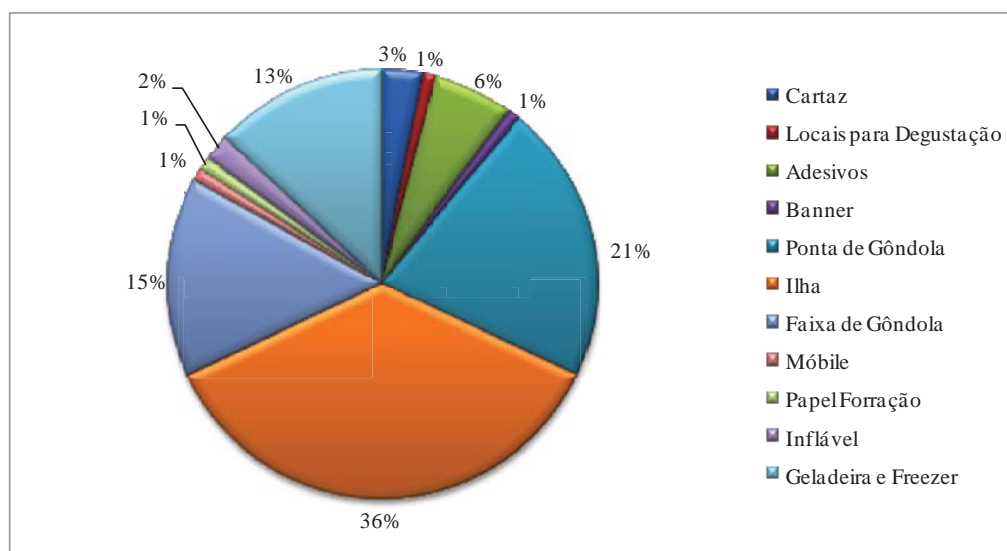
## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Após o estudo dos dados coletados, apresentam-se as seguintes análises:

**Tabela 1 – Número médio de ações por loja**

Rede	Média
Carrefour	12,5
Hiper Bom Preço	13,5
Nordestão	14,1

Em relação à quantidade de ações de *merchandising*, a rede de supermercados Nordestão foi a que mais recebeu variedade de investimentos na semana de pesquisa e neste caso, sendo esta a maior rede pesquisada em número de lojas (06), apresenta indicação de que possivelmente é a rede com maior número de investimento financeiro em *merchandising*. Em seguida, quanto ao número de ações, vem a rede Hiper Bom Preço(02 lojas) e Carrefour (02lojas).



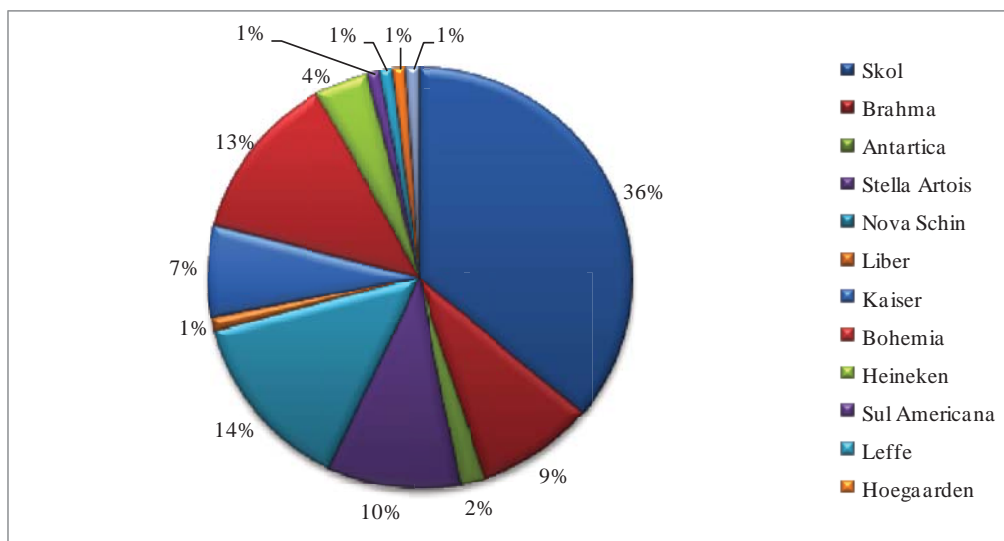
**Gráfico 1 – Ações mais usadas no ponto de venda**

A ação de *merchandising* mais usada dentre todas as redes foi a ilha, seguida pelas pontas de gôndola, faixas de gôndola, geladeiras e *freezers*.

Foram identificados no Carrefour e Hiper Bom Preço investimentos característicos em geladeiras e *freezers* com marcas menos visualizadas no Nordeste, como por exemplo a marca Stella Artois.

O Nordeste recebeu investimento preferencialmente em faixas, *freezers* e pontas de gôndola. *Banners* só foram identificados na rede Carrefour.

Outras marcas com menor participação de mercado como Liber, Sul Americana, Leffe, Hoegaarden e Kronenbier, apresentaram ações apenas em uma loja do Nordeste (no caso da Sul Americana a loja Salgado Filho e as outras marcas a loja do tirol) atividade que mostra ações isoladas e pontuais em ilhas e ponta de gôndola.



**Gráfico 2 – Participação nas ações por marca**

A marca de cerveja que mais apresentou ações foi a Skol, seguida pela Nova Schin e Bohemia.

Quanto às ações especificadas por marcas, a Heineken é a marca que mais apresentou ações fora da seção de bebidas, sendo a única a utilizar ações com móveis.

### 3. CONCLUSÃO

Ao analisar os resultados da pesquisa de campo quanto à utilização das redes de supermercados para ações de merchandising no período de conclui-se que a ação de merchandising mais usada dentre todas as redes foi a ilha, seguida pelas pontas de gôndola, faixas de gôndola, geladeiras e *freezers*. Em relação às marcas de cervejas, a Skol foi identificada como a que mais investiu em todas as redes, seguida não muito de perto pela Nova Schin em algumas redes (Carrefour e Hiper) e pela Bohemia no Nordeste.

Quanto à preferência de utilização das redes de supermercado para o tipo de ação estudada, houve similaridade de resultado entre a opinião do consumidor, identificada revista TOP Natal 2010, e a concentração de ações mercadológicas das cervejarias, ou seja, a rede de supermercados Nordeste foi, no período estudado, a rede que recebeu mais investimentos.

Um ponto importante a ser registrado na pesquisa foi que as cervejas que apresentaram *market share* menor, em relação a 2010, como Stella Artois e Bohemia investiram em ações mais especializadas como *freezers* pequenos em pontas de gôndolas com porções menores resfriadas para atendimento imediato do consumidor. O fato curioso nesta ação é que ambas pertencem à mesma cervejaria (AmBev) e parecem buscar estratégias de não canibalização dividindo as ações em redes distintas.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BADEM BADEM Cervejas de luxo Brasileiras. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/adrianovaladao/apresentacao-baden-baden-dom>> acesso em: 05 set. 2011.

BERNARDINO *et.al.* **Marketing de varejo**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRITO, Gustavo Lima; COSTA, Marconi Freitas. **Merchandising no ponto-de-venda como uma ferramenta de atração de clientes**. Bahia: VI Encontro Pauloafonsino de Administração, 02 a 06 jun 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

G1 Economia Negócios: 11/08/2011 08h02. Ambev tem lucro de R\$ 3,9 bilhões no 1º semestre de 2011. <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2011/08/ambev-tem-lucro-de-r-39-bilhoes-no-1-semester-de-2011.html>> acesso em: 05 set. 2011.

TRATA BRASIL. Dois terços de todo esgoto gerado no Brasil não é tratado - Blog da Joice. Disponível em <[http://www.tratabrasil.org.br/novo\\_site/?id=18288](http://www.tratabrasil.org.br/novo_site/?id=18288)> acesso em: 05 set. 2011.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, Atlas, 2006. (Edição do novo milênio).

KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, [Alexandre Luzzi](#). **Administração de Marketing: Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira** São Paulo: Atlas 2006.

LIMA, Miguel.; SAPIRO, Arão.; VILHENA, João Batista.; GANGANA, Maurício. **Gestão de Marketing**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

RAUPH, Roberto. **Comunicação integrada de Marketing: promoção e Propaganda**. Apostila de disciplina de MBA em Marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2002.

SINDICERV. **O mercado de cervejas**. Brasília. Disponível em: <http://www.sindicerv.com.br/mercado.php> acesso em: 05 set. 2011.

REVISTA TOP NATAL. **As marcas mais lembradas de 2010**. Jornal Tribuna do Norte. Natal, n. 9, p.12, Agosto, 2010.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

## EVIDENCIAÇÃO DO AJUSTE AO VALOR RECUPERÁVEL DOS CRÉDITOS DE DÍVIDA ATIVA PELOS ESTADOS BRASILEIROS E DISTRITO FEDERAL

**William Brasil Rodrigues Sobrinho<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Instituto Federal do Tocantins - *Campus* Porto Nacional  
email: william@ifto.edu.br

### RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar se a evidenciação contábil do Ajuste ao Valor Recuperável dos créditos de Dívida Ativa pelos Estados Brasileiros e o Distrito Federal, quando da divulgação das informações contábeis pelo setor público, é realizada em conformidade com os Princípios Fundamentais de Contabilidade e normativo vigente. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e descritiva, de natureza documental. A fundamentação teórica compreende os conceitos de Dívida Ativa, Princípio da Prudência e Ajuste ao Valor Recuperável. São analisadas as informações contábeis dos vinte e seis estados-membros e o Distrito Federal. Para isso, as informações contábeis foram extraídas do aplicativo web SISTN - Sistema de Coleta de Dados Contábeis de Estados e Municípios disponibilizados no site da Secretaria do Tesouro Nacional. Constatou-se que a maioria das unidades federativas não evidencia a provisão para perdas de dívida ativa nas suas demonstrações contábeis, acarretando dessa forma um prejuízo na qualidade das informações, contábeis do setor público brasileiro, destinadas aos seus usuários.

**Palavras-chave:** Ajuste ao Valor Recuperável; Dívida Ativa; Evidenciação.

## 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Secretaria do Tesouro Nacional (2010), Dívida Ativa “constitui uma parcela do Ativo de grande destaque na estrutura patrimonial de qualquer órgão ou entidade pública”, pois se tratam de valores que não foram pagos até o prazo definido na legislação, em razão disso, estes créditos (direitos), são inscritos em Dívida Ativa, por meio da Certidão de Dívida Ativa.

Acontece que a Dívida Ativa integra o grupamento das Contas a Receber, e é evidente que nem sempre é possível assegurar que os valores registrados serão recebidos em sua totalidade. Dessa forma existe uma incerteza sobre a realização dos créditos constituídos como Dívida Ativa.

Para demonstrar essa incerteza a contabilidade utiliza-se de contas específicas, denominadas contas redutoras, para registrar o valor de incerteza dos créditos. Permitindo dessa forma, que o valor final evidenciado como Dívida Ativa seja o mais próximo do esperado quando da realização os créditos.

Na prática tal registro consiste basicamente na constituição de uma provisão conhecida como “provisão para créditos de liquidação duvidosa”, o qual é um exemplo de aplicação do Princípio da Prudência que determina a adoção do menor valor para os componentes do Ativo e o maior para os do Passivo.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo analisar se a evidenciação contábil do Ajuste ao Valor Recuperável dos créditos da Dívida Ativa pelos Estados Brasileiros e o Distrito Federal, quando da divulgação das informações contábeis, é realizada em conformidade com os Princípios Fundamentais de Contabilidade e normativos do setor público, em especial a NBC T 16, que trata das Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicada ao Setor Público.

Para consecução do objetivo proposto, foram coletados os dados informados pelos Estados Brasileiros e Distrito Federal no aplicativo SISTN - Sistema de Coleta de Dados Contábeis de Estados e Municípios, disponibilizado no endereço eletrônico da Secretaria do Tesouro Nacional.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Dívida Ativa

A Dívida Ativa, não confunde-se com Dívida Pública, esta por sua vez corresponde a obrigações contraídas pelo ente, e divide-se em fundada e flutuante, enquanto a Dívida Ativa é dividida em Tributária e Não Tributária, conforme o disposto no art. 30, §2º, Lei nº 4.320/64 “Dívida Ativa Tributária é o crédito da Fazenda Pública dessa natureza, proveniente de obrigação legal relativa a tributos e respectivos adicionais e multas, e Dívida Ativa não Tributária são os demais créditos da Fazenda Pública (...)”.

Dessa forma a Dívida Ativa é um conjunto de direitos ou ainda créditos de diversas naturezas, a favor da Fazenda Pública, que não foram pagos, pelos devedores, nos prazos previstos na legislação vigente. Abrange os créditos a favor da Fazenda Pública, cuja certeza e liquidez foram apuradas, entretanto não foram recebidos.

Um dos melhores exemplos é a Dívida Ativa Tributária, que está prevista no artigo 201, da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional, que tem como comando legal o seguinte “Constitui dívida ativa tributária a proveniente de crédito dessa natureza, regularmente inscrita na repartição administrativa competente, depois de esgotado o prazo fixado, para pagamento, pela lei ou por decisão final proferida em processo regular”.

Logo, dessa forma, a contabilidade aplicada ao setor público deverá registrar a existência desse direito em favor da fazenda pública, na forma de Dívida Ativa. Em conformidade com Fabretti (2009, pg.



157) “A conta *Dívida Ativa*, na contabilidade pública, refere-se aos créditos da Fazenda Pública, em posição à conta *Dívida Passiva*, que se refere a seus débitos (Lei nº 4.320/64).” (grifo do autor).

Quando da inscrição da dívida ativa, realizada por autoridade competente, goza da presunção de certeza e liquidez, e possui equivalência de prova pré-constituída, ressalta-se que esta “presunção de liquidez” é relativa, conforme o disposto no § único, art. 204 do Código Tributário Nacional “A presunção a que se refere este artigo é relativa e pode ser ilidida por prova inequívoca, a cargo do sujeito passivo ou do terceiro a que aproveite”.

De modo que o fisco, para cobra seus créditos, nada precisa provar, basta que exiba em juízo a certidão da Inscrição da Dívida e a prova está feita em seu favor, em virtude daquela presunção da lei, que constitui o principal privilégio processual do fisco. Incumbirá ao contribuinte fazer prova contra a pretensão do fisco, de modo que, da presunção de certeza e liquidez de que goza o crédito fiscal, decorre ainda um segundo privilégio a favor do fisco, o da inversão do ônus da prova. (SOUSA, R. G. Compêndio de legislação tributária. Apud Fabretti, 2009, p. 159).

Nos ensinamentos de Alexandre (2010, pg. 533). “inscrever em dívida ativa é incluir um devedor num cadastro em que estão aqueles que não adimpliram suas obrigações no prazo”, embora conste que na prática as inscrições são feitas de maneira eletrônica.

O registro contábil da Dívida Ativa, como crédito integrante do Ativo do ente público encontra respaldo na tradição patrimonialista, entretanto conforme a Secretaria do Tesouro Nacional (2010) as normas públicas brasileiras de contabilidade, bem como a literatura acadêmica, não tratam do tema em suas particularidades, todavia o assunto está sujeito a aplicação dos Princípios Fundamentais de Contabilidade.

Portanto, os créditos a favor do Ente Público devem ser reconhecidos no exercício a que pertencem, como uma geração de ativo com a correspondente contrapartida de resultado. O crédito inadimplente que será inscrito em Dívida Ativa é derivado de um crédito anterior que, pelo transcurso do prazo esperado de recebimento, ficou em atraso. A inscrição em Dívida Ativa configura uma transferência de responsabilidade de cobrança de ativos dentro do mesmo Ente Público, entre o órgão ou unidade de origem do crédito e o órgão ou unidade competente para inscrição. A Dívida Ativa é um estágio do crédito a receber de valores já imbuídos de incerteza de recebimento, que já deve ter seus reflexos como variação patrimonial reconhecidos na dedutibilidade dos créditos a receber. (SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL, 2010, p. 190).

Desta feita o registro contábil da Dívida Ativa, na contabilidade pública, decorre da aplicação do Princípio da Competência, o qual determina que as alterações no ativo ou passivo que resultem em aumento ou diminuição no patrimônio líquido devem ser incluídas na apuração do resultado do período em que ocorrerem, independentemente de recebimento ou pagamento.

## 2.2. Princípio Da Prudência

O princípio da Prudência estabelecido pela Resolução do Conselho Federal de Contabilidade - CFC nº 750/1993, conforme transcrito a seguir, em linhas gerais determina a adoção, quando se apresentem alternativas igualmente válidas, do menor valor para os componentes do Ativo e o maior para os do Passivo, ou seja, o resultado deve ser um menor Patrimônio Líquido.

Art. 10. O Princípio da PRUDÊNCIA determina a adoção do menor valor para os componentes do ATIVO e do maior para os do PASSIVO, sempre que se apresentem

alternativas igualmente válidas para a quantificação das mutações patrimoniais que alterem o patrimônio líquido.

§ 1º O Princípio da PRUDÊNCIA impõe a escolha da hipótese de que resulte menor patrimônio líquido, quando se apresentarem opções igualmente aceitáveis diante dos demais Princípios Fundamentais de Contabilidade.

§ 2º Observado o disposto no art. 7º, o Princípio da PRUDÊNCIA somente se aplica às mutações posteriores, constituindo-se ordenamento indispensável à correta aplicação do Princípio da COMPETÊNCIA.

§ 3º A aplicação do Princípio da PRUDÊNCIA ganha ênfase quando, para definição dos valores relativos às variações patrimoniais, devem ser feitas estimativas que envolvem incertezas de grau variável. (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2008, p. 15).

Destacamos dois pontos relevantes do Princípio da Prudência evidenciados pelo Conselho Federal de Contabilidade (2008): deve ser aplicado posteriormente às transações originais e a sua aplicação não deve levar a excessos e a situações que possam ser classificadas como manipulação de resultados.

Conforme será abordado a seguir verifica-se que a constituição de provisões em razão da incerteza de recebimento de um crédito, constitui-se a aplicação do princípio da prudência, ou seja, procura-se demonstrar a real situação do patrimônio da entidade.

### 2.3. Ajuste ao Valor Recuperável

No Brasil, em referência a Contabilidade Aplicada ao Setor Público, aplica-se precipuamente a Lei nº 4.320/1964, que estatui normas gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal, bem como a Lei nº 101/2000, conhecida como a Lei de Responsabilidade Fiscal e demais normatizações aplicáveis.

No que tange a normatização aplicável ao Setor Público em 2008, o Conselho Federal de Contabilidade aprovou a NBC T 16 que trata das NBCASP - Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público com o intuito de torná-las convergentes com as Normas Internacionais de Contabilidade.

Há de se ressaltar que o atendimento às NBCASP, é obrigatório a partir do exercício de 2010, sendo facultativa a utilização desde 2008, conforme as resoluções específicas.

A NBC T 16.10 do Conselho Federal de Contabilidade, que trata da avaliação e mensuração de ativos e passivos em entidades do Setor Público, trás alguns conceitos relevantes para o prosseguimento deste trabalho conforme descritos a seguir:

**Mensuração:** a constatação de valor monetário para itens do ativo e do passivo decorrente da aplicação de procedimentos técnicos suportados em análises qualitativas e quantitativas.

**Redução ao valor recuperável (*impairment*):** o ajuste ao valor de mercado ou de consenso entre as partes para bens do ativo, quando esse for inferior ao valor líquido contábil.

**Valor da reavaliação ou valor da redução do ativo a valor recuperável:** a diferença entre o valor líquido contábil do bem e o valor de mercado ou de consenso, com base em laudo técnico.

**Valor de mercado ou valor justo (*fair value*):** o valor pelo qual um ativo pode ser intercambiado ou um passivo pode ser liquidado entre partes interessadas que atuam em condições independentes e isentas ou conhecedoras do mercado.

No caso específico da redução ao valor recuperável o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC, emitiu o pronunciamento técnico CPC 01 R1, que trata justamente da Redução ao Valor Recuperável de ativos em correlação às Normas Internacionais de Contabilidade – IAS 36.

Conforme o IAS 36, se o valor contábil exceder o valor recuperável, a empresa deve deduzir o valor contábil do ativo ao seu valor recuperável e reconhecer uma perda por *impairment*. Portanto, a perda por *impairment* representa o excesso do valor contábil de um ativo ou da unidade geradora de caixa sobre o valor recuperável deste mesmo ativo. (LUCENA, 2009, p. 50-51).

Ludícibus (2010) afirma que a constituição de provisão em razão da incerteza do recebimento de créditos ou direitos se trata de uma das regras fundamentais da contabilidade a de que nenhum ativo pode ficar registrado contabilmente por um valor superior do que ele vale, pois de acordo com o mesmo autor “a gestão da empresa, os credores, os investidores e outros usuários têm muito maior segurança de que os ativos são capazes de produzir caixa igual ou maior do que os valores contábeis, nunca menor”. (Ludícibus, 2010, p. 244)

Sendo assim a constituição de uma provisão para possíveis perdas no recebimento da dívida ativa, é justamente a aplicação do teste de *impairment*. A respeito da provisão o Conselho Federal de Contabilidade (2008, p. 39), discorre:

A provisão para créditos de liquidação duvidosa constitui exemplo da aplicação do Princípio da PRUDÊNCIA, pois sua constituição determina o ajuste, para menos, de valor decorrente de transações com o mundo exterior, das duplicatas ou de contas a receber. A escolha não está no reconhecimento ou não da provisão, **indispensável sempre que houver risco de não-recebimento** de alguma parcela, mas, sim, no cálculo do seu montante” (grifo nosso).

Assim conforme citado por Ludícibus (2010, p. 235) “essa regra é muito antiga, apenas vinha, aparentemente, sendo ‘esquecida’ em certas circunstâncias. Por exemplo, a regra de redução das contas a receber a seu valor provável de realização (...) é fruto da figura do teste de recuperabilidade”.

Em razão do avanço na normatização da contabilidade aplicada ao setor público o Ministério da Fazenda por intermédio da Secretaria do Tesouro Nacional, em conformidade com o Decreto nº 6.976, de 7 de outubro de 2009, publicou em 2010 o Manual de Contabilidade Aplicado ao Setor Público o qual possui um capítulo dedicado aos procedimentos contábeis específicos a Dívida Ativa.

Este manual é aplicado de forma obrigatória à União em 2011, Estados e Distrito Federal em 2012 e Municípios apenas no exercício de 2013, no que tange ao ajuste da Dívida Ativa a valor recuperável o comando é o seguinte:

Para que a contabilidade possa evidenciar com precisão e clareza o Patrimônio do Ente Público faz-se necessário que os valores a receber que apresentem significativa probabilidade de não realização, bem como os ativos que não geram os benefícios econômicos esperados, sejam ajustados a valor realizável. O ajuste deve ser feito por intermédio da utilização de uma conta redutora do ativo que esteja mensurado acima do valor provável de realização. (SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL, 2010, p. 212).

Ressaltamos que na Administração Pública, a Secretaria do Tesouro Nacional ainda em 2004, publicou a portaria nº. 564, de 27 de outubro de 2004, que criou o Manual de Procedimentos da Dívida Ativa, o qual é aplicado à União, Estados, Distrito Federal e Municípios. No presente manual da Secretaria do Tesouro Nacional (2004, p. 34) já era previsto a instituição da “provisão para perdas de dívida ativa”, tendo como conceito “uma reserva de valores, com finalidade específica ou não” e como

objetivo “prevenir possíveis perdas financeiras derivadas da falta de pagamento dos valores devidos à Fazenda Pública”.

(...) Assim, o estabelecimento da provisão de créditos de recebimento duvidoso em relação aos créditos da Dívida Ativa, no sentido de demonstrar o real valor dos créditos provenientes de receitas tributárias e não-tributárias, contribui para o processo de fortalecimento da visão patrimonial, além de maior qualidade e transparência na informação contábil, observando o disposto nos artigos 83 a 89 da referida Lei. (SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL, 2004, p. 35).

Então dessa forma, na prática, o registro da provisão para perdas de dívida ativa, é feito por meio de uma conta redutora do ativo, obtendo dessa forma a seguinte apresentação no Balanço Patrimonial.

**Tabela 1 – Evidenciação dos Créditos de Dívida Ativa**

<b>Dívida Ativa</b>	<b>497.610,00</b>
Valores inscritos em Dívida Ativa	726.800,00
(-) Provisão para perdas da dívida ativa	(229.190,00)

Conforme o entendimento da Secretaria do Tesouro Nacional (2010), embora as NBCASP - Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público, não tratam especificamente o tema Dívida Ativa em suas peculiaridades, no âmbito das Normas Internacionais de Contabilidade: NIC 39 – Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração, constam os procedimentos adequados a verificação do valor recuperável de um ativo financeiro (contas a receber), que por analogia estende-se aos créditos que se enquadram como Dívida Ativa, sujeitando-se então à aplicação dos Princípios Fundamentais de Contabilidade.

O procedimento adequado, em termos contábeis, para melhor evidenciação desse ativo é constituição de um ajuste sobre os valores inscritos em Dívida Ativa. Esse ajuste permitirá que o saldo da Dívida Ativa apresentado represente o justo valor do ativo, o qual é, resultante do valor inscrito subtraído da conta redutora denominada Ajuste a Valor Recuperável. Esse procedimento converge as Normas Nacionais às Normas Internacionais. (SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL, 2010, p. 191).

Dessa forma, é relevante transcrever o item 63 do Pronunciamento Técnico CPC-38 do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (2011, p. 938) que trata dos Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração em correlação às Normas Internacionais de Contabilidade – IAS – 39.

63 Se existir evidência objetiva de que se tenha incorrido em perda no valor recuperável em empréstimos e contas a receber ou investimentos mantidos até o vencimento contabilizado pelo custo amortizado, a quantia da perda é medida como a diferença entre a quantia contabilizada do ativo e o valor presente dos fluxos de caixa futuros estimados (excluindo as perdas de crédito futuras em que não se tenha incorrido), descontado pela taxa efetiva de juros original do ativo financeiro (i.e., a taxa efetiva de juros calculada no reconhecimento inicial). **A quantia escriturada do ativo deve ser baixada diretamente ou por meio do uso de conta redutora.** A quantia da perda deve ser reconhecida no resultado. (grifo nosso).

No entanto verifica-se que essa prática não é respeitada pela maioria das unidades federativas, quando do registro da Dívida Ativa, e conseqüentemente na divulgação das demonstrações contábeis conforme apontado a seguir.

### 3. METODOLOGIA

Considerando que esse estudo objetiva caracterizar a divulgação das informações contábeis acerca da Dívida Ativa no setor público, sua classificação, quanto aos objetivos, enquadra-se como uma pesquisa descritiva, bibliográfica e documental, conforme definição de Gil (2010). Em conformidade com o autor as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado, enquanto a pesquisa documental utiliza-se dados já existentes, elaborados com finalidades diversas.

Para o levantamento da pesquisa em questão, a coleta dos dados deu-se através de consulta on-line, do Balanço Patrimonial de cada Unidade Federativa, realizada no site da Secretaria do Tesouro Nacional, através do Sistema de Coleta de Dados Contábeis de Estados e Municípios – SISTN.

O objetivo desse sistema é de coletar dados contábeis dos entes da Federação de modo a apresentar as informações necessárias à transparência dos recursos públicos, especificamente aquelas relativas à implementação dos controles estabelecidos pela Lei de Responsabilidade Fiscal e legislação complementar, possibilitando a população e aos usuários da informação contábil a consulta às demonstrações contábeis do setor público, de forma padronizada.

Esse sistema consiste em um aplicativo, no qual é fornecido um plano de contas padrão, o qual cada Estado incluindo o Distrito Federal, deve preencher adequadamente e encaminhar via internet à Secretaria do Tesouro Nacional, até o dia 31 de maio do exercício subsequente.

Para consulta os dados são disponibilizados no site da Secretaria do Tesouro Nacional, por meio do seguinte link: [http://www.tesouro.fazenda.gov.br/estados\\_municipios/sistn.asp](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/estados_municipios/sistn.asp).

### 4. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta os resultados do estudo, com as informações coletadas a partir do aplicativo web SISTN disponibilizado pela Secretaria do Tesouro Nacional.

#### 4.1. Dívida Ativa dos Estados Brasileiros e Distrito Federal

A seguir apresentamos a tabela com os valores registrados na dívida ativa, bem como a provisão para perdas de dívida ativa, referente ao exercício de 2010, após extração dos dados do aplicativo web SISTN:

Tabela 2 – Dívida Ativa e Provisão para Perdas de Dívida Ativa por Estado e o Distrito Federal		
Ano	2010	
Estado	Dívida Ativa	Provisão
Acre	229.035.999,78	
Alagoas	2.515.090.549,09	(2.497.767.134,61)
Amapá	39.613.242,29	
Amazonas	1.519.191.525,89	
Bahia	43.615.061,75	
Ceará	4.594.570.757,00	
Distrito Federal	8.400.393.432,72	
Espírito Santo	6.785.196.831,20	

Goiás	17.634.065.754,05	
Maranhão	1.329.158.324,49	
Mato Grosso	9.755.660.473,62	(93.896.671,43)
Mato Grosso do Sul	3.462.501.791,83	
Minas Gerais	34.368.363.614,87	(24.880.019.608,01)
Pará	2.272.791.274,07	
Paraíba	3.352.994.376,97	
Paraná	13.563.765.110,37	(12.903.209.749,49)
Pernambuco	10.479.547.140,24	
Piauí	750.197.289,55	
Rio de Janeiro	37.449.654.950,72	(37.075.449.500,15)
Rio Grande do Norte	5.514.585.188,54	
Rio Grande do Sul	26.910.103.250,10	
Rondônia	3.267.556.211,67	
Roraima		
Santa Catarina	5.989.029.685,50	(5.976.667.884,96)
São Paulo	198.383.766.724,48	
Sergipe	2.925.476.572,70	(2.878.828.672,89)
Tocantins	1.116.053.772,89	
<b>TOTAL</b>	<b>402.651.978.906,38</b>	<b>(86.305.839.221,54)</b>

Fonte: SISTN - Sistema de Coleta de Dados Contábeis de Estados e Municípios

Com isso constata-se que dos vinte e sete entes federativos pesquisados, apenas sete constituíram a provisão para perdas de dívida ativa no exercício de 2010, são estes: Alagoas, Mato Grosso, Minas Gerais; Paraná, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Sergipe.

Salientamos o fato do estado de Roraima não possuir valor registrado como Dívida Ativa, no exercício 2010, em consulta aos dados do exercício de 2007 registramos que exista um saldo de R\$ 183 milhões, no entanto sem a existência da provisão para perdas de dívida ativa.

Com relação aos entes federativos que constituíram a provisão destacamos o percentual a qual ela se refere ao montante da dívida ativa: Alagoas possui uma provisão para perdas de aproximadamente 99,31% do total registrado como dívida ativa, Mato Grosso 0,96%; Minas Gerais 72,39%; Paraná 95,13%; Rio de Janeiro 99%; Santa Catarina 99,79% e Sergipe 98,41%.

Evidencia-se dessa forma, o alto grau de incerteza do recebimento da dívida ativa, em razão ao elevado valor da provisão realizada, pois na maioria dos estados que a registram, essa mesma ultrapassa os 90% do ativo contabilizado, exceção apenas para os estados de Mato Grosso e Minas Gerais, pois a provisão para perdas de dívida ativa representam 0,96% e 72,39%, do ativo total, respectivamente.

De fato observa-se a negligência das unidades federativas no registro da “provisão para perdas de dívida ativa”, ou seja, a não aplicação do Princípio da Prudência que deveria ser de observância obrigatória, conforme o artigo 1º, da Resolução nº 750/93 do Conselho Federal de Contabilidade (2008, p. 11), transcrita a seguir, “A observância dos Princípios Fundamentais de Contabilidade é obrigatória no exercício da profissão e constitui condição de legitimidade das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC).”

Ressaltamos ainda o art. 2º da mesma resolução, a qual expressa o seguinte: “Os Princípios Fundamentais de Contabilidade representam a **essência das doutrinas e teorias relativas à Ciência da**

**Contabilidade**, consoante o entendimento predominante nos universos científico e profissional de nosso País”. (grifo nosso).

Entretanto no que tange as demonstrações contábeis divulgadas pelos Estados Brasileiros e o Distrito Federal constata-se a inobservância do Princípio da Prudência, na evidenciação Dívida Ativa, em razão da inexistência da Provisão para Perdas de Dívida Ativa na maioria das Unidades Federativas.

A seguir apresentamos uma tabela que apresenta os valores registrados como Dívida Ativa em comparação com o Ativo Total de cada unidade federativa.

**Tabela 3 – Comparação entre a Dívida Ativa e o Ativo Total por Estado e DF**

Ano	2010			
	Estado	Dívida Ativa	Ativo	AH%
Acre		229.036.000	3.106.589.629	7,37%
Alagoas		17.323.414	4.760.475.151	0,36%
Amapá		39.613.242	4.460.625.643	0,89%
Amazonas		1.519.191.526	7.569.402.682	20,07%
Bahia		43.615.062	19.621.292.485	0,22%
Ceará		4.594.570.757	15.800.504.505	29,08%
Distrito Federal		8.400.393.433	38.839.411.500	21,63%
Espiríto Santo		6.785.196.831	22.475.590.923	30,19%
Goiás		17.634.065.754	33.200.899.119	53,11%
Maranhão		1.329.158.324	412.607.982.960	0,32%
Mato Grosso		9.661.763.802	18.537.396.424	52,12%
Mato Grosso do Sul		3.462.501.792	9.234.063.785	37,50%
Minas Gerais		9.488.344.007	82.718.928.792	11,47%
Pará		2.272.791.274	11.953.772.144	19,01%
Paraíba		3.352.994.377	7.715.441.056	43,46%
Paraná		660.555.361	29.531.987.109	2,24%
Pernambuco		10.479.547.140	22.230.200.080	47,14%
Piauí		750.197.290	3.661.229.488	20,49%
Rio de Janeiro		374.205.451	148.585.306.918	0,25%
Rio Grande do Norte		5.514.585.189	81.131.991.467	6,80%
Rio Grande do Sul		26.910.103.250	59.309.332.796	45,37%
Rondônia		3.267.556.212	9.151.750.684	35,70%
Roraima			4.607.990.123	0,00%
Santa Catarina		12.361.801	29.090.226.759	0,04%
São Paulo		198.383.766.724	640.912.393.318	30,95%
Sergipe		46.647.900	52.440.999.457	0,09%
Tocantins		1.116.053.773	7.707.224.049	14,48%
<b>TOTAL</b>		<b>316.346.139.684,84</b>	<b>1.780.963.009.046,76</b>	

Fonte: SISTN - Sistema de Coleta de Dados Contábeis de Estados e Municípios

Com base na tabela apresentada, é evidente a relevância dos valores contabilizados como Dívida Ativa, nos diversos entes federativos, principalmente com relação aos estados de: Goiás (53,11%); Mato Grosso (52,12%); Pernambuco (47,14%); Rio Grande do Sul (45,37%); Paraíba (43,46); Mato Grosso do Sul (37,50%); Rondônia (35,70%); São Paulo (30,95%) e Espírito Santo (30,19%), logo os valores registrados como Dívida Ativa representam mais de 30% de todo o ativo do Estado.

Não cabe a este trabalho discutir sobre os mecanismos de cobrança ou recebimento destes valores, mas é evidente a necessidade de averiguação por parte dos Estados da relevância deste ativo como importante forma de obtenção de recursos.

#### 4.2. Consequências do Não Registro da Provisão Para Perdas da Dívida Ativa

A contabilidade de acordo com Franco (1997) tem como finalidade o fornecimento de informações e orientações, necessárias à tomada de decisões, sobre a composição e as variações patrimoniais, bem como sobre o resultado das atividades econômicas. Para isso em conformidade com Hendriksen (1999), as informações contábeis devem possuir algumas características qualitativas, para se tornarem úteis a seus usuários, a exemplo de: relevância (oportunidade), confiabilidade (verificabilidade, fidelidade e neutralidade).

A seguir apresentamos os principais usuários da informação contábil do setor público de acordo com Silva (2004, p. 202):

<b>Tabela 4 – Usuários da Informação Contábil do Setor Público</b>							
<b>Grupo de Usuários</b>	<b>Tipo de Usuários</b>						
Cidadãos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- contribuintes</li> <li>- eleitores</li> <li>- usuários dos serviços</li> <li>- mídia (rádio, televisão, jornal)</li> <li>- associações e grupos de defesa do cidadão</li> <li>- estudiosos de finanças públicas</li> </ul>						
Membros do Legislativo	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center;">Federal</td> <td>- Câmara Federal e Senado - Tribunal de Contas da União</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Estadual</td> <td>- Assembleias Legislativas - Tribunais de Contas</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Municipal</td> <td>- Câmara dos Vereadores - Tribunais de Contas/Conselho de Contas</td> </tr> </table>	Federal	- Câmara Federal e Senado - Tribunal de Contas da União	Estadual	- Assembleias Legislativas - Tribunais de Contas	Municipal	- Câmara dos Vereadores - Tribunais de Contas/Conselho de Contas
Federal	- Câmara Federal e Senado - Tribunal de Contas da União						
Estadual	- Assembleias Legislativas - Tribunais de Contas						
Municipal	- Câmara dos Vereadores - Tribunais de Contas/Conselho de Contas						
Investidores e credores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- investidores institucionais</li> <li>- fornecedores e prestadores de serviços</li> <li>- agências de classificação de risco</li> <li>- instituições financeiras</li> </ul>						

Fonte: Silva (2004, p. 202).

Conforme já apresentando a regra de constituição de provisão encontra-se embasamento legal e normativo, inclusive com metodologia de cálculo da provisão elaborada pela Secretaria do Tesouro Nacional ainda em 2004.

A inexistência de registro da Provisão para Perdas de Dívida Ativa acarreta no prejuízo da transparência e fidedignidade das demonstrações contábeis.

O não registro da provisão em comento altera substancialmente a composição do ativo, em razão da mesma ser uma conta redutora do ativo, acarretando assim uma diminuição do valor final do ativo.

No que tange as demonstrações contábeis, a exemplo do Balanço Patrimonial, afeta principalmente a evidenciação do resultado do exercício, pois a contabilização da provisão para perdas



da dívida ativa é realizada em contrapartida de uma Variação Patrimonial Diminutiva, que causa uma redução no Patrimônio Líquido.

Cabe ressaltar, portanto, que a constituição da Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa, é necessária para evitar que os recebíveis (Duplicatas a Receber, Clientes etc.) figurem no Balanço por valores superiores aos de provável realização e que o Lucro do Exercício seja superavaliado. (IUDÍCIBUS, 2010, p. 201).

Pondera-se que a inexistência de registros da provisão para perdas de dívida ativa, tem como principal objetivo apresentar uma situação patrimonial positiva inexistente.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora a existência de normativos legais e principiológicos da necessidade de aplicação de algumas práticas contábeis, no caso específico desse trabalho, a realização de provisões em razão da incerteza do recebimento do crédito de Dívida Ativa, verifica-se que tal prática em algumas unidades federativas não são observadas.

Em razão da convergência do setor público às normas internacionais de contabilidade aplicadas ao setor público, a Secretaria do Tesouro Nacional publicou o MCASP –Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público, com vistas a padronização contábil.

Este Manual apresenta de forma detalhada a conceituação e procedimentos contábeis do tratamento da Dívida Ativa, inclusive com apresentação de metodologia de cálculo para constituição da provisão para perdas de dívida ativa.

Entretanto é importante salientar que desde 2004 a Secretaria do Tesouro Nacional já havia publicado o Manual de Procedimentos – Dívida Ativa o qual continha embasamento contábil para registro da provisão para o recebimento de créditos inscrito em Dívida Ativa.

Há de se ressaltar ainda que de acordo com a Secretaria do Tesouro Nacional (2010) as NICSP - Normas Internacionais de Contabilidade para o Setor Público – NICSP não possuem uma norma específica para ajuste de ativos financeiros a valor recuperável, ou seja, não possuem normas específicas para o tratamento da realização de provisões para créditos de Dívida Ativa, contudo nas NIC – Normas Internacionais de Contabilidade, por meio da NIC 39 – Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração, tratam do valor recuperável de um ativo financeiro.

Ademais o registro de provisão em razão da incerteza do recebimento de créditos ou direito possui respaldo na aplicação de Princípios Contábeis. Em resumo, o procedimento de ajuste desse ativo, possui embasamento nas Normas Internacionais de Contabilidade bem como nos Princípios Fundamentais de Contabilidade.

O não registro contábil da Provisão para Perdas de Dívida Ativa, acarreta em notório prejuízo a divulgação das informações contábeis, pois os usuários da informação contábil Em razão disso Iudícibus (2011) ressalta a importância de se fazer essa estimativa, pois vai ao encontro do que é previsto no processo de harmonização internacional da contabilidade.

Por último espera-se que, em razão da obrigatoriedade de observância ao Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público pelos Estados, Municípios e Distrito Federal em 2012, o registro e evidenciação da Provisão para Perdas de Dívida Ativa, seja efetivamente contemplada em todos os entes federativos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRE, Ricardo. *Direito tributário esquematizado*. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2010.

BRASIL. Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964. *Estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L4320.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4320.htm)>. Acesso em 17 de janeiro de 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. *Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5172.htm)>. Acesso em 17 de janeiro de 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº 6.830, de 22 de setembro de 1980. *Dispõe sobre a cobrança judicial da Dívida Ativa da Fazenda Pública, e dá outras providências*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6830.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6830.htm)>. Acesso em 17 de janeiro de 2011.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 6.976, de 7 de outubro de 2009. *Dispõe sobre o Sistema de Contabilidade Federal e dá outras providências*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6976.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6976.htm)>. Acesso em 18 de janeiro de 2011.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. *Pronunciamentos técnicos contábeis 2010*. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2011.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. *Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público*. Brasília, 2008. Disponível em: <[http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES\\_1137.doc](http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_1137.doc)>. Acesso em 20 de janeiro de 2011.

\_\_\_\_\_. *Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade*. 3 ed. Brasília, 2008.

FABRETTI, Lúdio Camargo; FABRETTI, Dilene Ramos. *Direito Tributário para os cursos de Administração e Ciências Contábeis*. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

HENDRIKSEN, Eldon S., VAN BREDÁ, Michael F. *Teoria da Contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; et al. *Contabilidade Introdutória-Equipe de professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; et. al. *Manual de Contabilidade Societária: Aplicável a todas as sociedades*. São Paulo: Atlas, 2010.

KOHAMA, Heilio. *Contabilidade Pública: teoria e prática*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do Trabalho Científico*. 7. ed. São Paulo: Atlas.

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; et all.. *Estudo do Nível de Evidenciação do Impairment pelos Bancos Brasileiros: Uma Aplicação da Análise do Conteúdo com Base nas Notas Explicativas*. Revista Contabilidade e Controladoria - RC&C. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/rcc/article/view/14744>>. Acesso em 20 de janeiro de 2011.

SECRETARIA DO TESOURO NACIONAL. *Dívida Ativa: Manual de Procedimentos*. Brasília, 2004. Disponível em: [http://www.tesouro.fazenda.gov.br/gfm/manuais/Manual\\_Divida1.pdf](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/gfm/manuais/Manual_Divida1.pdf)

\_\_\_\_\_. *Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público: Parte III – Procedimentos Contábeis Específicos*. 3. ed. Brasília, 2010. Disponível em: <[http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Volume\\_III\\_Procedimentos\\_Contabeis\\_Especificos.pdf](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Volume_III_Procedimentos_Contabeis_Especificos.pdf)>. Acesso em 10 de janeiro de 2011.

\_\_\_\_\_. *Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público: Parte II – Procedimentos Contábeis Patrimoniais*. 3. ed. Brasília, 2010. Disponível em: <[http://www.stn.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/ParteII\\_PCP2011.pdf](http://www.stn.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/ParteII_PCP2011.pdf)>. Acesso em 10 de janeiro de 2011.

SILVA, Lino Martins da. *Contabilidade Governamental: Um enfoque administrativo*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SOUSA, Rubens Gomes de. *Compêndio de legislação tributária*. Edição póstuma. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1975. Apud FABRETTI, Láudio Camargo; FABRETTI, Dilene Ramos. *Direito Tributário para os cursos de Administração e Ciências Contábeis*. 7 ed. São Paulo: Atlas, 20

## EXPERIÊNCIA DOS INSTITUTOS FEDERAIS POR UMA COOPERAÇÃO TÉCNICA INTERNACIONAL EFETIVA: CAPACITAÇÃO EM COOPERATIVISMO E AGROECOLOGIA NO BENIM

CYPRIANO C.A.C.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Bahia - Campus Salvador  
alex@ifba.edu.br

### RESUMO

A motivação para este trabalho se dá a partir da demanda feita pelo Governo do Benim por cooperação técnica com o Brasil prevendo o desenvolvimento de cooperação em áreas consideradas prioritárias pelas duas partes, como saúde, educação e agricultura. A partir da celebração do acordo de cooperação técnica entre os dois países, foram realizadas visitas de prospecção de projetos coordenadas pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC) e integradas por representantes da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação do Brasil (SETEC/MEC) e do Ministério do Ensino Secundário e da Formação Técnica Profissional do Benim. Como resultado, é estabelecido um projeto de cooperação técnica cujo objetivo geral é o de fortalecer as instituições de educação profissional beninenses, visando o aumento do êxito da inserção dos egressos no mundo do trabalho, por meio do fomento às práticas de cooperativismo e agroecologia, tendo como instituição de educação profissional beninense interlocutora o Colégio Agrícola Médji de Sékou (*Lycée Agricole Medji de Sékou - LAMS*). O projeto estabelece também que a cooperação técnica deve ser orientada para a formação profissional e tecnológica de formadores e para a implantação de incubadora de cooperativas agrícolas. Com o objetivo de aperfeiçoar o projeto de cooperação técnica foi realizada por professores dos Institutos Federais do Acre, Bahia e Brasília uma atividade diagnóstica com o objetivo de reconhecer o LAMS, seus cursos, o perfil do corpo docente, a situação dos egressos e o contexto local no que tange ao cooperativismo e às práticas agroecológicas. É com base nas informações levantadas nessa atividade diagnóstica que o presente trabalho se propõe a refletir acerca das possibilidades e do papel diferenciado que o Brasil pode desempenhar, especialmente em relação a países africanos, em ações de cooperação internacional para o desenvolvimento. Um conjunto de questões e situações são discutidas e problematizadas ao longo do trabalho, visando maior efetividade do processo de formação de formadores e de incubação de empreendimentos cooperativos populares.

**Palavras-chave:** cooperativismo, agroecologia, capacitação, cooperação técnica internacional

## 1. INTRODUÇÃO

A motivação para este trabalho se dá a partir da demanda feita pelo Governo do Benim por cooperação técnica com o Brasil, iniciativa que é formalizada em 2005 quando os governos brasileiro e beninense assinam acordo de cooperação técnica (BRASIL, 1998) prevendo o desenvolvimento de cooperação em áreas consideradas prioritárias pelas duas partes, como saúde, educação e agricultura.

A partir daí, é realizada visita de prospecção de projetos no Benim em 2009, coordenada pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC) e integrada por representantes da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação do Brasil (SETEC/MEC), com vistas a identificar as principais demandas do país em matéria educacional, bem como definir a instituição de educação profissional beninense interlocutora, notadamente o Colégio Agrícola Médji de Sékou (*Lycée Agricole Medji de Sékou -LAMS*).

Em seguida é organizada uma missão ao Brasil a fim de identificar as condições e as modalidades de parceria com esse Colégio. Como resultado, fica estabelecido como objetivo geral do projeto “fortalecer as instituições de educação profissional beninenses, visando o aumento do êxito da inserção dos egressos no mundo do trabalho, por meio do fomento às práticas de cooperativismo e agroecologia”, sendo que a cooperação técnica se daria em torno de dois eixos de atuação: (i) formação profissional e tecnológica de formadores e (ii) implantação de incubadora de cooperativas agrícolas (ABC, 2011).

Em final de 2010 foi realizada por professores dos IFs de Acre, Brasília e Bahia, uma atividade diagnóstica com o objetivo de reconhecer o LAMS, seus cursos, o perfil do corpo docente, a situação dos egressos e o contexto local no que tange ao cooperativismo e às práticas agroecológicas. É com base nas informações levantadas nessa atividade que o presente trabalho se propõe a refletir acerca da efetividade e do papel diferenciado com que o projeto de cooperação em tela poderá contribuir, especialmente em relação a países africanos, para a atuação brasileira no campo das relações internacionais.

## 2. A COOPERAÇÃO INTERNACIONAL E A ATUAÇÃO DO BRASIL

A cooperação internacional para o desenvolvimento, sua compreensão e processos, vem evoluindo ao longo de quase um século no âmbito das relações internacionais. Das noções de reconstrução e assistência técnica aos conceitos de *capacity development*, da competição ideológica durante a Guerra Fria ao multilateralismo representado pelo G-20, os processos de ajuda internacional vêm sendo aperfeiçoados no que tange a sua efetividade para os países receptores dessa cooperação.

Segundo Puente (apud MAGALHÃES, 2009, p. 16) a cooperação pode ser avaliada segundo três perspectivas teóricas. A abordagem idealista que enfatiza aos vínculos culturais e históricos responsáveis pela solidariedade entre as nações; a estruturalista que vê a cooperação como uma estratégia para superação das relações de dependência dos países em desenvolvimento; e a realista onde a cooperação é vista como um instrumento para fortalecer seus próprios interesses no cenário internacional.

A modalidade denominada “Cooperação Técnica entre Países em Desenvolvimento” (CTPD) surge ao final dos anos 70, em razão do desgaste das relações Norte-Sul, quando os países da região Sul assumem uma posição crítica em relação ao modelo de cooperação vertical Norte-Sul, assentado em bases assistencialistas no qual atuam como meros receptores passivos de recursos. Entretanto, segundo Saraiva (2007), apenas a partir de 2003 que o Brasil começa a buscar um novo tipo de cooperação Sul-Sul.

A posição do Brasil nesse campo vem se firmando nos últimos anos (ALMEIDA, 2004). De acordo com Schmitz, Lima e Campos (2010; p.37), a partir da segunda metade da década de 2000:

O governo brasileiro vem ampliando de forma intencional, por intermédio de diferentes órgãos e entidades da administração pública federal direta e indireta,

diversificada agenda de cooperação internacional em benefício do progresso econômico e social de países em desenvolvimento.

Segundo esses autores, é o caráter universalista das iniciativas de parcerias Sul-Sul que configura o principal instrumento de aproximação política com outros países em desenvolvimento – países com quem o Brasil compartilha desafios semelhantes.

O atual estágio da cooperação internacional brasileira reflete um novo *status quo* do Brasil no âmbito do sistema internacional. Segundo Schmitz, Lima e Campos (2010, p.39):

Está em curso um amplo e crescente processo de reconhecimento internacional do país como uma economia emergente com elevada capacidade interna em diversos setores e, portanto, um ator-chave da cooperação internacional para o desenvolvimento. Este reconhecimento internacional deve-se a dois fatores principais: a prolongada estabilidade político-econômica nacional, e o acúmulo de experiências nacionais em programas sociais inovadores, de grande repercussão em todo o mundo [que] projetam o Brasil como um ator internacional importante em tecnologias sociais, principalmente entre os países localizados no eixo Sul-Sul.

Mesmo assim, a instrumentalidade da cooperação técnica prestada pelo Brasil aos países em desenvolvimento não deixa de acontecer, representando um meio para o Estado atingir objetivos da política externa (ibid., p.30).

Ainda segunda a autora, a cooperação técnica internacional oferecida pelo Brasil se caracteriza por procurar desenvolver a capacidade de instituições e indivíduos na perspectiva de gerar mudanças e transformações socioeconômicas (ibid., p.33), tendo o combate à fome e à pobreza como foco prioritário em países com os quais o Brasil tem laços históricos, culturais e lingüísticos.

As áreas de maior concentração de cooperação técnica são agropecuária, saúde, educação, formação profissional, meio ambiente e recursos naturais.

Por outro lado, a despeito dessa relevância atual, a cooperação internacional para o desenvolvimento vem sendo executada desde os anos 50, normalmente focalizando a eliminação da pobreza e buscando a inclusão social. Não obstante o concurso de inúmeras agências e organismos internacionais, são poucos os registros de efetividade dessas ações (ALMEIDA et al., 2010).

Outra fonte de críticas à cooperação técnica entre países em desenvolvimento (CTPD) decorre de argumentos como: corrupção, imperícia dos governantes e falta de pessoal local capacitado (LOPES, 2008, p.76). No entanto, tanto críticos quanto entusiastas afirmam que a qualidade da ajuda é fator crucial.

Tais fatos têm sido objeto de inquietação por parte de organismos como o PNUD que, em resposta, passa a incentivar uma mudança de ênfase no processo de cooperação a partir da idéia de “capacidade para o desenvolvimento”. Segundo o PNUD:

For most of the past 40 years the emphasis was on the “what and why” questions about physical, financial and, later, human and natural capital. Less attention was given to the “how” issues, including **design, implementation and management**. This led to a preoccupation with building formal organizational structures, mainly in the public sector, and with institutional strengthening. The role of public institutions in development is now changing. Conventional ideas about organizational engineering are being supplemented by broader notions on **promoting learning, empowerment, social capital and an enabling environment**. Attention is being given to the **culture, values and power relations that influence organizations and individuals**. Donors are using different intervention points into capacity systems. The informal patterns of personal and societal behaviour—**the rules of the game**—are now better understood. And there is more appreciation of the **need to complement, not replace, indigenous habits and practices**. All of these are slowly

forming into a body of concepts called capacity development (UNDP, 2007, p.vi, grifos nossos).

De acordo com Almeida e outros (2010), a abordagem brasileira está centrada no conceito de “construção de capacidades para o desenvolvimento”, mas inova em dois aspectos: integra formação de recursos humanos, fortalecimento organizacional e desenvolvimento institucional; e rompe com a tradicional transferência passiva de conhecimentos e tecnologias.

### 3. A COOPERAÇÃO BRASIL-ÁFRICA

Segundo Magalhães (2009), a partir do Governo Lula o interesse político pela África voltou a crescer<sup>1</sup>, tendo em vista as expectativas de construção de alianças no âmbito Sul-Sul.

No entanto, essa reaproximação deve-se a um conjunto de fatores e motivações que não consegue ser contido pelas abordagens teóricas convencionais. Na visão de Saraiva (2002, p.13) a política africana do Brasil deve ter estatuto próprio, identidade que a torna singular, no emaranhado de interesses múltiplos do Estado e da sociedade brasileiros, no ensaiar de suas possibilidades externas. “Temos que saber que em África temos mais a oferecer que a receber, em termos materiais, para podermos receber mais que oferecer, no plano da imaterialidade”.

Urge [...] revisitar a tradicional política africana do Brasil [...]. Para implementá-la, apenas uma **nova forma cooperativa** [...] será capaz de engendrar saídas para as dificuldades do momento. Ademais, outros setores sociais [...] como os afro-brasileiros, necessitam ser ouvidos [...]. A África não pode ser tratada como algo fora da sociedade brasileira, em torno da qual apenas resta observá-la, de binóculos, à distância marítima dos dois continentes (SARAIVA, 2002, p.8, grifo nosso).

Para a Agência Brasileira de Cooperação, a cooperação técnica do Brasil para a África se explica por que:

Vários dos desafios africanos não são estranhos ao Brasil, país que ainda comporta muita desigualdade. Contribuir para o desenvolvimento africano, por meio do compartilhamento das soluções que encontramos para nossos próprios problemas, é o objetivo central de nossa cooperação técnica. (ABC, 2010, p.5)

Os números também comprovam essa aproximação. A presença diplomática brasileira no continente subiu de 18 para 30 embaixadas e 02 consulados gerais, enquanto o número de embaixadores acreditados em Brasília passou de 16 para 25.

Em 2009, a ABC gastou quase metade do orçamento anual de US\$ 15 milhões em projetos destinados a países do continente africano, o que representa um aumento de 1.478% em relação a 2005. Existem mais de 250 projetos de cooperação técnica em diferentes fases de negociação e execução em 34 destes países.

Não por acaso, entre as áreas de cooperação a agricultura tem sido aquela com maior demanda por parte de países africanos, e a área por meio da qual o Brasil mais tem cooperado com outros países de modo geral (GOES et al., 2010).

A África passou a absorver 7% do comércio exterior brasileiro, sendo que entre 2002 e 2008, as exportações brasileiras para a África cresceram 339%. Setenta e cinco por cento delas foram de produtos manufaturados (GOES et al., 2010).

Por outro lado, segundo Goes, Patriota e Tibúrcio (2010) o aumento da cooperação técnica com a África para o desenvolvimento rural e combate a fome tem gerado expectativas no tocante à capacidade de atuação brasileira. A atenção está voltada para a criação de economias de escala, a geração de vínculos com a esfera produtiva e a adaptação às realidades locais. Tal expectativa deve-se a alguns aspectos da

---

<sup>1</sup> Conforme já ocorrera nos anos 60-70, no quadro da Política Externa Independente do Governo Jânio Quadros (MAGALHÃES, 2009, p.41)

experiência brasileira de desenvolvimento agrário como a produtividade alcançada pela agricultura familiar, a convivência entre esta e o agronegócio voltado para exportações, bem como sua participação em políticas voltadas para a erradicação da fome através de compras governamentais.

No caso específico do projeto, a demanda expressa por cooperativismo e agroecologia privilegia a desejada horizontalidade da cooperação internacional, uma vez que iniciativas dessa natureza vêm sendo experimentadas no Brasil no âmbito do movimento da economia solidária e da agricultura familiar.

Estas iniciativas têm recebido apoio institucional, ainda que tímido, de diversos ministérios e vêm construindo seus projetos políticos em espaços democráticos como os Fóruns de Economia Solidária e organizações não-governamentais como a União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária-UNICAFES, por exemplo.

No tocante à formação e fomento, vêm sendo apoiadas pelas instituições de ensino superior e profissional através de iniciativas como as Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares-ITCPs, assim como outras iniciativas educacionais inovadoras e democratizadoras voltadas para alfabetização e educação de jovens e adultos, educação do campo, educação ambiental, educação em direitos humanos, educação escolar indígena, e diversidade étnico-racial.

No caso em tela, do fortalecimento institucional da educação profissional, através do cooperativismo, agroecologia e da incubação de empreendimentos populares – ações que vêm sendo implementadas no Brasil no âmbito de políticas públicas para a agricultura familiar e de alguns programas de governo relacionados com a temática da economia solidária – o que chama a atenção é o fato de que esses movimentos, embora iniciados, ainda lutam para se constituir como uma nova institucionalidade alternativamente aos modos institucionais convencionais orientados capitalisticamente. Nesse sentido, a cooperação técnica proposta se dá em campos onde o desafio é compartilhado e atual, ou seja, não obstante as diferentes trajetórias dos dois países, a possibilidade de aprendizado mútuo é efetiva, o que, a nosso ver, se coaduna com a política de cooperação técnica brasileira.

#### 4. O CONTEXTO DA EXPERIÊNCIA DOS IFS

O Benim é um país da África ocidental limitado ao norte pelo Burkina Faso e pelo Níger, a leste pela Nigéria, ao Sul pela enseada do Benim e a oeste pelo Togo. O país tem uma área um pouco maior do que a do estado de Pernambuco e uma população de quase 9 milhões de habitantes, distribuídos em 77 cidades e 5000 vilarejos. O IDH do país em 2010 é de 0,435, ocupando a 134ª posição dentre 169 países analisados pelo PNUD. Suas principais cidades são Cotonou e Porto Novo. A cidade de Ouidah (ou Uidá) também se destaca por ter sido o principal porto de embarque de escravos para o Brasil entre os séculos XVII e XIX e por conservar até hoje vários traços da presença brasileira no Benim, mantidos pelos *agudás*, descendentes de comerciantes portugueses que se estabeleceram na região e escravos retornados do Brasil espalhados ao longo do litoral da então chamada Costa dos Escravos.

As semelhanças entre o Benim e o Brasil, ainda mais com a Bahia, impressionam os visitantes, e no que tange ao projeto de cooperação pode repercutir positivamente para sua efetividade. Sobre isso Soumonni (2001, p.5, grifo nosso), diz:

[...] o **impacto do Brasil na atual República de Benim**, herdeira do Daomé pré-colonial, colonial e pós-colonial, ainda é visível sob muitas formas [...] Portanto, não surpreende que a herança brasileira, apesar das vicissitudes da história, continue a ser, ainda hoje, uma realidade viva, **como se o Daomé tivesse sido uma colônia brasileira!** (grifos nossos).

Isso se explica, segundo o autor, por que:

A comunidade afro-brasileira na região continuou a crescer, em quantidade e diversidade, não apenas por influência dos que voltaram, mas também por um processo de assimilação de elementos locais que não tinham relações consanguíneas



com descendentes de brasileiros ou nunca tinham ido ao Brasil, mas que se identificavam com a mesma cultura, como resultado de sua longa associação com essa comunidade. Os aspectos principais dessa cultura, tal como ilustrados pela herança brasileira da atual República de Benim, são produto de um complexo processo de transformação, construção e reconstrução de identidades no Brasil e na “Costa dos Escravos” (SOU MONNI, 2001, p.7).

Portanto, foi a facilidade de intercâmbio, interação e adaptação entre os dois lados do Atlântico, no decorrer de todo o século XIX que possibilitou tal interação. Para Soumonni (2001, p.15):

O que os ex-escravos levaram do Brasil e que constituiu a herança brasileira foi, na realidade, produto de **influências recíprocas** (grifo nosso). Se esse legado continua muito forte até hoje, é porque as influências africanas no Brasil lançaram raízes profundas.

Segundo documento de trabalho elaborado pelo LAMS para fins de orientação ao projeto de cooperação (LYCÉE, 2010), a economia beninense é baseada em transações comerciais e o potencial de desenvolvimento agrícola é pouco aproveitado, muito embora o setor agrícola represente 38% do PIB e contribua, em média, com 2% do crescimento anual. O setor terciário, cuja participação no PIB é de 49%, contribui com aproximadamente 3% do crescimento. O setor secundário participa apenas com 13% do PIB e contribuição de apenas cerca de 0,6% do crescimento.

Desde o início dos anos 90, a taxa de crescimento do PIB vem se mantendo em torno de 4%. Segundo o Governo os desafios prioritários a serem superados são: melhorar a competitividade geral e setorial da economia e melhorar a qualidade de vida e erradicar a pobreza. Para enfrentar tais desafios, o Governo estabeleceu um plano cuja estratégia está baseada no desenvolvimento de um conjunto de projetos agrupados por pólos de desenvolvimentos, dentre estes, um pólo de algodão que é a principal commodity agrícola do país e um pólo agroalimentar, visando alcançar auto-suficiência na produção de alimentos, especialmente milho e arroz (LYCÉE, 2010).

O setor agrícola é caracterizado pela predominância de pequenas propriedades agrícolas e por sua vulnerabilidade às intempéries. Os ganhos e a produtividade são reduzidos e a força do trabalho parcialmente valorizada, o que torna os produtos agrícolas pouco competitivos. A maioria dos agricultores tem muito pouco ou nenhum acesso a insumos agrícolas. Os principais desafios do setor são: alimentar uma população que aumenta mais rápido que a produção agrícola (3,2% contra 2,6% ao ano) e melhorar a produtividade e a competitividade do setor. Em 2006 foi elaborado um plano de estímulo ao setor agrícola que está fundamentado no desenvolvimento de algumas áreas como o algodão, o milho, a abacaxi, o caju, o arroz, o dendezeiro, o cultivo de hortaliças e a bioenergia (LYCÉE, 2010).

Segundo o mesmo documento de trabalho (LYCÉE, 2010), o sistema de ensino está inserido em um contexto de forte pressão demográfica, em que a pobreza aumenta e a maioria da população permanece rural. Em termos quantitativos o número de alunos vem aumentando desde 2001. O ensino técnico e a formação profissional apresentam oferta insuficiente e inadequada em relação às necessidades do mercado; desequilíbrio entre a estrutura da economia e a oferta educacional (5% do número de alunos do ensino técnico e da formação profissional estudam em estabelecimentos de ensino agrícola, mesmo estando mais de 70% da população ativa ocupada em atividades agrícolas e correlatas). Há pouco interesse por este tipo de formação e é alta a taxa de desistência escolar precoce. As debilidades no plano qualitativo se relacionam a uma fraca diversificação da oferta de formação; ausência de uma política de orientação dos alunos; reduzida proporção de mulheres no ensino agrícola, enquanto constituem ampla maioria do contingente dos trabalhadores agrícolas.

Em relação à agroecologia, o Benim encontra-se em um período, pode-se dizer, “pré-industrial”. Ainda com poucos investimentos na industrialização da agricultura o que demonstra certo acúmulo em práticas de cultivo mais ecológicas desenvolvidas pelos agricultores beninenses uma vez que pela

escassez de insumos foram encontrando métodos autóctones para desenvolverem a sua agricultura. (SILVEIRA; CYPRIANO; PIMENTEL, 2010)

Além disso, segundo o diretor do LAMS, os consumidores beninenses preferem produtos “naturais” sem agrotóxicos e fertilizantes, o que aponta para uma preocupação com a qualidade dos produtos o que é interessante sob o ponto de vista da Agroecologia. Não há legislação no Benim relativa à produção de alimentos orgânicos, a regulamentação em relação à alimentação de uma maneira geral é bastante precária. Neste sentido existe a agência DANA que possui uma diretoria de análise de alimentos ligada ao Ministério da Agricultura. Existem muitos agrotóxicos que não são homologados para uso no Benim e que são utilizados, que entram de maneira ilegal pela fronteira, principalmente com a Nigéria. Seu uso vai depender antes da renda disponível para aquisição do que de considerações quanto à produtividade das lavouras de certos produtos cuja comercialização está mais organizada, como no caso do algodão (SILVEIRA; CYPRIANO; PIMENTEL, 2010).

A experiência cooperativista do Benim está associada essencialmente à cultura de seu povo (ALTUNA, 1985). Sua organização formal, por outro lado, associa-se à história política pós-colonial do país, marcada por um período de profunda instabilidade política - pós-independência - em que foi elaborada boa parte do arcabouço normativo do cooperativismo no Benim (BENIN, 2010).

Outra etapa, de 1972 a 1990, período da Revolução Socialista, quando o cooperativismo foi praticado com a intervenção do Estado na organização das associações e cooperativas e na comercialização da produção, com registros de várias experiências produtivas de caráter coletivo, embora não seja ainda possível perceber como esse processo foi implementado, nem o quanto tais práticas foram aceitas e incorporadas pelos produtores e trabalhadores (BENIN, 2010).

Por fim, uma terceira etapa, após 1990, quando a crise econômica acarreta a queda do regime socialista e o país passa a adotar um regime presidencialista de caráter liberal (BENIN, 2010). Com a progressiva saída do Estado das atividades de produção e comercialização, e com o advento de programas neoliberais de ajuste estrutural da economia, a idéia cooperativista se submete a um novo quadro institucional marcado pelo alto nível de desemprego e pela necessidade de competitividade em termos mais globais.

Surgem novas iniciativas cooperativistas em setores com o da saúde, da coleta e tratamento de lixo, distribuição de bebidas e material escolar, enquanto no setor agrícola processos de descentralização organizam os produtores em níveis locais e regionais, especialmente de algodão. No lugar de modelos cooperativistas de cunho mais coletivista, a associação de produtores individuais passa a ser fomentada. O cooperativismo perde força e praticamente desaparece no país. As concepções ideológicas do cooperativismo desvalorizam-se e o novo foco é voltado para o empreendedorismo e a inovação (SILVEIRA; CYPRIANO; PIMENTEL, 2010).

Na “visão cooperativista” existente no país, termos como auto-empregar - sozinho ou em cooperativas, empreendedorismo, inovação e outros, são muito presentes, expondo um espírito cooperativista voltado para as relações mercadológicas. De certa forma, no contexto de um país em que a expectativa de vida é de 45 anos, as condições de saneamento são precárias e a informalidade atinge níveis extremos, a necessidade de sobrevivência torna complexo o entendimento da idéia de melhoria na condição de vida dissociado da busca pela elevação da produção, da comercialização e, logicamente, da renda.

Essa visão específica do cooperativismo também pode ser fruto da forma como foi imposto pelo Estado no período revolucionário, calcada quase que exclusivamente na perspectiva do controle estatal da produção (GENTIL e MERCOIRET, 1991), institucionalizando um cooperativismo, que não nascia dos anseios da população, a despeito de vários aspectos da cultura tradicional africana onde a solidariedade vertical e horizontal, a organização comunitária, o trabalho coletivo e o conceito de família alargada são características marcantes (ALTUNA, 1985)

## 5. CONSIDERAÇÕES A GUISA DE CONCLUSÃO

Em vista da experiência vivenciada e das observações feitas quanto às estruturas e relações desenvolvidas entre os atores do *LAMS*, é possível inferir que os dois países compartilham, em tempos e proporções bem distintos, uma problemática educacional semelhante em alguns aspectos. Tal situação pode se constituir em aspecto facilitador para o processo de cooperação técnica na medida em que a experiência acumulada possa orientar a construção do processo cooperativo com os professores do *LAMS*.

As propostas recentes lançadas para a educação profissional e agrícola brasileira são pautadas por um discurso que afirma o reconhecimento e a valorização dos saberes populares, o incentivo à participação e envolvimento de um amplo conjunto de atores sociais, segundo um processo de democratização da ciência, voltadas para o desenvolvimento de tecnologias sociais cujo objetivo é o da inclusão social. Tais propostas têm suscitado um conjunto de experiências relativamente renovadas cujos resultados ainda não podem ser contabilizados na medida em que, muito embora integrem um programa de ação de governo, enfrentam um sem número de entraves e exigências que, muitas vezes impede sua plena e completa execução (PEREIRA, 2011; ADDOR, 2006). Todavia, tal situação não impede a reflexão acerca das possibilidades de aprendizado recíproco nem a ação responsável compartilhada dos atores envolvidos nesses experimentos.

Com base no exposto é possível projetar uma ação cooperação técnica nas áreas do cooperativismo e de agroecologia cuja finalidade seja modificar o processo de ensino-aprendizagem na relação entre professores e alunos de modo a favorecer a reflexão crítica e criativa e a construção de conhecimento voltado para o desenvolvimento local e, com isso, aumentara inserção dos egressos no mundo da produção e do trabalho agrícolas.

No entanto, algumas questões percebidas no processo diagnóstico, se levadas em conta de forma adequada ao longo da execução do projeto, poderão, a nosso ver, contribuir consideravelmente para o alcance de seus objetivos.

A experiência cooperativista beninense é cunhada em torno de um embate entre aspectos de sua cultura tradicional – comunitarista e que tem na família alargada sua célula social – e experiências derivadas de sua história recente, seja na perspectiva do cooperativismo estatal executado no período revolucionário, ou na de um empreendedorismo liberal pautado pelas políticas em curso.

Pensadores africanos proeminentes, como Ahmed Sékou Touré (citado por ALTUNA 1985, p.204) afirmam que “a solidariedade é a primeira riqueza do homem africano e a qualidade cardeal da raça negra. [...] A voz do povo africano carece de rosto, nome e tonalidade individualistas”.

É certo, porém, que os efeitos do processo colonizador e da globalização do capitalismo não podem ser minimizados, conforme sinaliza Altuna (1985, p.204) ao dizer:

É verdade, contudo, que por contato com a tecnologia, o urbanismo e modos de vida desacralizadores surgiram os desenraizados e as massas acumuladas nos míseros bairros suburbanos que vão perdendo esses valores

Tal aparente contradição pôde ser observada quando, por várias vezes e em vários momentos, os entrevistados afirmaram o comportamento individualista característico do beninense (em especial aqueles do Sul, mais urbano), contrários à cooperação e à confiança em trabalhos conjuntos (SILVEIRA; CYPRIANO; PIMENTEL, 2010).

Nesse sentido o cooperativismo, se tratado em uma perspectiva emancipadora e com enfoque na solidariedade e na cooperação, pode ser um elemento que contribua para tornar mais efetiva a educação técnica e profissional. O comunitarismo tradicional pode se constituir no elemento ideológico promotor de um novo cooperativismo cujo fundamento estruturante seja a redistribuição de seus resultados em nível da família alargada e/ou da comunidade.

Os conhecimentos em agroecologia, por sua vez, podem ter um papel fundamental, tendo em vistas as características endógenas do local, que não possui elevado acesso a produtos químicos (e valoriza-se o não uso destes) e pelas próprias características relacionadas à renda dos agricultores e as práticas sociais do Benim. Os conhecimentos em agroecologia podem contribuir com uma visão mais integrada dos processos que serão abordados no projeto, pensando na qualidade dos produtos desde a sua produção no campo, buscando formas mais sustentáveis de produção de alimentos. Como também na busca do desenvolvimento de práticas e tecnologias a partir dos recursos locais existentes, adequadas à realidade agrícola do Benim.

Através de uma abordagem holística os conhecimentos sobre agroecologia, levando em conta as relações sociais que são constituídas e a valorização do conhecimento tradicional, deverão dialogar com os processos de adequação sociotécnica dos equipamentos, tanto na produção de alimentos quanto no beneficiamento, atentando para a busca de soluções locais com objetivo de promover relativa autonomia sobre o processo produtivo, uma vez que os insumos e equipamentos, tanto agrícolas como para beneficiamento, são importados.

O projeto deverá tratar as questões da reprodução das técnicas e uso dos equipamentos a partir da concepção de estratégias para a organização da produção e para a formação de cadeias produtivas, onde a temática da tecnologia social e da adequação sociotécnica (DAGNINO, 2009) poderão contribuir. Nesse sentido a incubadora de cooperativas deverá ter um papel fundamental a partir das funções que venha a assumir no processo de beneficiamento da produção local. Todavia, seu modelo e operação não podem nem devem ser comparados ao das incubadoras de empreendimentos solidários do Brasil, uma vez que existem em ambientes institucionais distintos a despeito das semelhanças já aludidas entre os dois países.

A dimensão pedagógica vem se constituir no outro elemento do projeto que requer uma abordagem e atenção específicas, seja em relação aos aspectos metodológicos que devem ser utilizados no processo de capacitação propriamente dito, seja por conta do relevo estratégico que uma postura pedagógica tem em processos onde se busca alterar certas lógicas organizadoras da vida.

Em relação ao aspecto estratégico da dimensão pedagógica do projeto a questão se situa na confluência com que a educação permitirá rearticular os aspectos tradicionais da cultura africana com os anseios daquela população por condições de vida mais dignas e autoreferenciadas. O pensamento do educador Andre Salifou (citado por ALTUNA, p.205) é ilustrativo a esse respeito

Hoje que o Ocidente, - que nos impôs o seu modelo de educação, - é prisioneiro de suas próprias contradições internas e procura uma nova via para formar os seus filhos, - a África, - que fala cada vez mais em descobrir a sua “essência particular”, - deve sem dúvida orientar todos os seus esforços de investigação para o redescobrimto do seu sistema de educação pré-colonial: Só ele lhe permitirá compreender com clareza o seu “real social”, ou por outra, compreender todo um conjunto lógico em que se entrelaçam normalmente uma série de comunhões: comunhão com o cosmos...com a terra... com a natureza... com os outros homens seus semelhantes, sem os quais e fora dos quais se nega a conceber a sua existência.

Em nossa observação quanto aos aspectos pedagógicos em uso no LAMS, pressentimos um formalismo nas relações entre professores e entre aluno-professor, baseado em relações sócio-profissionais do tipo mestre – aprendiz. O ensino do cooperativismo parece encerrar-se em seus aspectos formais, o que inibe a prática cooperativa e a construção de objetivos comungados (SILVEIRA; CYPRIANO; PIMENTEL, 2010).

As atividades de capacitação deverão ser conduzidas sempre em uma perspectiva dialógica, trazendo as situações pedagógicas vivenciadas pelos professores para a discussão reflexiva em face dos conteúdos que se pretende desenvolver. Como consequência dessa metodologia as atividades deverão produzir resultados aplicados segundo o que se denomina por pedagogia da alternância (PISTRAK, 2001).

É certo que pouco se conhece da realidade africana e de suas sociedades – em especial a camponesa, ainda mais em face das transformações decorrentes dos processos de descolonização e de inserção do continente na dinâmica capitalista atual. No entanto, o sentimento de solidariedade despertado nem tanto pelo acolhimento oferecido, quanto pela identificação de semelhanças no tocante a um projeto societário em construção, estimulam a reflexão crítica conjunta e a ação cooperativa, a despeito da distância que separam Brasil e Benim.

## REFERÊNCIAS

- ADDOR, F. **Desafios da Economia Solidária no Brasil: Uma sistematização da Literatura existente**. In. IV ENCONTRO INTERNACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: EDUCAÇÃO, POLÍTICA E INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA NESOL, 4., v. 1, 2006, São Paulo. Anais do IV Encontro Internacional de Economia Solidária: Educação, Política e Integração da América Latina. São Paulo: USP, 2006. Disponível em: <<http://www.soltec.poli.ufrj.br>>
- AGÊNCIA BRASILEIRA DE COOPERAÇÃO-ABC. **A cooperação técnica do Brasil para a África.(ABC/MRE)**. Catálogo. Brasília, 2010. 186 p. Disponível em: <[http://www.abc.gov.br/download/CatalogoABCAfrica2010\\_P.pdf](http://www.abc.gov.br/download/CatalogoABCAfrica2010_P.pdf)> Acessado em: fev., 2011.
- AGÊNCIA BRASILEIRA DE COOPERAÇÃO-ABC. **Fortalecimento Institucional da Educação Profissional e Tecnológica do Benim nas áreas de Agroecologia e Cooperativismo**. Projeto de Cooperação técnica entre Países em desenvolvimento, Bra/04/044. Brasília, 2011. 29f.
- ALMEIDA, P.R. Uma política externa engajada: a diplomacia do governo Lula. **Revista Brasileira de Política Internacional**. Brasília, v. 47, n.1, p.162-184, 2004.
- ALMEIDA, C.; CAMPOS, R.P.; BUSS, P.; FERREIRA, J.R.; FONSECA, L.E. A concepção brasileira de “cooperação Sul-Sul estruturante em saúde”. **RECIIS – R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde**. Rio de Janeiro, v.4, n.1, p.25-35, mar. 2010.
- ALTUNA, P. R. R. de A. **Cultura tradicional Banto**. Luanda: Ed. Sec. Arquidiocesano de Pastoral, 1985. 621 p.
- BENIN. Ministère de l’Agriculture de l’Élevage et de la Pêche, Direction de la promotion et de la législation rurales. **Evolution du mouvement coopératif de 1960 a 2010**. Documento. Cotonou, jun. 2010. 13f.
- BRASIL. Decreto n. 6.664, de 26 de novembro de 2008. Promulga o Acordo de Cooperação Técnica entre o Governo da República Federativa do Brasil e o Governo da República do Benin, firmado em Brasília, em 11 de agosto de 2005. **Presidência da República**, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em : <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6664.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6664.htm)>
- DAGNINO, R.P. (org.) **Tecnologia social: ferramenta para construir outra sociedade**. Campinas, SP. IG/UNICAMP, 2009.
- GENTIL, D., MERCOIRET, M. Y a-t-il un mouvement paysan en Afrique noire ?. **Tiers-Monde**, v.32, n.128, pp. 867-886, 1991. Disponível em: <[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/tiers\\_0040-7356\\_1991\\_num\\_32\\_128\\_4633](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/tiers_0040-7356_1991_num_32_128_4633)>
- GOES, F. L.; PATRIOTA, T.C.; TIBÚRCIO, J. Considerações sobre o potencial e os desafios de uma parceria Brasil-África para o desenvolvimento rural. **Boletim de Economia e Política Internacional**. Brasília/IPEA, n.3, p.28-33, jul/set 2010.
- LOPES, L.L.A. **A cooperação técnica entre países em desenvolvimento (CTPD) da Agência Brasileira de Cooperação (ABC-MRE): o Brasil como doador**. 2008. 164 f. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – UNESP/UNICAMP/PUC-SP, São Paulo.
- LYCÉE Agricole Médji de Sékou. **Notes em vue d’élaboration projet brésilien**, 2010. 6fls. (Documento de trabalho).

- MAGALHÃES, T.Q.S. **A cooperação técnica entre países em desenvolvimento na política externa do governo Lula (2003-2006): o Brasil e o continente africano.** 2009. 54f. Dissertação (Especialização em Relações Internacionais) – UNB, Instituto de Relações Internacionais, Brasília.
- PEREIRA, C. M. G.M. **Economia solidária: uma investigação sobre suas iniciativas.** Campinas, 2011. 211f. Dissertação (Mestrado em Economia) – UNICAMP, Instituto de Economia, Campinas.
- PISTRAK, M. M. **Fundamentos da escola do trabalho.** São Paulo: Editora Expressão Popular, 2001.
- SARAIVA, J.F.S. **Política exterior do Governo Lula: o desafio africano. Revista Brasileira de Política Internacional.** Brasília, v.45, n.2, p.5-25, 2002.
- SARAIVA, M.G. **As estratégias de cooperação Sul-Sul nos marcos da política externa brasileira de 1993 a 2007. Revista Brasileira de Política Internacional.** Brasília, IBRI, v.50, n.2, p.42-57, 2007.
- SCHMITZ, G.O.; LIMA, J.B.B.; CAMPOS, R.P. **Cooperação Brasileira para o Desenvolvimento Internacional: primeiro levantamento de recursos investidos pelo governo federal. Boletim de Economia e Política Internacional.** Brasília/IPEA, n.3, p.35-45, jul/set 2010.
- SILVEIRA, B.C., CYPRIANO, C.A.C.; PIMENTEL, V.C. **Diagnóstico realizado em visita técnica ao Benin.** AGÊNCIA BRASILEIRA DE COOPERAÇÃO-ABC. Relatório de pesquisa. Brasília, mar. 2011. 69 f.
- SOUMONNI, E. **Daomé e o mundo atlântico.** South-South Exchange Programme for Research on the History of Development (SEPHIS) and the Centro de Estudos Afro-Asiáticos, Universidade Candido Mendes, Brazil. Amsterdam/Brazil, 2001. 79p. Disponível em: <http://www.casadasafricas.org.br/site/img/upload/521309.pdf>> Acesso em: mar. 2011.
- UNDP-UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. **Capacity Development: Technical Advisory Paper No. 2.** Management Development and Governance Division, Bureau for Policy Management, New York. 1997, 89 pp. Disponível em: <<http://mirror.undp.org/magnet/Docs/cap/Capdeven.pdf>.> Acesso em: fev. 2011.

## FORMAÇÃO CRÍTICA EM ADMINISTRAÇÃO

A. S. Gilberth<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Buriticupu  
gilberth@ifma.edu.br

### RESUMO

O presente trabalho objetiva analisar a maneira como vem se estabelecendo a formação política dos graduandos em administração no Estado do Maranhão. Política não no sentido político-partidário, mas como espaço de crítica e de conflito de ideias. Para isso, observou-se os projetos de cursos e as estruturas curriculares das principais escolas formadoras desses profissionais no Estado. Os métodos utilizados para a coleta e tratamento dos dados partem de uma visão de homem e de mundo baseada no materialismo dialético. Utilizou-se a observação e o questionário estruturado para a coleta dos dados. A fase inicial do trabalho, centrada na pesquisa bibliográfica, partiu do exame do material já produzido em livros e periódicos científicos. Na segunda parte, realizou-se uma pesquisa de campo, buscando-se encontrar elementos para compreender a realidade. Os primeiros resultados coletados indicam que a formação política do graduando em administração no Maranhão, assim como na maior parte do Brasil, ainda é muito deficiente. Isso é um reflexo dos projetos de curso e das estruturas curriculares que não contemplam disciplinas que propiciem o acesso do educando a esse tipo de conhecimento; pois, ainda, se acredita que a administração, a despeito de ser uma ciência social aplicada, prescinde do conhecimento das demais ciências sociais.

**Palavras-chave:** Formação de administradores, Política, Cursos de graduação

## 1. INTRODUÇÃO

A formação dos administradores no Brasil tem sido pautada pela ênfase no ensino técnico. Planejam-se estruturas curriculares e ementa de disciplinas, objetivando-se suprir o estudante de supostas ferramentas que poderão ser aplicadas em qualquer lugar e em qualquer época.

A maneira como esses instrumentos foram desenvolvidos ou a quem eles atendem não é sequer questionada. Já que ao administrador cabe segundo o jargão clássico: planejar, organizar, dirigir e controlar atividades que propiciarão o atendimento de uma demanda da população ou do capitalista que o contrata.

Mas o planejar, o organizar, o dirigir e o controlar, não, são, atividades realizadas em um ambiente fechado. Elas partem de escolhas, feitas, entre várias, alternativas possíveis. Sendo, portanto, atividades eminentemente políticas.

É, pois, indispensável ao administrador conhecer os fatores que condicionam ou determinam o planejamento, a organização, a direção e o controle das atividades eleitas por uma organização. Algo, ainda, mais premente aqueles profissionais que se aventuram na gestão da coisa pública.

Segundo o último censo da educação superior realizado pelo Ministério da Educação - MEC/INEP (2009), o curso superior com o maior número de matriculados e que apresenta o maior crescimento na quantidade de formandos é o curso de graduação em administração. De acordo com o Censo da Educação Superior de 2007, a carreira representou 16,4% do total das matrículas, com 798.755 alunos cadastrados em todo país (TORDINO, 2004).

Os dados do levantamento realizado pelo MEC/INEP (2009) revelam também que a graduação em administração domina não só a modalidade de ensino presencial, mas também, a educação à distância. Isso indica que o Brasil continuará sendo a terra dos bacharéis; agora, não fazendo alusão, somente, ao grande número de graduados em ciências jurídicas, mas, principalmente, aos graduados em ciências administrativas.

Esse aumento no número de matrículas e formandos na área, a despeito de, ter dado maior visibilidade e conhecimento à profissão de administrador, não desencadeou, entretanto, as necessárias e urgentes mudanças que precisavam, e, precisam, ser feitas na formação deste profissional.

Será que ao administrador do século XXI bastará conhecer métodos e técnicas relativas à administração de pessoas, de materiais, de produção, de informação, de finanças e de mercado a semelhança do seu ancestral da época da administração científica. Ou será que a esses conhecimentos deverão ser acrescidos momento para se (re) pensar o que está por trás desses métodos e técnicas que historicamente vem dando sustentação à ciência administrativa.

O aumento quantitativo no número de vagas ofertadas pelas universidade/faculdades e de formandos em administração é incontestável. Mas será que esse aumento também foi acompanhado pela melhoria na formação desses profissionais? Esse “boom” da administração ocorre naturalmente pela gradativa formação e absorção desses profissionais pelo mercado de trabalho ou é, apenas, um reflexo da ação objetiva dos capitalistas da educação?

Em nosso país, os cursos de graduação em administração objetivam, em sua grande maioria, formar profissionais para trabalhar nas empresas privadas. Só, em casos específicos, é que se formam profissionais para a solução de problemas na área pública. Objetivando-se reverter essa situação, e, formar profissionais capacitados para atuar em quaisquer organizações, foram, “identificados dentre os conteúdos programáticos dos cursos de administração de empresas tópicos universais que poderiam ser transportados para servir de tronco de sustentação da Administração Pública” (DAGNINO, 2009, p. 54).

Se a esmagadora maioria dos cursos de administração visa preparar mão-de-obra para solucionar os problemas que entravam a acumulação de capitais das empresas. Como se pode conceber que esse



mesmo administrador, que foi adestrado a essa única tarefa, estará preparado para atuar indistintamente em organizações privadas, públicas e do terceiro setor?

Esse atual quadro dos cursos de graduação em administração nos traz alguns questionamentos. Será que estão sendo formados profissionais com a postura crítica necessária para analisar a cena social e as relações de poder presentes nas escolhas das demandas sociais a serem atendidas? Será que esse profissional com “formação universal” está apto a desempenhar suas atividades, a contento, tanto em organizações públicas quanto privadas?

O objetivo da presente pesquisa é analisar, através da coleta de informações presentes nos projetos e nas estruturas curriculares dos cursos de graduação em ciências administrativas, como vem sendo trabalhada a formação política – crítica e de conflito de ideias – do administrador no Estado do Maranhão.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.2 O ensino das ciências da administração no Brasil

O ensino de administração no Brasil tem sido marcado pela tendência a reprodução do conhecimento produzido nos países centrais. Sendo notável o movimento de aproximação às universidades e aos institutos de pesquisa norte-americanos.

A intensificação do uso de modelos estrangeiros na estruturação das organizações brasileiras e do ensino de Administração tornou-se mais forte em 1948, quando representantes da FGV visitaram diversos cursos de Administração Pública sediados em universidades norte-americanas, como resultado da cooperação técnica Brasil - Estados Unidos estabelecida após o fim da Segunda Guerra. Dos encontros entre esses representantes e professores norte-americanos nasceu em 1952, no Rio de Janeiro, a Escola Brasileira de Administração Pública – EBAP –, destinada à formação de profissionais especialistas para a administração pública. Dois anos mais tarde, a mesma FGV criaria a Escola de Administração de Empresas de São Paulo – EAESP (NICOLINI, 2003, p. 46)

Não é, pois um modismo, apenas, essa tendência das universidades brasileiras reproduzirem, no tocante às ciências da administração, o conhecimento elaborado em solo yankee.

Pizzanatto (1999, p. 175) corrobora a tese de Nicolini (2003),

O pioneiro curso da Fundação Getúlio Vargas nos anos 50 teve sua primeira turma formada em 1958. Esse currículo especializado em administração tinha forte influência americana, dado que a FGV firmara, para concretizar a criação dos cursos, convênio com a USAID (Desenvolvimento Internacional do Governo dos Estados Unidos) e a Universidade Estadual de Michigan.

É importante ressaltar que, conforme os relatos de Pizzanatto (1999) e Nicolini (2003), os primeiros cursos de Administração implantados no país tinham como objetivo formar profissionais especializados para atender as necessidades de um Estado em plena expansão. Somente, num depois, como o forte desenvolvimento das atividades industriais no sudeste, com destaque para São Paulo, é, que, foram criados os cursos de graduação em administração de empresas.

Paulatinamente, como o crescimento das atividades empresariais e a captura das funções tradicionalmente estatais pela iniciativa privada, os cursos de graduação em administração pública foram perdendo espaço. Segundo Coelho (2008, p.2) “no início dos anos noventa, pessoas menos avisadas, mas muito conceituadas no mundo acadêmico da administração no Brasil, decretavam que administração pública enquanto disciplina estava morta”.

Firmar parcerias e entrar em contato com o que vem sendo produzido em outros centros de pesquisa é algo louvável, entretanto, aceitar e reproduzir ideias pre-construídas como leis universais é algo, no mínimo, perigoso.

Sobre essa questão Sobral e Peci (2008, p.16), muito apropriadamente, comentam

A administração é uma prática universal. Nos Estados Unidos, no Japão, na Europa ou no Brasil, as organizações precisam ser administradas, e o trabalho do administrador é basicamente o mesmo: guiar as organizações de forma a alcançar os objetivos. No entanto, as características distintivas das culturas nacionais condicionam o modelo de gestão adotado. Por exemplo, o individualismo e o pragmatismo norte-americano fazem com que seu estilo de gestão seja caracterizado pelo empreendedorismo e pela competitividade. Por outro lado, a cultura japonesa é caracterizada por valores coletivistas que se refletem em métodos de gestão baseados no consenso e na ênfase no planejamento.

### **2.3 Administração da coisa pública no Brasil: um campo em busca de legitimação**

A administração pública no Brasil, enquanto disciplina, tem seu marco com a criação do curso, de mesmo nome, pela Fundação Getúlio Vargas – FGV. “Originada no DASP, a Fundação Getulio Vargas – FGV – foi instituída em 1944 com o objetivo de preparar pessoal especializado para a administração pública e privada” (NICOLINI, 2003, p.4).

Apesar do relativo período em que a administração pública vem tentando se sedimentar, enquanto ramo autônomo de conhecimento, aproximadamente oitenta anos, ela ainda aspira por legitimidade. Para Coelho (2008, p. 2) o que explica essa situação são as “assimetrias de informação, identidade difusa, carência de tecnologias próprias (ou adequadas), e a ínfima base acadêmica”.

Peci e Cavalcanti (2008, p.138) acrescentam que a própria maneira peculiar como a administração pública nasceu, diz, um pouco, dessa dificuldade de legitimação.

É importante lembrar que o campo da administração pública e o seu ensino no contexto brasileiro se desenvolve com base em uma síntese peculiar: por um lado, o país ganha uma herança institucional européia, caracterizada pelo legalismo e pela orientação centralizadora; por outro lado, o ensino da administração pública é fortemente influenciado pela vertente norte-americana, caracterizado pela orientação processualista e o foco na eficiência de gestão.

Assim, a administração pública no Brasil, enquanto disciplina, nasce da mixagem entre a busca pela análise das estruturas das burocracias clássicas, típico do cenário europeu; e a crença de que o homem pode intervir e controlar, através do planejamento, seu próprio destino, ideário máximo da ideologia norte-americana.

Esse “Frankenstein” à brasileira acaba por se tornar um campo de conhecimento fixado entre as Ciências Sociais e a administração de empresas, não obstante, não se aproxime de nenhuma das duas. Dessa maneira, os cursos de administração pública tornam-se espaço onde os conhecimentos e os profissionais das ciências sociais e da administração coexistem, mas não dialogam; marcando um lugar menor, que não é nem da eficiência - já que não está na administração dos negócios privados, nem, tão pouco, das discussões sobre o papel do Estado e dos cidadãos – função tradicionalmente desempenhada pelas ciências sociais.

### **2.4 Administração e política**

Para se compreender como se dá a relação entre a administração e a política no Brasil, faz-se necessário analisar como, construiu-se, e se constrói essa relação no país que serviu de modelo para a elaboração dos saberes e práticas administrativas em solo brasileiro.

A tradição acadêmica norte-americana sempre procurou delimitar os espaços existentes entre o político e técnico-administrativo. Ao primeiro, caberiam as discussões sobre as regras fundamentais que balizavam a vida em sociedade; ao segundo, era delegada a tarefa de buscar soluções para os problemas práticos da convivência social.

Peci e Cavalcanti (2008, p.136), ao analisar o surgimento dos cursos de administração pública nos Estados Unidos da América, afirmam que

Para se adaptar às peculiaridades contextuais, com sua reverência ao individualismo e ao mercado, a administração pública norte-americana deveria aparecer neutra, científica, universal, eficiente e voltada para resultados. Assim, os teóricos norte-americanos analisaram a experiência européia buscando selecionar as práticas que poderiam ser adequadas ao seu contexto. O resultado foi a criação de uma teoria que conceitua a administração pública como o governo em ação e sugere sua separação do campo da política, como a melhor forma de evitar interferências e alcançar a eficiência, via aplicação de instrumentos administrativos científicos.

A administração científica, fruto nativo do solo americano, nasce, pois, dessa extirpação do político e do “teórico”, característico das sociedades européias, do campo da administração. Buscava-se, com isso, formar um administrador-cientista; neutro, objetivo e apolítico.

Ao se desvincular do político e do subjetivo, a administração liberta-se, pelo menos, em tese, do Direito e da Economia, tornando-se um ramo autônomo do conhecimento (PIZZINATTO, 1999; NICOLINI, 2003; PECI E CAVALCANTI, 2008).

As poucas disciplinas ditas “teóricas”, mantidas, que serviriam para a formação básica do futuro administrador público, resumiam-se, a “noções”, de Filosofia, de Sociologia e de Ciência Política (NICOLINI, 2003; DAGNINO, 2009; RUAS, 2009).

Para Dagnino (2009, p.69), isso representava uma inadequação, uma vez que, as primeiras, tratam de questões bem gerais; e a última, não instrumentaliza o gestor para uma intervenção social efetiva, pois

O processo de governo ou, mais precisamente, os processos de tomada de decisão (a formulação das políticas públicas) e de sua implementação não ocupam um papel central no horizonte de preocupações da Ciência Política. Suas principais teorias, modelos cognitivos ou visões que tratam a relação entre a sociedade e o Estado (marxista, pluralista, sistêmica, elitista) explicam as decisões de governo – tomadas no interior do aparelho de Estado – através da consideração de elementos a ele externos

A tomada de decisão do Governo ficaria de fora do âmbito de atuação do gestor público, por que essa seria uma função tida como “política”; longe, portanto, do alcance desse administrador tecnocrata. A ele caberia, somente, planejar a implementação, a organização, a direção e o controle da execução de algo que foi decidido a sua revelia (RUAS, 2009). Seu foco seria, apenas, na tarefa e no alcance dos resultados, não importando quais fossem esses últimos.

Para Ruas (2009, p. 19), a principal atividade do administrador público gira em torno do termo policy que

[...] é utilizado para referir-se à formulação de propostas, tomada de decisões e sua implementação por organizações públicas, tendo como foco temas que afetam a coletividade, mobilizando interesses e conflitos. Em outras palavras, policy significa a atividade do governo de desenvolver políticas públicas, a partir do processo da política.

Cai por terra, portanto, a tese, que fundamentou o surgimento da administração pública norte-americana, de que política (entendida em sentido amplo) e administração devem ocupar espaços diferenciados.

### 3. METODOLOGIA

Os métodos utilizados para a coleta e a análise dos dados partem dos pressupostos teóricos e metodológicos do materialismo dialético. Por que se buscou encontrar, nos materiais colhidos e no discurso dos coordenadores de cursos, congruências e divergências relativas à formação crítica do administrador. A pesquisa realizada foi descritiva e explicativa. Descritiva, por que explorou como se dão as relações entre administração e política nos cursos de graduação em administração no estado do Maranhão. Explicativa, pois teve como principal objetivo esclarecer quais fatores contribuíram, e, contribuem, para a formação política do administrador.

A fase inicial do trabalho, centrada na pesquisa bibliográfica, partiu do estudo do material já produzido em livros e periódicos científicos. Na segunda parte, realizou-se uma pesquisa de campo, em busca de elementos para se compreender a realidade.

A escolha das instituições participantes da pesquisa partiu de um levantamento preliminar realizado nos sítios da Internet do Ministério da Educação – MEC, Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais – INEP e do Conselho Federal de Administração – CFA para encontrar Universidades e/ou Faculdades que possuíssem cursos de graduação em administração no Estado do Maranhão. A partir desse levantamento selecionou-se as organizações a serem investigadas.

Os dados que subsidiaram o desenvolvimento do trabalho foram obtidos através de busca nos sites da internet mantidos pelas universidades e/ou faculdades que oferecem o curso de graduação em administração, e, também, por meio do contato com os coordenadores dos referidos cursos; entre eles destacaram-se: os projetos de cursos e as matrizes curriculares.

Os instrumentos utilizados para coletar os dados foram a observação simples e o questionário estruturado. O primeiro foi utilizado durante todo o desenrolar da pesquisa, desde a fase de escolha das instituições aptas a participar da pesquisa até o momento de entrega dos questionários para as organizações participantes. O segundo foi elaborado e encaminhado, pessoalmente ou mediante correio eletrônico, às organizações participantes.

Os dados foram tratados de forma não estatística, por exemplo, através da codificação, estruturação e análise; onde se deu ênfase às semelhanças e divergências existentes entre os diversos projetos de cursos de administração mantidos pelas universidades e/ou faculdade.

### 4. RESULTADOS E DICURSSÕES

Em um levantamento feito no sítio internet do Ministério da Educação constatou-se a existência de vinte e sete instituições autorizadas a ofertar cursos de graduação em administração nas duas principais cidades do Maranhão, São Luís e Imperatriz.

Na primeira, as instituições autorizadas são as seguintes: Centro Universitário do Instituto de Ensino Superior – COC, Centro Universitário do Maranhão - Uniceuma, Centro Universitário Leonardo Da Vinci – Uniasselvi, Faculdade AIEC – AIED/FAAB, Faculdade Atenas Maranhense – FAMA, Faculdade Brasileira de Estudos Avançados, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas – Faculdade São Luís, Faculdade do Estado do Maranhão – FACEM, Faculdade do Maranhão – FACAM, Faculdade Pitágoras de São Luís, Faculdade Santa Terezinha – CEST, Instituto Maranhense de Ensino e Cultura – IMEC, Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, Universidade Anhanguera – Uniderp, Universidade Anhembí Morumbi – UAM, Universidade Castelo Branco – UCB, Universidade de Santo Amaro – Uniba, Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul, Universidade Estadual do Maranhão – UEMA, Universidade Federal do Maranhão – UFMA, Universidade Luterana do Brasil – ULBRA, Universidade do Norte do Paraná – Unopar e a Universidade Paulista – Unip.

Na segunda, são as seguintes instituições autorizadas: Centro Universitário da Grande Dourados – Unigran, Centro Universitário do Instituto de Ensino Superior – COC, Faculdade AIEC – AIED/FAAB,

Faculdade Atenas Maranhense de Imperatriz – FAMA, Faculdade de Imperatriz – FACIMP, Instituto de Ensino Superior do Sul do Maranhão – IESMA, Universidade Anhembi – UAM, Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul, Universidade Estadual do Maranhão – UEMA e a Universidade Metodista de São Paulo – UMESP.

Como essa informação nos diz, apenas, as instituições autorizadas oferecer os cursos de graduação em administração; não nos dizendo nada sobre o efetivo funcionamento desses cursos. Selecionou-se dentre as universidades e/ou faculdades listadas, as mais conhecidas nestas cidades e que apresentam o maior número de matrículas, para análise da matriz curricular e do projeto de curso.

As escolhidas em São Luís foram: Centro Universitário do Maranhão – Uniceuma, Faculdade Atenas Maranhense – FAMA, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas – Faculdade São Luís, Faculdade do Estado do Maranhão – FACEM, Faculdade do Maranhão – FACAM, Faculdade Pitágoras de São Luís, Faculdade Santa Terezinha – CEST, Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, Universidade Estadual do Maranhão – UEMA e a Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Já em Imperatriz, escolheu-se: Faculdade Atenas Maranhense de Imperatriz – FAMA Imperatriz e a Faculdade de Imperatriz – FACIMP.

Os projetos pedagógicos dessas universidades e/ou faculdades definem como seu principal objetivo formar profissionais para gerir recursos (financeiros, humanos, tecnológicos e informacionais) em organizações, sejam elas, públicas ou privadas.

A matriz curricular desses cursos de graduação apresenta como tendência a condensação de duas ou três disciplinas do tronco comum em uma só. Exemplo clássico das disciplinas de Ética e Filosofia; que passam a compor na maioria dessas universidades (UFMA, FAMA, FACIMP, UNDB, FACAM e Faculdade São Luís) uma só disciplina, Ética e filosofia. Tendência parecida se observa em relação às disciplinas de Sociologia e Antropologia; que são mixadas para forma a disciplina de Sociologia e antropologia (FAMA, Uniceuma e Faculdade São Luís).

.A exceção a essa movimento fica por parte do CEST e da UEMA que ainda mantêm o tronco comum composto pelas disciplinas de Ciência Política, Ética Profissional e Clima, Poder e Cultura nas organizações (CEST); e, pelas disciplinas de Filosofia, Sociologia, Ética nas organizações e Ciência Política.

#### **4.1 Discussão dos resultados**

Nesta pesquisa, constatou-se que o fenômeno da proliferação dos cursos de graduação em administração apontado por Pizzanatto (1999), Coelho (2008), Peci e Cavalcanti (2008), também vem ocorrendo no Estado do Maranhão.

Somente em São Luis e Imperatriz, as duas maiores cidades do Estado, existem vinte e sete instituições autorizadas a oferecer cursos de graduação em administração. Se levarem-se em conta as instituições presentes nessas duas cidades, esse número sobe para trinta e três instituições. Somente em São Luís são vinte e três organizações, oficialmente, formadoras de administradores.

São instituições que às vezes não dispõem nem mesmo de um prédio fixo para o funcionamento nessas cidades. Elas alugam espaços em escolas, geralmente no turno noturno, que servirem de “Campus” universitário. São a semelhança das empresas que exploram o fluxo dos capitais financeiros no mercado internacional, organizações virtuais que só existem no banco de dados do governo e no mundo virtual.

Faz-se necessário, a despeito da abertura de novas alternativas aos egressos do ensino médio acessar o ensino superior e das novas oportunidades de trabalho no campo docente que se abrem aos já graduados na área, refletir-se, um pouco, sobre o porquê desse aumento do interesse pela administração.

Cunha (2009, p.19) ajuda-nos nessa reflexão:

Por que são a Administração junto ao Direito os cursos que mais abrem nesse momento pelo Brasil? A resposta não deve ser reducionista afirmando que são cursos que não exigem uma infraestrutura laboratorial. Existem implicações políticas e econômicas e cabe aos professores desses cursos emergentes uma consciência do fenômeno para que não sejam instrumento de reprodução da ideologia dominante. [...] Esses cursos, em especial os de Administração, estão expandindo as vagas para professores no mercado de trabalho, e alguns, inclusive com uma boa remuneração. Isso faz com que muitos administradores de carreira, trabalhem em empresas durante o dia e à noite exerçam a docência. Aí é onde reside o perigo. Estariam estes professores preparados para a docência? Sabe-se na informalidade que não. Primeiro porque não têm dedicação exclusiva ou ao menos parcial. Muitos estão fazendo da docência um “bico” e assim a mediocridade se instala na educação superior.

Pode-se inferir que uma das causas do crescimento na oferta de cursos na área de administração sejam os ganhos financeiros obtidos pelas “fundações” que administram essas instituições; outra causa, seria a maior flexibilidade que os egressos desse curso teriam ao escolher uma área de atuação ou mesmo uma maior possibilidade de ingresso no mercado de trabalho.

No entanto, os dados divulgados mensal e anualmente pelo Ministério do Trabalho e Emprego relativos à ocupação de postos de trabalho, e, pelas campanhas e ações judiciais e administrativas movidas pelos Conselhos Federais e Regionais de Administração visando resguardar o espaço a esses profissionais indicam que a tese da maior empregabilidade do administrador é, no mínimo, questionável. Restando com alternativa se investigar a verossimilhança da tese da exploração econômica do mercado da educação.

A análise dos projetos pedagógicos desses cursos superiores mostrou que ainda é muito presente no meio acadêmico das ciências da administração a ideia deliberada de formar um profissional capaz de atuar em ambientes diferentes ou mesmo antagônicos. O que comprova que essas instituições transmitem a ideologia de que existe uma teoria e uma prática, que por serem universais, devem ser aplicadas indistintamente tanto em organizações públicas quanto privadas (PECI E CAVALCANTI, 2008).

O administrador, de acordo com essa teoria seria o profissional que deveria receber, ao longo da formação universitária, a conta-gotas e de acordo com uma rígida programação, os conteúdos que lhes garantirão o sucesso profissional. “Encara-se o futuro administrador, no final do processo, como uma máquina que será capaz de operar – gerir e tomar decisões – dentro do que foi programada” (NICOLINI, 2003, p.50).

No tocante a estrutura curricular, os achados da pesquisa foram significativos. Constatou-se a tendência, dentre as instituições que trabalham com a formação de administradores, em nível de graduação, no Estado do Maranhão, de condensar da estrutura curricular a já insipiente base social desse profissional.

Algo que vem precarizar, ainda mais, a insuficiente formação social do futuro administrador, pois a formação básica desse profissional contava, tradicionalmente, com presença de disciplinas de filosofia, Sociologia e Ciência Política, com carga horária geralmente de 60 hora/aula (NICOLINI, 2003; DAGNINO, 2009; RUAS, 2009). O que agora vem sendo substituído pelas disciplinas de Filosofia e ética; e, Sociologia e antropologia, ambas com carga horária de 72-80 hora/aula.

Se apenas essas disciplinas mostram-se insuficientes para formar administradores críticos, imagina elas, agora, vistas em sua forma condensada. O desejável seria que a formação crítica e reflexiva do administrador não fosse refém do “currículo social mínimo”, mas sim, algo que ocorresse transversalmente, em todas as disciplinas, inclusive as do tronco de formação específica, ao longo do processo de formação.

Dagnino (2009, p. 56), ajuda-nos a compreender o porquê dessa desvalorização das disciplinas sociais no curso de administração

[...] Esta situação foi ainda agravada pelo fato de que, com muita frequência, os conteúdos das disciplinas como Sociologia e Ciência Política, que mais subsídios forneceram a um correto diagnóstico dos problemas que o administrador público enfrenta e para o seu equacionamento de modo coerente com os direitos democráticos e de cidadania, eram vistos como de escassa importância à sua formação. Dificilmente modelizáveis e aplicáveis em conjunto com os conteúdos que provinham da Administração de Empresas, com os quais por “defeito de construção” não tinham como dialogar, mas que eram, estes sim, modelizáveis, operacionalizáveis e aparentemente dotados de um potencial de equacionamento de problemas muito valorizado por quem se preocupa em “resolver problemas”, eles eram, de fato, quase inúteis.

Assim, reduz-se o espaço dessas disciplinas nos cursos de graduação em administração por achar-se que elas não são essenciais. Só devendo constar dos projetos, nos seus percentuais mínimos, para cumprir uma exigência do Conselho Nacional de Educação. Dessa forma, o objetivo deliberado de formar profissionais acéfalos e avessos às questões sociais é amplamente atingido.

Segundo esse raciocínio, os espaços ganhos com a exclusão desses “pesos mortos” devem ser preenchidos por mais disciplinas técnicas; estas sim, instrumentalizadoras do trabalho do administrador; e, garantidoras da propagação da ideologia de um profissional que tem como principal tarefa a obtenção de resultados, mesmo, alheio aos problemas sociais.

## 5. CONCLUSÃO

Segundo dados do Ministério da Educação o curso com o maior número de matrículas e um dos que apresenta o maior número de formado é o de administração. O aumento na procura por esse curso pode ser explicado pela maior diversidade de áreas de atuação reservada a esses profissionais e pela mais fácil inserção deles no mercado de trabalho.

No Estado Maranhão é cada vez mais crescente o número de instituições autorizadas a ofertar o referido curso. Só nas cidades de São Luís e Imperatriz são vinte e sete centros aptos a ofertar graduação em ciências da administração.

A graduação em administração tende a enfatizar as ferramentas técnicas a disposição do administrador no tocante ao alcance dos resultados organizacionais. Sendo que, muitas vezes, essas técnicas são transmitidas como leis universais, passíveis de utilização em qualquer lugar e em qualquer tempo. Entretanto, essa premissa do tecnicismo traz como consequência o enxugamento das demais disciplinas sociais que compõem o tronco básico de formação desse profissional.

Em decorrência disso, o administrador vem perdendo, a cada dia, a capacidade de analisar criticamente as variáveis sociais presentes nos processos decisórios; tornando-se, paulatinamente, um autômato que segue fielmente algo que foi planejado e avaliado a sua revelia.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério da Educação. **Censo da Educação Superior de 2009**. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14900:novo-censo-recebe-dados-sobre-cursos-docentes-e-estudantes&catid=212&Itemid=86](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=14900:novo-censo-recebe-dados-sobre-cursos-docentes-e-estudantes&catid=212&Itemid=86). Acesso em: 28 jun 2011.

COELHO, Fernando de Souza. A problemática atual do ensino de administração pública no Brasil. **Caderno EBAPE. BR**, número especial – ago. 2008. Disponível em: [www.each.usp.br/grife/images/CadernosEBAPE\\_FGV.pdf](http://www.each.usp.br/grife/images/CadernosEBAPE_FGV.pdf). Acesso em: 20 jun 2011.

CUNHA, Marciano de Almeida. Abertura indiscriminada de cursos superiores de Administração no Brasil: um entendimento histórico para uma política emergente. **Revista Brasileira de Docência, Ensino e Pesquisa em Administração**, Edição Especial - Vol. 1, n. 2, p.110-130, Julho/2009. Disponível em: <http://www.facec.edu.br/seer/index.php/docenciaepesquisaemadministracao/article/viewFile/57/98>. Acesso em: 04 Jun 2011.

DAGNINO, Renato Peixoto. **Planejamento estratégico governamental** / Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB, 2009.

NICOLINI, Alexandre. Qual será o futuro das fábricas de administradores?. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v.43, n.2, June 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902003000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902003000200003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 04 Jun 2011.

PECI, Aleketa; CAVALCANTI, Bianor Scelza. Administração pública e seu ensino: um campo em busca de legitimação. **Rev. RSP**, 2008. Disponível em: [www.ana.pro.br/ensino/Peci.pdf](http://www.ana.pro.br/ensino/Peci.pdf). Acesso em: 25/05/2010.

PIZZANATTO, Nádya Kassouf. Ensino de Administração e o Perfil do Administrador: Contexto Nacional e o Curso de Administração da UNIMEP. **Rev. Impulso**, nº26, 1999. Disponível em: [www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp26art11.pdf](http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp26art11.pdf). Acesso em: 25 Jun 2011.

RUAS, Maria das Graças. **Políticas públicas**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009.

SOBRAL, Felipe; PECI, Alketa. **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

TORDINO, Cláudio Antônio. **A formação em Administração e o éthos da modernidade**. 2004. 246p. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.



## GERENCIAMENTO DE EMPRESAS E CONTROLE ORGANIZACIONAL: Uma Análise Conceitual.

C. A. A. Araújo<sup>1</sup>, M. E. S. Melo<sup>2</sup>, L. A. C. B. Guimarães<sup>3</sup>, R. N. A. S. Filho<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Codó, <sup>2</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Caxias, <sup>3</sup>Faculdade São Luis, São Luis – MA, <sup>4</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Caxias.  
cesaralbuquerque@ifma.edu.br – madson.melo@ifma.edu.br -  
andreasbranco@hotmail.com – raimundofilho@ifma.edu.br

### RESUMO

As empresas diversificadas e globalizadas configuram-se, atualmente, em um cenário histórico – econômico marcado por diversas mudanças em sua estrutura física e organizacional. Diante deste contexto, observamos a necessidade de uma revisão conceitual, cuja abrangência se dê em torno da necessidade do uso das técnicas da **ferramenta do controle organizacional**. A insuficiência da aplicação dos princípios da administração incide sobre os resultados organizacionais, impulsionando a busca de novas estratégias para o alcance de metas esperadas, uma dessas estratégias pode ser encontrada nessa ferramenta. Para discutirmos a importância do controle organizacional abordamos os conceitos de empresa, processos de gestão, sistemas de informações contábeis – gerencial.

**Palavras – chaves:** Empresas diversificadas; globalização; controle organizacional.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, vemos que, o mundo empresarial formou-se com o desenvolvimento das empresas, e estas grandes ou pequenas, por sua vez sofrem constantes modificações. Em decorrência dessas modificações, as empresas por vezes crescem desordenadamente com risco da perda de seu foco, razão pela qual entendemos a função controle de fundamental importância na atualidade.

De acordo com o exposto por Day (1990), após a segunda guerra mundial, as grandes nações européias encontraram-se com sérias dificuldades sociais, refletidas em uma economia defasada e desorganizada, dando espaço para o emergente imperialismo econômico da nação americana.

Para não perderem sua posição de relevância na economia mundial, as potências de velho continente necessitaram de uma rápida reestruturação encontrando, entretanto, uma economia com características competitivas bem diferenciadas do período anterior à guerra.

O Brasil, por sua vez, não ficou a parte das transformações econômicas mundiais. Com o fim da Reserva de Mercado, decretado durante o governo Collor, as empresas nacionais iniciaram a década de 90 em um contexto competitivo nunca vivido antes. O produto nacional devia nivelar-se em qualidade ao produto estrangeiro, para competir nos mercados interno e externo.

Acordos de comercialização partidária, firmado entre nações, como o Mercosul e o Mercado Comum Europeu conduzem o mundo a um grande mercado de produtos unificados, onde levarão vantagens às empresas que melhor se adequarem ao novo contexto no qual:

- O mercado está cada vez mais segmentado e especializado;
- A tecnologia social evoluiu do dia pra noite;
- Os fornecedores são mais vistos como parceiros no negócio;
- Os consumidores são mais exigentes;
- Os funcionários são mais conscientes de seus direitos e sua importância.

A efervescência do capitalismo, aliada a quebra de fronteiras territoriais do mercado consumidor, também abriram espaço para aquisições, fusões e alianças de grandes empresas. Grandes transações foram e estão sendo realizadas envolvendo montantes de capital, e proporcionando a formação de grandes grupos empresariais, com diversificação de negócios.

Neste novo mercado, competitivo por excelência, é básico que haja uma interação muito forte entre a empresa e seus clientes. Como fornecedora de produtos e/ou serviços, a empresa deve atentar-se para as necessidades e o grau de satisfação de seus clientes, partindo para ações inovadoras que resultem numa diferenciação positiva perante suas concorrentes.

Por conta desta necessidade de proximidade com o cliente, cada vez mais as empresas descentralizam suas administrações e decisões, como forma de garantir ações rápidas que venham de encontro às exigências do mercado consumidor. Empresas com administração centralizada certamente estarão em desvantagem competitiva, uma vez que nestas empresas o processo decisório é lento e oneroso.

Em consequência ao processo de descentralização administrativa das organizações, o controle passa a assumir papel de destaque, como forma de garantir que os resultados alcançados estejam alinhados aos resultados previamente planejados pela alta direção da empresa, e que satisfaçam aos anseios dos acionistas.

Neste ímpeto, são montadas nas empresas estruturas centralizadas de controle, que se utilizam de ferramentas informacionais essenciais para o bom cumprimento de sua missão fiscalizadora e orientadora das ações da administração descentralizada.

Este trabalho enfoca, pois, conceitos orientados para a compreensão do papel, do controle no contexto atual das empresas, sua relevância no processo administrativo e a necessidade de sintonia com o planejamento e os sistemas de mensuração, informação e tomada de decisão. Também se propõe a descrever as técnicas e metodologias utilizadas para este fim. Nosso objetivo foca-se na etapa do controle empresarial para as empresas diversificadas e globalizadas.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 AS EMPRESAS

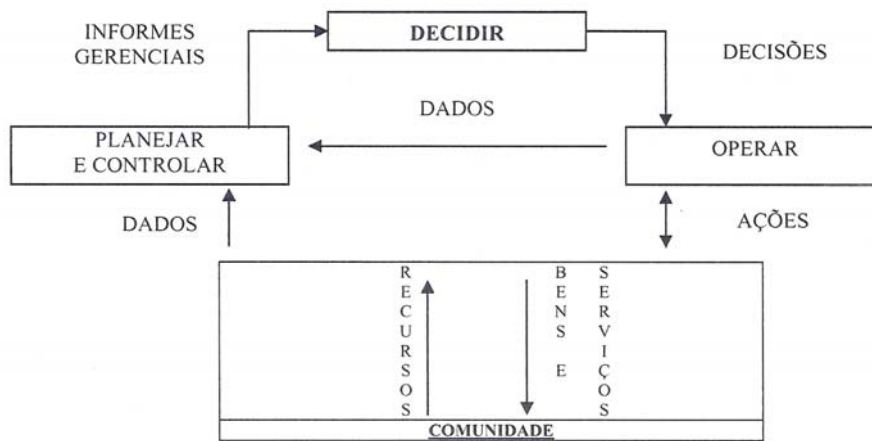
Desde os primórdios dos tempos, os seres humanos procuram formas de agrupamento para garantir sobrevivência. Nos grupos primitivos, mesmo as mais simples formas de agrupamento, claramente pode ser identificado uma liderança e algumas normas e técnicas de que se utilizam. Com efeito, sabe-se das técnicas usadas na caça pelos ancestrais homens das cavernas, e das leis religiosas com base nas quais viviam os povos descritos no Antigo testamento.

O conceito de empresa surge deste entendimento do homem como ser social, que necessita associar-se em busca de um objetivo quer a própria sobrevivência, quer a melhoria da sobrevivência. A definição dada por Holanda (1977,p.82) reforça esta linha de raciocínio: "Empresa é a associação de pessoas para a exploração de um negócio".

Cassarro (1998, p.77) implementou na definição acima, a distribuição de tarefas entre os seres: "Empresa é um agrupamento de seres humanos, uma organização humana, com atribuição de atividades e responsabilidades entre os vários seres que a constituem, de modo que se possa atingir objetivos predeterminados." A compreensão de Cassarro aponta para a relevância aqui tratada sobre empresa - a importância da função de controle no processo administrativo contemporâneo, quer numa entidade pública ou privada, com ou sem fins lucrativos.

É conveniente lembrar que existirão tantas empresas quantas forem as necessidades ao ser humano. A cada nova necessidade surgida, existirá uma ou mais empresas que diversificarão suas operações, ou novas que serão constituídas para atender a esta necessidade. A estas necessidades dá-se o nome técnico de demanda e à atividade para atender a esta demanda denomina-se oferta, de acordo com o visto em Cassarro(1988). O sistema funcionamento global de uma empresa pode ser compreendido através da figura abaixo:

**FIGURA 01-** SISTEMA DE FUNCIONAMENTO GLOBAL DE UMA EMPRESA



3. Fonte: Cassaro (1988, p. 15)

Há uma interação completa entre a empresa e a comunidade (mercado). Por um lado, a empresa obtém da comunidade os recursos necessários (materiais, mão-de-obra, energia, dinheiro), e por outro, disponibiliza à comunidade os bens e serviços produzidos.

Como a empresa se apóia na comunidade, os responsáveis pela empresa precisam conhecer as necessidades desta, para analisar a viabilidade econômica de fornecimento de bens e/ou serviços.

Baseados nos dados obtidos junto à comunidade pode-se planejar e, assim, fornecer as informações necessárias para que os supervisores, gerentes, diretores, etc. possam decidir.

As decisões levarão a empresa a operar, de acordo com as especificações determinadas e planejadas. Esta operação, que envolve todo o efetivo funcionamento da empresa, gera dados que são essenciais para os responsáveis pelo controle das operações.

O ciclo, sucintamente descrito acima, é contínuo e cada etapa tem seu papel de destaque no processo. Dentro do tema deste trabalho, ressalta-se a importância do contínuo levantamento de dados, tanto no meio externo como no meio interno, que são ferramentas básicas para que os responsáveis pelo controle possam efetuar sua missão com eficiência. Nesta relação podemos identificar dois componentes-chaves para o funcionamento das empresas: os sistemas fechados e abertos.

Um sistema de acordo com Bio (1991) é considerado fechado quando nenhum material entra ou deixa-o, ou seja, quando não interage com o ambiente no qual está inserido. Por exemplo, as máquinas. Por outro lado, é considerado aberto, se houver importação e exportação de bens e serviços e, conseqüentemente, mudança de componentes, como os sistemas biológicos e sociais.

Bio (1991) diz que os sistemas abertos são vistos em constante relação de interdependência com o ambiente externo, influenciando e sendo influenciado por este. Desta forma, a empresa é enquadrada como um sistema em constante interação com seu ambiente externo. Outro fator imprescindível para nossa discussão são os dados e a informação.

Antes de apresentar o conceito e atributos da informação, é necessário explicar que os termos dados e informação serão tratados de maneira significativamente diferentes. Oliveira (1995) relata que, enquanto o dado trata de uma simples observação sobre algum fenômeno ou ocorrência, que por si só não acrescenta conhecimento ao observador, a informação refere-se à interpretação e significado a interpretação e significado do referido fenômeno ou ocorrência.

Oliveira (1995, p.58) conceitua os termos dado e informação da seguinte forma:

Dado é qualquer elemento utilizado em sua forma bruta que por si só não conduz a uma compreensão de determinado fato ou situação. Informação é o produto da análise dos dados existentes na empresa, devidamente registrados, classificados, organizados, organizados e interpretados dentro de um contexto para transmitir conhecimento e permitira tomada de decisão de forma otimizada.

Como ilustração, sejam os relatórios contábeis de uma empresa. Os Balanços Patrimoniais e as Demonstrações de Resultados do Exercício são fontes de dados, que para gerarem informações precisam ser trabalhados e interpretados, através de calculo de índices, análises históricas, comparações com dados de outras empresas do ramo, etc.

Enquanto o dado é impessoal, a informação é pessoal, depende de para quem se destina, pois pode ter significados diferentes dependendo do grau de conhecimento que agrega.

Oliveira (1995) mostra claramente que podemos claramente distinguir dois tipos de informação dentro de uma organização: as informações operacionais e as informações gerenciais.

Uma informação operacional tem por finalidade simplesmente permitir que determinadas operações continuem acontecendo dentro do ciclo da empresa. Por exemplo: a listagem dos materiais com estoque abaixo do ponto de reposição é necessária para que sejam emitidas as solicitações de compra.

A informação gerencial pode ser vista como um resumo de informações operacionais que chegam até um executivo, fornecendo-o conhecimento sobre algo de sua competência e responsabilidade, e que possibilite tomar decisões.

#### **4. PROCESSO DE GESTÃO**

Um conceito bem sintético para gerência pode ser dado com a ajuda de Oliveira (1995) que diz: Gerencia é processo administrativo voltado para os resultados. O indivíduo que exerce a função de gerenciar é denominado gerente, assim ver-se em Drucker (1986), termo que poderá sofrer muitas variações dependendo da estrutura organizacional da empresa. Fala-se em supervisores, subgerentes, gerentes, gerentes gerais, superintendentes, diretores. Todos eles, embora com níveis hierárquicos diferentes, têm uma atividade em comum: a tomada de decisão.

Com efeito, Drucker (1986) faz concluir que o gerente, que é o elemento pago para tomar decisão, na maioria dos casos, correndo riscos. Se não for para tomar decisões, não haverá razão para se manter nas empresas, quase sempre com salários que condizem com suas funções.

Drucker (1986) define gerente como a pessoa que possui autoridade formal para fazer ou mandar fazer alguma coisa e que tenha poder de mando sobre uma ou mais pessoas. A partir deste conceito, entende-se por que bons técnicos em determinadas áreas podem perder-se ao assumir cargos gerenciais. Não basta ter conhecimento sobre a área, é necessário conhecer, e mais do que isso, saber praticar as funções gerenciais. Estas são as inerentes ao processo administrativo, que será descrito a seguir.

#### **5. CONTROLE E CONTROLADORIA**

O termo controle tem sido amplamente empregado em nossa linguagem, quer coloquial, quer formal. Com efeito, o termo controle pode ser interpretado com significados diversos, de acordo com o contexto onde é empregado, ou mesmo pela ciência que dele se utiliza.

A Psicologia, por exemplo, trata como um autodomínio físico e psíquico, a Biologia diz que há controle ambiental quando há equilíbrio entre predadores e presas dentro de um ambiente específico. "Quando se fala em controle de trafego, pensa-se realmente em regulamentação do trafego; quando se

fala em controle de armas, tem-se em mente a limitação das armas; quando se fala em controle de pestes, significa sua erradicação." (FIGUEIREDO e CAGGIANO, 1997, p.135)

O termo controle também pode significar um simples "botão, mostrador, chave, circuito ou parafuso destinado a ajustar ou fazer varias as características de um elemento elétrico". (HOLANDA 1997, p.149)

Este trabalho objetiva enfatizar a importância do controle no contexto atual das empresas diversificadas. Na realidade, a necessidade e a conseqüente preocupação com conceito de controle derivaram da descentralização empresarial e da delegação de poderes a centenas de indivíduos em dezena de departamentos. Neste ímpeto trataremos controle como: "Fiscalização exercida sobre as atividades de pessoas, órgãos, departamentos, ou sobre produtos, etc., para que tais atividades, ou produtos, não se desviem das normas preestabelecidas." (HOLANDA, 1997, p. 157)

Holanda (1997) ressalta que mesmo dentro das empresas, controle é usado para descrever funções diversificadas, como controle de qualidade, que é a rejeição de itens fora do padrão normal; controle de produção, que é a regulamentação desse processo; controle orçamentário, que se preocupa em manter as despesas da empresa em conformidade com o plano orçamentário. Para o termo controle também pode ser dada uma definição estreita, controle é associado geralmente com manutenção de padrões, investigação dos desvios dos objetivos planejados e imposição de penalidades.

O conceito amplo de controle, encontrado na literatura da ciência da administração, trata o termo controle como sinônimo da própria administração, abrangendo as várias etapas do processo administrativo.

Em cada um desses contextos, o problema do controle é a mensuração. A mensuração é necessária para estabelecer objetivos dos planos, e como os planos são dirigidos para o futuro, estas mensurações são baseadas em projeções. Aliás, projeções são parte integrante do controle, no sentido de contemplarem um curso de ação futuro." Figueiredo e Caggiano (1997, p.143)

Iudicibus (1987) afirma que algumas organizações têm um executivo da área de contabilidade especializado na função de controle, o controller, cujas missões serão discutidas adiante. Entretanto, o controle é parte da responsabilidade de todo administrador organizacional.

Tratando em forma figurada, pode-se afirmar que o controle no contexto de administração de empresas equivale ao "volante e freio de um automóvel, não permitindo que a organização saia do caminho certo", segundo Iudicibus (1987,p.160), que faz esta comparação.

## **6. As fases do controle**

De acordo com o explanado por Iudicibus (1987,p.162) o conceito controle tem vários aspectos, que veremos a seguir:

### **1. Informação.**

O simples envio de informação da unidade controlada para a unidade controladora já age como uma forma de controle. Afinal, é compreensível que um departamento não sujeito a informar as suas aplicações financeiras, por exemplo, sofrerá de uma irreprimível tendência para gastar mais do que o necessário, por simples descuido e, às vezes até pela falta de motivação para controlar as suas aplicações.

Porém, para que a informação funcione satisfatoriamente para controladoria, são necessários alguns conhecimentos na área da tecnologia da informação, da informática e dos sistemas de informação.

### **2. Análise**

Ainda que não exista uma teoria da análise, ela está de certa forma, presente em todas as ciências. De maneira geral, existem bons instrumentos de análise à disposição dos controladores, tais como análise de variação de orçamentos e custeio padrão.

Por outro lado, existem os matemáticos e os estatísticos que, apesar de terem desenvolvido inúmeros instrumentos de análise aplicados à administração, ainda não estão satisfeitos com os resultados.

Ambas as posições são corretas e o grande esforço da próxima década, na área de controladoria, deverá ser no sentido de aproximar mais as duas escolas. A controladoria terá que toma-se mais

científica, enquanto as aplicações estatísticas e matemáticas vão se adaptando melhor à solução dos problemas práticos de controle administrativo e contábil que surgem no dia a dia das empresas.

### 3. Comunicação e ação

Finalmente, temos a terceira fase do processo de controle que é a comunicação e a ação. Muitos consideram, erroneamente, que esta é a única fase do controle, isto é, quando um superior chega ao ponto de dizer o que pensa sobre a unidade controlada e começa a dar ordens, mudando e desmandando.

Na verdade, os melhores sistemas de controle são aqueles que apenas esporadicamente são obrigados a recorrer a essa medida extrema, concentrando seus esforços nas duas primeiras etapas.

Isto é facilmente compreensível, se pensar que uma unidade controlada deve ter um sistema autocontrolante tão perfeito que seu desempenho não fuja aos padrões estabelecidos pela unidade controladora. Nesse caso, qualquer comunicação da unidade controladora para a unidade controlada seria para elogiar o desempenho dessa última e não intervir nas suas decisões.

### Origem da controladoria

O problema de controlar as instituições e seus componentes, de acordo com Figueiredo e Caggiano (1997, p.165), foi se tomando grave principalmente por dois motivos básicos:

As empresas tomaram-se cada vez maiores, tanto em termos absolutos como em termos relativos. É natural, portanto, que as empresas maiores tenham problemas maiores a serem controlados.

O mundo está mudando de maneira contínua mais rápida e imprevisivelmente. Se hoje temos alguma idéia do que controlar e como controlar, nada é possível afirmar quanto ao futuro imediato.

Mediante o visto em Figueiredo e Caggiano (1997, p.192), a controladoria surgiu, então, nos Estados Unidos por volta de 1919. Nesta época, a General Motors era um conglomerado de pequenos negócios atuando na área automobilística. Essas unidades eram geridas por sócios, que atuavam em cada estabelecimento. Alfred Sloan Jr., então presidente da empresa, decidiu reformar a gestão de negócios, contratou profissionais para administrar cada uma das unidades, centralizou o controle e descentralizou a administração, ou seja, a autoridade e o poder de decisão.

O sistema iniciou-se com a implantação de um orçamento integrado. A divisão de controle centralizado ficou a cargo de Donaldson Brown, que, possivelmente, deve ter sido o primeiro controller de quem se tem notícia, conforme relato dos autores.

Assim, a controladoria nasceu com o foco central no orçamento integrado. Na realidade, ela surgiu para atender, uma necessidade de controle da gestão dos negócios. O orçamento integrado foi, a primeira ferramenta utilizada para atingir esse objetivo. Hoje, a controladoria dispõe de inúmeras ferramentas capazes de auxiliar o sistema de decisão e de gestão. A melhoria dos sistemas de controle de gestão permitiu o desenvolvimento dos grandes conglomerados econômicos de nossos dias, capazes de manter ramificações em todas as partes do mundo. Ludicibus (1987)

Os primeiros controladores foram recrutados entre os homens responsáveis pelo departamento de contabilidade ou então pelo departamento financeiro da empresa, por várias razões de acordo com Ludicibus (1987, p. 171):

Os controladores gerais e os administradores financeiros possuem, em função do cargo que ocupam, uma visão ampla da empresa, o que os torna capazes de enxergar as dificuldades como um todo e propor soluções gerais;

A controladoria é uma função diretamente subordinada à presidência da empresa, portanto, nada mais lógico do que escolher para cargo de controlador uma pessoa que já está ligada à presidência, como acontece com os contadores e com os administradores financeiros.

As informações que chegam ao controlador são, predominantemente, de natureza quantitativa, e esses profissionais já estão familiarizados com os números.

### 7. O profissional de controladoria

Geralmente o profissional de controladoria é oriundo do ramo da contabilidade, entretanto compete a este profissional se envolver em outras disciplinas como Administração, Economia, Estatística, Matemática, Computação e, até mesmo, Sociologia e Psicologia.

O *controller* é o gestor encarregado do departamento de Controladoria; seu papel é, por meio do gerenciamento de um eficiente sistema de informações, zelar pela continuidade da empresa, viabilizando as sinergias existentes, fazendo com que as atividades desenvolvidas conjuntamente alcancem resultados superiores aos que alcançariam se trabalhassem independentemente. Figueiredo (1997, p.182)

A autora continua, afirmando que para bem desempenhar as funções de *controller* de uma organização, alguns requisitos são indispensáveis ao profissional, tais como: bom conhecimento do ramo de atividade da empresa, sua evolução, história, princípios éticos que a norteiam e mercado no qual está inserida; habilidade para lidar com sistemas contábeis, matemáticos e estatísticos, na maioria das vezes informatizados, o que também requer conhecimentos de informática; espírito empreendedor e motivador; habilidade de transmitir suas idéias e projetos, seja de forma verbal ou escrita.

Cabe ao *controller*, na maioria das vezes, coordenar ou até mesmo implantar os sistemas de informação, motivação, coordenação, avaliação, planejamento, acompanhamento, e comunicação. Somente o conjunto desses sistemas pode garantir os elementos necessários para o correto desempenho de suas atividades.

## **8. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS - GERENCIAL**

### **O sistema de informação contábil**

Foi citada a importância do apoio do sistema de contabilidade para o um bom desempenho de um sistema de informações gerenciais totalmente integrados. Esta parte do trabalho aprofunda a importância do sistema contábil no âmbito do controle eficaz.

Gil (1992) mostra que o sistema contábil é o mais importante sistema de informação econômico-financeiro das empresas. Seu objetivo é influenciar comportamentos sobre gerenciamento de custos, controle e planejamento das operações, decisões estratégicas e o processo decisório de usuários externos.

A ênfase de um sistema de contabilidade gerencial é a abordagem informacional econômica, por isso, deve estar em sintonia com o modelo de gestão da empresa, assim como ser apoiado por um modelo de mensuração adequado.

Observa - se em Figueiredo e Caggiano (1977) que, na maioria dos casos, que os atuais sistemas de contabilidade gerencial das empresas estão inadequados a sua necessidade. Isto se deve pelo fato dos mesmos terem sido concebidos com a finalidade de gerar demonstrações financeiras para uso externo da empresa, enquanto os novos conceitos de sistemas de informação visam primordialmente os usuários internos.

Segundo Figueiredo e Caggiano (1977, p.242)

Quando usada no processo de controle, a informação contábil reveste-se de grande importância, pois, além de prestar-se como padrão e 'feedback', pode também ser usada como medida de desempenho das pessoas envolvidas no processo empresarial, assim como das respectivas área.

## **9. Controle de qualidade**

Gouillart (1995) afirma que a qualidade é um padrão particular que se procura alcançar. Ela está diretamente relacionada aos objetivos de cada empresa, apoiando-se nas decisões da política administrativa, que levam em conta os potenciais de um mercado e a capacidade de produção.

"Os objetivos de qualidade surgem das estratégicas e dos propósitos gerais da empresa. Tendo se escolhido o nível de qualidade que se busca alcançar, procura-se atingi-lo de modo coerente" (GOUILLART 1995, p.93).

Iudícibus (1987) diz que é preciso que ocorra alguma inspeção no processo de controle de qualidade, que tanto pode se limitar ao produto acabado, como pode ocorrer em diferentes estágios do processo. O ideal é que se minimizem os custos de inspeção, sem perder o controle do produto. É ainda importante se ter em mente problemas relativos também ao número e localização dos itens a serem inspecionados.



Com a utilização do controle de qualidade, Gouillart (1995) esclarece que a administração poderá ser capaz de escolher o grau de risco a ser tolerado, podendo-se também ter noção do custo necessário para diminuir o risco. Há ainda a possibilidade de se detectar um descontrole de qualidade, através do simples controle de produção, uma vez que qualquer problema existente na produção certamente comprometerá o nível de qualidade do produto.

Muita ênfase tem sido dada a este assunto no hodierno mundo dos negócios/ através de Gouillart (1995), que dita o nível de qualidade como forma de diferenciação do produto perante o produto de concorrentes. Foram criadas certificações de reconhecimento internacional, que através de normas e regras de produção previamente estabelecidas, garantem para a sociedade consumidora a boa qualidade dos produtos e serviços ofertados.

## 10. CONCLUSÃO

Para evidenciar a importância que o controle exerce nas empresas pode-se estabelecer uma analogia entre a vida humana e as organizações empresariais, através do processo administrativo.

Na vida humana, há uma interconexão inseparável entre a mente e o corpo, enquanto aquela planeja os movimentos e reações, este executa os movimentos de acordo com as "mensagens" recebidas. Entretanto, para bem mobilizar-se, o corpo precisa estar saudável e disposto. Uma simples dor pode prejudicar o processo, minimizando o poder de ação do membro ou órgão danificado. Da mesma forma, para exercer corretamente seu papel de comando do simples preocupação excessiva danifica o envio dos pulsos nervosos, podendo inclusive causar reações indesejáveis a determinados órgãos do corpo.

Cada vez mais, a sociedade preocupa-se em manter o bom funcionamento do corpo e da mente, prevenindo-se contra doenças através de medicações, controle alimentar ou exercícios físicos. A ciência contribuiu de forma elementar para a detecção dos indícios de futuras enfermidades, através de exames do cérebro; um hemograma assegura, entre outros índices, o nível de gordura permissível ao sangue, de modo a não obstruir as artérias cardíacas; uma endoscopia indica lesões em órgão do sistema digestivo; etc.

A realização periódica de alguns destes exames clínicos, o que coloquialmente os médicos chamam de check-up, evita que o corpo ou a mente sejam tomados de surpresa por alguma moléstia que debilite suas funções na anatomia humana. Caso os indícios de uma doença sejam detectados em tempo hábil, a medicina não dispõe de meios de reversão do quadro, garantindo a manutenção do estado de saúde do paciente. Alguns tipos de câncer, por exemplo, quando são diagnosticados na fase inicial, podem ser definitivamente removíveis. Por outro lado, se o diagnóstico se der numa fase avançada da doença, somente tratamentos paliativos poderão ser aplicados.

Também o meio externo pode prejudicar a interação entre o corpo e a mente. O convívio social, e a forma deste convívio é básico para o controle para o controle emocional dos indivíduos. Com efeito, fala-se em doença urbana, o estresse ou *stress*, que nada mais é que o acúmulo de preocupações originadas da complexidade de relação do indivíduo com a sociedade. Várias técnicas divulgadas para prevenir contra o *stress*, garantindo o controle emocional diante de adversidades no ambiente de trabalho, na família, etc.

Similar à mente, que decide sobre os movimentos do corpo, está a etapa de planejamento, que define o curso da empresa, determinando as metas a serem alcançadas. Assim como o corpo age de acordo com as instruções recebidas da mente, nas empresas há a etapa de execução dos planos traçados, que mobiliza todos os recursos da empresa na busca de resultados que sejam alinhados com o planejamento.

O controle nas empresas é similar à prevenção de enfermidades nos homens. Através do controle, pode-se perceber fatores que venham a distorcer os resultados previamente planejados. Pode ser verificado, por exemplo, uma inadequada alocação de recursos, uma ineficácia de uma ou mais áreas da empresa, uma necessidade de treinamento ou mudança estrutural, uma inadequação em métodos utilizados, etc.

Da mesma forma que o homem, a empresa pode igualmente tomar-se "enferma" por adversidades no meio externo. Também neste aspecto o controle é fundamental, vigiando sobre a aceitação dos produtos, nível de satisfação dos clientes, anseios e expectativas dos mesmos, ações de concorrentes, regulamentação de órgãos governamentais, formas de captação de recursos.

É o controle, através de suas ferramentas básicas como os sistemas de informação, que garante que as ações da empresa estão realmente voltadas para resultados de acordo com os planos elaborados. Como os sintomas de doenças nos seres humanos, os desvios de cursos da empresa devem ser identificados em tempo hábil de se implantar medidas corretivas, que façam com que a corporação volte trilhar ações que garantam resultados satisfatórios.

A empresa que não der importância devida ao processo de controle, certamente será tomada de surpresa com alguma dificuldade interna e/ou externa. A cada dificuldade encontrada, corresponderá um enfraquecimento da empresa e conseqüente fortalecimento das empresas concorrentes, seja através de perdas de clientes ou mesmo perda de oportunidades.

O caminho de volta sempre será mais oneroso para a empresa. Neste ímpeto, este trabalho evidenciou a importância que as corporações devem dar ao controle, integrando-o ao planejamento, em seus diversos níveis, e disponibilizando recursos para que o nosso mesmo possa se cercar das ferramentas necessárias a execução de suas tarefas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- BIO, Sergio Rodrigues. **Sistema de Informações**. São Paulo: Atlas, 1991.
- CASSARO, Antonio Carlos. **Sistemas de informação para tomada de decisão**. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios, 1988.
- DAY, George S. **Estratégia voltada para o Mercado**. Rio de Janeiro: Record, 1990.
- DRUCKER, Peter.F. **A nova era da administração**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FIGUEIREDO, Sandra, CAGGIANNO, Paulo César. **Controladoria**. São Paulo: Atlas, 1997.
- GIL, Antonio de Loureiro. **Sistemas de informação contábil / financeiros**. São Paulo: Atlas, 1992.
- GOUILLART, Francis J., KELL Y, James N. **Transformando a organização**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1995.
- IUDICIBUIS, Sergio de. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 1987.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Excelência na administração estratégica de negocio**. São Paulo: Atlas, 1995.

## GESTÃO DE ESTOQUE: UM ESTUDO DE CASO NA ICOMASIL – INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁRMORE SINTÉTICO LTDA

B. S. N. Lima<sup>1</sup>, A. L. Araujo<sup>2</sup> e V. S. A. Bezerra<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês, <sup>2</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês e

<sup>3</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês

brunita14msn@hotmail.com – alcionelino@ifma.edu.br – figueredo2008@r7.com

### RESUMO

É crescente a importância atribuída à gestão de estoques como elemento fundamental para a redução e o controle dos custos totais e melhoria do nível de serviço prestado pela ICOMASIL (Indústria e Comércio de Mármore Sintético Ltda.). A empresa busca garantir uma determinada disponibilidade de produtos acabados (pias e tanques) com o menor nível de estoque. A administração de estoque está relacionada com a possibilidade de estimar o consumo de determinado item, num dado período de tempo. Quanto mais precisa for a previsão do consumo, mais informações o administrador de materiais terá para tomar suas decisões sobre qual nível de estoque deverá manter e quanto deverá comprar ou fabricar para atender as necessidades da empresa. O objetivo desse trabalho foi aperfeiçoar as necessidades de investimento em estoques através da curva ABC minimizando assim o custo de mantê-los. Para tanto, foram utilizados conceitos distintos e por meio da pesquisa de estudo de caso, onde evidenciou-se que o controle de estoques para ser eficaz é necessário que haja um planejamento do resultado dessa atividade, além disso, as informações devem ser corretas, precisas, únicas e compreensíveis.

**Palavras-chave:** Estoque. Controle. Materiais. Curva ABC

## 1. INTRODUÇÃO

A velha prática empresarial de especular com estoques, adquirindo quantidades de materiais acima das necessidades correntes para anular aumento futuro de preços, ou para tirar vantagens de preços unitários reduzidos, é muito arriscada e pouco recomendada, sobretudo se for levado em consideração que a demanda é instável, que os custos para manter estoques são elevados, e que as condições de mercado estão em permanentes mudanças.

Uma política de redução do estoque ao nível mínimo, que garanta o fluxo contínuo de suprimento sem sacrificar as operações da empresa, terá como efeito positivo diminuir a necessidade de capital de giro. Além de que, as economias com a redução de investimento em estoque poderão ser utilizadas para os mais diversos fins: reforçar e equilibrar o caixa; saldar dívidas a curto prazo; investir em melhorias tecnológicas, entre outros.

A grande ênfase que se dá à gestão de estoque de materiais é quanto à racionalização de custos e a minimização de estoques; pois estes, quando em grandes quantidades, representam capital empatado e custos elevados.

Estabelecer e controlar os níveis de estoques é um tema importante, pois, o controle envolve medidas prévias de organização, visando disciplinar todo o movimento ou fluxo de materiais, assim como alocar eficientemente os recursos financeiros disponíveis para os estoques de modo que não exista excesso ou insuficiência de nenhum componente.

Observa-se então que, o controle de materiais tem como finalidade obter êxito na administração dos estoques preocupando-se em evitar investimentos desnecessários e manter os materiais na quantidade, local e tempo certos com condições de utilização ao menor custo.

Em relação à empresa cujo trabalho foi desenvolvido, foram realizadas observações iniciais, onde detectou-se alguns pontos que precisaram ser melhorados no processo de controle de estoques, notadamente, produtos acabados. Onde se buscou otimizar as necessidades de investimento em estoques de materiais de manutenção minimizando assim o custo de mantê-los; trabalhando com o acompanhamento do desenvolvimento das atividades que compõem o sistema de controle de estoque; promovendo um estudo a fim de identificar itens que justificam atenção e tratamento adequados quanto à sua administração; estabelecendo novos estoques máximos e mínimos dos materiais de manutenção; e propondo redução do valor em estoque dos materiais de manutenção.

Para que a ICOMASIL, Indústria e Comércio de Mármore Sintético Ltda – possa alcançar cada vez mais uma melhoria na administração de seus estoques, utilizou-se todos os recursos disponíveis, visando atingir os objetivos propostos.

Portanto, vê-se que as empresas cada vez mais necessitam de uma boa Administração de Materiais que procure dispor dos materiais necessários na quantidade certa, no local e tempo certos à disposição dos órgãos que compõem o processo produtivo da empresa.

Este trabalho foi direcionado em busca dos requisitos imprescindíveis ao bom gerenciamento dos estoques. Assim, procurou-se avaliar todos os passos necessários para atingir a minimização dos custos e uma melhor alocação dos recursos disponíveis da empresa.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O presente trabalho foi desenvolvido numa fábrica de Tanques e Pias de fibras (figura 1), onde foi observada toda a produção da mesma e o grau importância dos produtos para a fabricação.



## 2.1 ATIVIDADES MAIS FREQUENTES DO ALMOXARIFADO PARA PRODUÇÃO DE TANQUE E PIAS

- ✓ Conferir a recepção dos produtos prontos para a estocagem de venda;
- ✓ Alimentar o sistema quanto as solicitações de materiais, ou seja, as saídas dos materiais como também as quantidades e o setor onde serão aplicadas as vendas;
- ✓ Solicitar reposição de estoque para venda;
- ✓ Fechar semanalmente estoque dos itens que tiveram movimentação;

## 2.2 Atividades Desenvolvidas no Almozarifado

### a) Identificação das quantidades consumidas dos materiais de manutenção

Através de relatórios e registros foi possível identificar o consumo mensal de pias de granito sintético e tanques de granito sintético. Por meio desses dados foi realizada a classificação ABC. A classificação baseou-se numa amostragem de 14 produtos tomando-se o cuidado de identificar os itens de maior valor e volume, onde são quase que permanentes estes valores (Vide os quadros 1 e 2).

**QUADRO 1 – COLETA DE DADOS**

MATERIAL	PREÇO UNITÁRIO	CONSUMO MENSAL	VALOR DE CONSUMO	GRAU (°)
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 0,80 X 50	8,95	51	456,45	14°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,00 X 50	12,52	185	2.316,20	5°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,20 X 50	14,23	213	3.030,99	3°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,40 X 50	15,98	142	2.269,16	6°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,50 X 50	17,92	111	1.889,22	8°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,60 X 50	19,25	97	1.867,25	9°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,80 X 50	22,25	67	1.490,75	10°
PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 2,00 X 50	25,88	34	879,92	11°
TANQUE JÚNIOR 84 X 45	12,99	157	2.039,43	7°
TANQUE DELTA POP PLUS 1,00 X 50	15,54	295	4.584,30	2°
TANQUE CIRCULAR POP PLUS 1,00 X 50	19,58	35	685,30	13°
TANQUE TRIPLO PLUS 1,50 X 53	25,55	117	2.989,35	4°
TANQUE TRIPLO PLUS 1,60 X 60	31,29	28	876,12	12°
TANQUE SIMPLES PLUS 60 X 59	13,05	455	5.937,75	1°

## QUADRO 2 – ORDENAÇÃO DOS DADOS

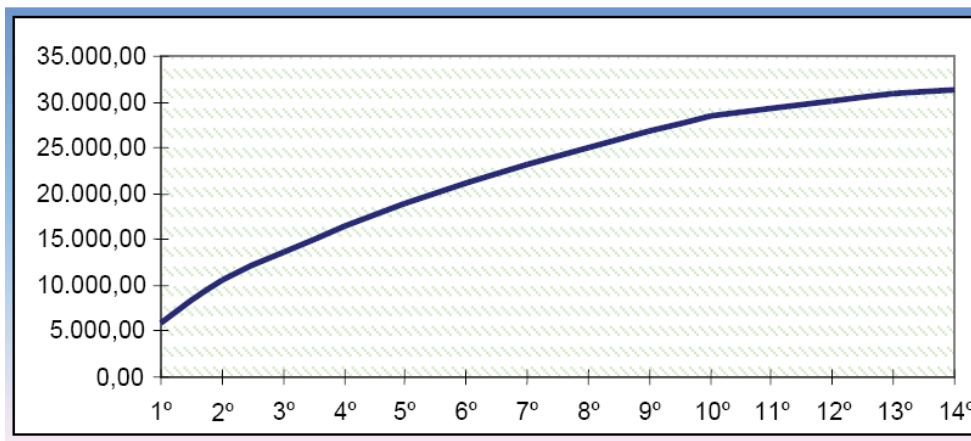
GRAU	MATERIAL	VALOR CONSUMO	VALOR CONSUMO ACUMULADO	%
1º	TANQUE SIMPLES PLUS 60 X 59	5.937,75	5.937,75	18,96
2º	TANQUE DELTA POP PLUS 1,00 X 50	4.584,30	10.522,05	33,60
3º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,20 X 50	3.030,99	13.553,04	43,28
4º	TANQUE TRIPLO PLUS 1,50 X 53	2.989,35	16.542,39	52,83
5º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,00 X 50	2.316,20	18.858,59	60,22
6º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,40 X 50	2.269,16	21.127,75	67,47
7º	TANQUE JÚNIOR 84 X 45	2.039,43	23.167,18	73,98
8º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,50 X 50	1.889,22	25.056,40	80,02
9º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,60 X 50	1.867,25	26.923,65	85,98
10º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 1,80 X 50	1.490,75	28.414,40	90,74
11º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 2,00 X 50	879,92	29.294,32	93,55
12º	TANQUE TRIPLO PLUS 1,60 X 60	876,12	30.170,44	96,35
13º	TANQUE CIRCULAR POP PLUS 1,00 X 50	685,30	30.855,74	98,54
14º	PIA DE GRANITO SINTÉTICO PLUS 0,80 X 50	456,45	31.312,19	100

### b) Análise da curva ABC

A demonstração gráfica da curva ABC determina a distribuição dos 14 itens da seguinte forma:

- ✓ **Classe A:** 20% dos itens correspondem a 43,28% do valor.
- ✓ **Classe B:** 30% dos itens correspondem a 30,70% do valor.
- ✓ **Classe C:** 50% dos itens correspondem a 26,02% do valor.

Gráfico 1 – Curva ABC – Tanques e Pias



Observou-se que os três primeiros produtos (apresentados no quadro 2) deverão merecer tratamento administrativo preferencial em relação aos demais, devendo-se manter menor estoque de segurança possível, face ao seu custo.

O estoque da classe C pode ter controle simples e estoque de segurança maior, pois esta política implica numa redução do custo total dos materiais.

Já os itens da classe B estão em situação intermediária, uma vez que tem uma importância relativa no valor total do estoque.

### 3. CONCLUSÃO

A realização deste trabalho contribuiu de maneira objetiva para a consolidação dos conhecimentos adquiridos durante o curso, além de proporcionar experiência profissional.

Verificou-se que é utilizado na empresa o sistema de controle de estoque máximo e mínimo, onde mensalmente são emitidos relatórios nos quais são verificados sistematicamente os níveis de estoque e conforme volume encontrado, determina-se a quantidade a ser ressuprida. Entretanto, essas quantidades não são baseadas no consumo dos materiais ficando muitas vezes com altos valores registrados, elevando assim os custos de estocagem, mas devemos observar que estes produtos são sazonais em virtude da matéria-prima ser primária.

Devido à existência de quantidades excessivas de materiais e ausência de mensuração dos custos com os estoques, a empresa desconhece a baixa rotatividade dos seus estoques, dificultando assim uma avaliação precisa do mesmo. Apesar da realização do inventário físico, a conferência dos estoques não é feita com periodicidade ocasionando, portanto, imprecisão nos registros dos estoques assim como as causas de divergências.

Portanto, no decorrer do trabalho encontramos algumas dificuldades que após analisadas sugerimos as seguintes recomendações:

a) Reorganizar o setor de controle de estoques determinando o que deve permanecer no estoque; quando se deve reabastecer e quanto de estoque será necessário para um período predeterminado;

b) Evitar grandes estoques de materiais, os quais provocam custo de armazenagem e empate de capital;

c) Ajustar os níveis de estoque em função do consumo previsto dos materiais. Tal consumo poderá ser mensurado com segurança através dos relatórios gerados pelo sistema da empresa;

d) Determinar o estoque mínimo ideal para que não seja tão alto, elevando os custos de armazenagem; nem demasiadamente baixo, o que acarretaria custo de esgotamento, que são os custos de não possuir os materiais disponíveis quando necessários;

e) Estabelecer um índice de rotatividade padrão para cada grupo de materiais bem como uma periodicidade para comparação entre a rotatividade padrão e a real;

f) A médio prazo, fazer um levantamento das quantidades de todos os materiais de manutenção existentes que não foram estudados e o respectivo consumo no intuito de reduzir o estoque máximo e mínimo.

Diante do exposto acreditamos na melhoria de trabalho realizado na empresa.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ARAÚJO, Jorge Sequeira de. **Administração de materiais**. 5 ed. São Paulo: Atlas S.A. 1978.
- ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de Materiais: uma introdução**. Tradução: Celso Rimoneli e Lenita R. Esteves. São Paulo: Atlas, 1999.
- CHIAVENATO, I. **Iniciação à Administração de Materiais**. São Paulo: Mc Graw Hill, 2006.
- DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração de Materiais e do Patrimônio**. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.
- MESSIA, Sérgio Bolsonaro. **Manual de Administração de Materiais: planejamento e controle de estoques**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1980.
- ROSE, L. J. **REVISTA PURDRASING MAGAZINE**, 1996, p. 115.

## GESTÃO ESTRATÉGICA DO TEMPO - OTIMIZAÇÃO DAS ATIVIDADES EXECUTIVAS

Kathyana Vanessa Diniz Santos<sup>1</sup> e Maria Luiza da Costa Santos<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa e <sup>2</sup> Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa  
kathyana\_vanessa@hotmail.com – mluizacs@gmail.com

### RESUMO

As grandes mudanças nos cenários de atuação das empresas, a excessiva competição mercadológica e as constantes cobranças por resultados fazem com que o dia-a-dia dos executivos seja de muita correria. E, a utilização estratégica do tempo tornou-se vital para aqueles que desejam o sucesso sem comprometer a saúde, seja ela mental ou física. Portanto, diante desse quadro, o presente trabalho tem como questão central estudar as melhores maneiras de se gerir o tempo a fim de otimizar as atividades, sejam elas organizacionais ou pessoais, dos executivos nos dias atuais. O objetivo é investigar as estratégias utilizadas por executivos das micro e pequenas empresas da cidade de João Pessoa-PB. A fundamentação teórica aborda perspectivas que defendem ser papel básico do administrador obter resultados através de terceiros, priorizando os resultados econômicos, ou seja, o administrador deve fazer acontecer. Por isso, os executivos necessitam utilizar da melhor forma o tempo disponível; o tempo é um recurso não-renovável, irreversível, não flexível e perecível (não-estocável) e sua gestão é um tanto quanto desafiadora. Este é um estudo descritivo, de abordagem quantitativa e qualitativa, realizado junto aos gestores de dois setores produtivos (serviços e comércio) das micro e pequenas empresas da cidade João Pessoa – PB. Foram realizadas entrevistas individuais, de caráter semi-estruturado, desenvolvidas através de um roteiro de perguntas de maneira a permitir uma maior flexibilidade de respostas por parte dos entrevistados. A amostra foi constituída de 20 gestores (10 de cada setor produtivo estudado) e a mesma foi escolhida de forma aleatória e intencional. Os resultados foram analisados quantitativamente por setor e qualitativamente por gestor.

**Palavras-chave:** Gestão do Tempo. Estratégia. Atividade Executiva.



## 1. INTRODUÇÃO

Para Lacombe e Heilborn (2006), o papel básico do administrador é obter resultados através de terceiros, priorizando os resultados econômicos, ou seja, ele deve fazer acontecer. Como já dizia Fernando Pessoa, poeta e escritor português, “o êxito está em ter êxito e não em ter condições de êxito. Condições de palácio têm qualquer terra larga, mas onde estará o palácio senão o fizerem ali?” Essa é a tarefa do executivo atual, ter êxito, construir palácios em diversas terras, sejam elas largas ou não.

Para isso, os executivos necessitam utilizar da melhor forma o tempo disponível. Pois, segundo Costa e Cunha, “o trabalhador é percebido como gestor de suas situações de trabalho e construtor de suas competências”.

Assim, para que as empresas obtenham sucesso e atinjam os objetivos organizacionais desejados, satisfazendo também as necessidades e os interesses de seus clientes, é fundamental que disponham de uma gama de colaboradores eficientes e eficazes que tenham bem claras as suas estratégias de gestão do tempo, a fim de alcançar os objetivos da organização sem com isso ferir suas necessidades enquanto ser humano.

Portanto, diante desse quadro se desenvolveu o questionamento central deste trabalho, a saber: Quais as melhores maneiras de se gerir o tempo a fim de otimizar as atividades, sejam elas organizacionais ou pessoais, dos executivos nos dias atuais?

## 2. GESTÃO DO TEMPO

O tempo é um recurso não-renovável, irreversível, não flexível e precíval (não-estocável). Portanto, sua gestão é um tanto quanto desafiadora. E, corroborando esta idéia tem-se Peter Drucker apud Hoover (p.11, 2009) que diz que “o tempo é o recurso mais escasso do gestor; se não for bem administrado, nada mais poderá ser.”

Costa e Cunha ressaltam que seja num ambiente empresarial ou em qualquer outro tipo de atividade humana, o estabelecimento de regras, objetivos e metas são cruciais para se conseguir o que deseja.

Para Vinha e Simões (2007), gestão do tempo seria a arte de organização da vida, visando seu controle, de forma a evitar perdas de tempo desnecessárias. Tais autores defendem que a obtenção de mais tempo livre não garante a satisfação pessoal, o que pode vir a alcançar resultados satisfatórios é a utilização adequada ao tempo que se tem.

Gonçalves diz que gerir o tempo é definir prioridades e não contabilizar os minutos destinados a cada atividade.

## 3. OBSTÁCULOS À GESTÃO DO TEMPO

Existem diversos obstáculos à gestão do tempo; e estes devem ser superados. A maioria dos obstáculos se deve a falta de planejamento, objetivos e prioridades.

Vinha e Simões (2007) citam dez obstáculos, a saber: a desorganização, a depressão e ansiedade, a dificuldade de delegação, a distração, a fadiga, a inflexibilidade, a não definição de objetivos/metaprioridades, o perfeccionismo, a procrastinação (adiamento sucessivo do que se tem pra fazer) e o receio do insucesso.

Para Peter Drucker apud Hoover (p.15, 2009) “uma pessoa jamais pode pensar em gerir seu tempo sem que saiba, acima de tudo, em que ele é gasto.” Gonçalves (2010) aponta que, no ambiente organizacional, o desperdício de tempo pode advir de quatro variáveis: ambiente, indivíduo, cultura e gerência. O ambiente corresponde ao espaço físico da organização; a cultura se refere à cultura organizacional (exemplo: excesso ou ausência de formalidade); o indivíduo atenta as características

intrínsecas ao colaborador (exemplo: pessoa muito detalhista) e a gerência se correlaciona as habilidades dos gerentes existentes na empresa. A autora ainda aponta os maus hábitos e a preocupação excessiva como as principais causas do desperdício de tempo.

#### 4. ESTRATÉGIAS PARA GESTÃO DO TEMPO

Segundo Gonçalves (2010), o excesso de atividades de um gestor pode gerar dificuldades de raciocínio e dúvidas sobre sua capacidade e de outrem, o que pode resultar na aquisição de distúrbios, tais como ansiedade e insônia. Esses distúrbios podem ainda ser intensificados devido ao sentimento de fracasso, que gera estresse e desânimo. Essa visão é claramente expressa por Webber (1989, p.64 *apud* Gonçalves, 2010):

Como poderei governar os outros se não tenho domínio sobre mim mesmo? Essa observação é o fundamento da tese que sustenta que os gerentes devem controlar ativamente, e na medida do possível, a maior quantidade de tempo. Tal tese afirma implicitamente que um gerente não é de verdade se o cargo o domina e não o contrário. Se permite que os sucessos determinem totalmente o que faz, sua habilidade, conhecimento e posição se desvanecerão porque está excessivamente ocupado funcionando.

Assim, apesar de existir diversas maneiras de se economizar tempo nas atividades organizacionais, a autora aponta que primeiro deve-se investigar as causas de desperdício, para depois agir, organizando as tarefas.

Melissa Raffoni – conferencista da Sloan School do MIT (Massachusetts Institute of Technology) – como descrito no livro “Assumindo o controle do seu tempo” da Harvard Business School Press, define um plano para a melhor gestão do tempo, em três etapas, a saber:

- 1) Subdividir as responsabilidades profissionais em categorias, tais como: expansão e aprimoramento, gerenciamento de pessoas, responsabilidades diárias e administração.
- 2) Questionar a parcela de tempo que deve ser designada a cada uma das categorias e se dispor a alterar essa alocação, caso seja necessário.
- 3) Confirmar se a designação do tempo de tal empresário está em comum acordo com os objetivos da organização, supervisores e colegas de trabalho; fazendo o que for necessário para colocar o plano em prática.

Vinha e Simões (2007) apontam como estratégias para a gestão do tempo:

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Identificação e redução de focos de distração;</li> <li>2) Aprender a delegar tarefas;</li> <li>3) Vencer a fadiga;</li> <li>4) Estabelecer objetivos e definir prioridades;</li> <li>5) Estabelecer horários semanais e diários;</li> <li>6) Rever sistematicamente os horários para fazer ajustes, caso necessário;</li> <li>7) Usar os ritmos biológicos a favor;</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>8) Otimizar o ambiente de trabalho;</li> <li>9) Dizer “não” a interrupções e saber gerir terceiros;</li> <li>10) Não desperdiçar o seu tempo nem o de outros;</li> <li>11) Definir uma rotina;</li> <li>12) Não levar trabalho pra casa;</li> <li>13) Vencer a procrastinação;</li> <li>14) As reuniões deverão ser curtas, eficazes e preparadas</li> <li>15) Evitar perfeccionismo; e,</li> <li>16) Ser flexível.</li> </ol> |
|---|---|

Hoover (2009) acredita que as seguintes ferramentas de fluxo de trabalho auxiliam a melhor gestão do tempo:

- 1) Desenvolver metas de longo prazo
- 2) Estabelecer Objetivos
- 3) Criar uma lista de tarefas a realizar
- 4) Começar a agir
- 5) Repetir Diariamente

Dessa forma, aglutinando os apontamentos dos autores estudados, o gestor não deve só seguir uma série de instruções para melhor administrar o seu tempo, mas ele deve ter a consciência da importância do seu tempo para si e para os outros; para assim, agir localmente pensando globalmente; trazendo benefícios pessoais a sua própria qualidade de vida, contribuindo para o melhor desempenho da organização em que atua.

## 5. METODOLOGIA

O trabalho consistiu num estudo descritivo, de abordagem quantitativa e qualitativa, realizado junto aos gestores de dois setores produtivos (serviços e comércio) das micro e pequenas empresas da cidade João Pessoa – PB. Foram realizadas entrevistas individuais, de caráter semi-estruturado, desenvolvidas através de um roteiro de perguntas - questionário –, de maneira a permitir uma maior flexibilidade de respostas por parte dos entrevistados. Cada entrevista foi agendada previamente; foi informado aos gestores os objetivos da entrevista e aplicação do questionário, além da importância do teor das informações concedidas, sendo estas estritamente relacionadas à gestão do tempo por parte do empresário entrevistado. As informações fornecidas pelos entrevistados foram coletadas através de anotações e com uso de questionário. Para a composição da amostra se usou uma abordagem não-probabilística intencional, sendo relacionados 20 gestores (10 de cada setor produtivo estudado). A abordagem quantitativa ocorreu no sentido de perceber a dimensão percentual de gestores que utilizam práticas de gestão do tempo e qual a representatividade de cada uma das práticas adotadas, dentro de cada setor: serviços (10) e comércio (10). No que se refere à abordagem qualitativa desta pesquisa, a mesma ocorreu no sentido de compreender a utilidade da aplicação diária de práticas de gestão do tempo na otimização das atividades executivas.

## 6. ANÁLISE DOS DADOS

Como o objetivo principal do estudo foi investigar as estratégias utilizadas por executivos de micro e pequenas empresas de setores produtivos (comércio e serviços), na cidade de João Pessoa, para gerir o tempo (recurso não-renovável mais precioso dos dias atuais), para análise dos dados foram divididos os gestores abordados (20) em: Gestores de Comércio (C1 a C10) e Gestores de Serviços (S1 a S10).

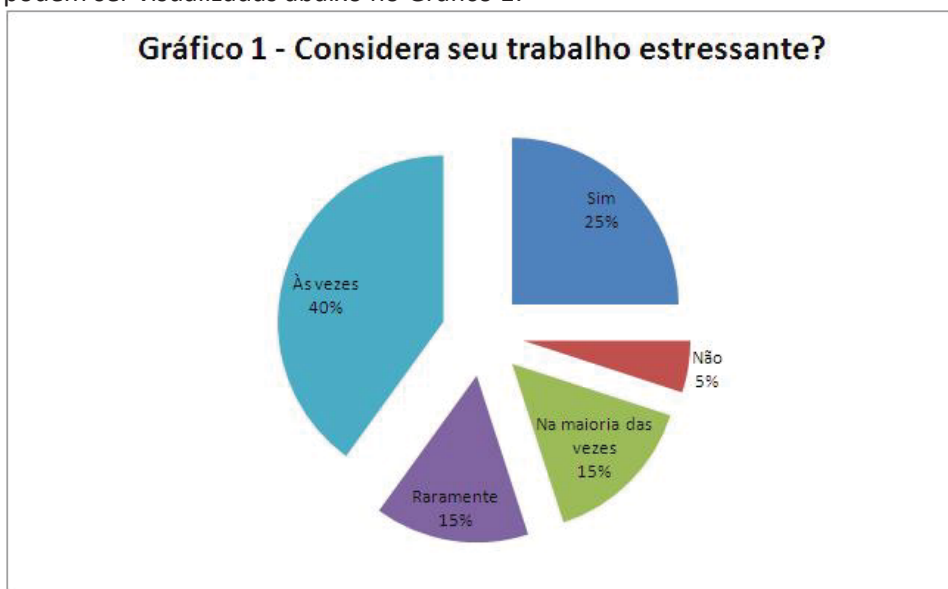
Observou-se que 60% (6) dos gestores de comércio são do sexo feminino enquanto que 40% (4) são do sexo masculino. Enquanto que 60% (6) dos gestores de serviços são do sexo masculino e 40% (4) do sexo feminino. No total, tem-se que 50% (10) de todos os gestores entrevistados (comércio e serviços) são do sexo masculino e 50% (10) do sexo feminino.

No que se refere a análise sócio-demográfica (idade) dos entrevistados, 50% (5) dos gestores de comércio apresentam idade entre 26 e 35 anos; 30% (3) detêm mais de 46 anos e 20% (2) estão entre 36 e 45 anos de idade. Enquanto que 40% (4) dos gestores de serviços estão entre 36 e 45 anos; outros 40% (4) detêm mais de 46 anos e 20% (2) apresentam idade entre 26 e 35 anos de idade. Sendo assim, no geral, tem-se que 35% (7) dos entrevistados detêm idade entre 26 e 35 anos; outros 35% (7) detêm

mais de 46 anos e 30% (6) estão entre 36 e 45 anos. Nenhum gestor abordado dos dois setores produtivos estudados (comércio e serviços) apresentou idade entre 18 e 25 anos de idade.

60% (6) dos gestores de comércio entrevistados gerenciam o empreendimento em que se encontram atualmente a mais de 2 anos; 30% (3) gerenciam faz de 6 a 12 meses e 10% (1) de 12 a 24 meses. Dentre os gestores de serviços tem-se que 70% (7) gerenciam o empreendimento em que se encontram atualmente a mais de 2 anos; 20% (2) faz de 12 a 24 meses e 10% (1) gerenciam a menos de 6 meses. Dessa forma, conclui-se que dentre todos os entrevistados, independente do setor produtivo, 65% (13) gerenciam o empreendimento em que se encontram atualmente a mais de 2 anos; 15% (3) gerenciam faz de 12 a 24 meses, outros 15% (3) gerenciam faz de 6 a 12 meses e 5% (1) gerenciam a menos de 6 meses.

Os gestores foram abordados na intenção de averiguar se os mesmos consideravam seus respectivos trabalhos estressantes. As respostas, no geral, dos executivos, desconsiderando setores produtivos, podem ser visualizadas abaixo no Gráfico 1:



Considerando os setores produtivos, tem-se que: 30% (3) dos gestores de comércio, de acordo com os dados tabulados, consideram na maioria das vezes seus trabalhos estressantes; outros 30% (3) acreditam que só às vezes seus trabalhos são estressantes. 20% (2) dizem que seus trabalhos raramente são estressantes e apenas 10% (1) afirmam que seus trabalhos não são estressantes. No que corresponde aos gestores de serviços, os dados tabulados apontam que 50% (5) dos mesmos só consideram seu trabalho estressante às vezes. 30% (3) afirma que seus trabalhos são sim estressantes e 20% (2) dizem que seus trabalhos raramente são estressantes.

Os entrevistados também foram questionados quanto as tentativas de gestão do tempo. As opções de resposta eram: Sim, Não, Na maioria das vezes, Raramente ou Às vezes. O resultado generalizado (independente do setor produtivo) foi o apontado pelo Gráfico 2 (abaixo).



Delimitando as respostas por setor, tem-se que: 100% dos gestores de comércio e 90% dos gestores de serviços dizem tentar gerir o tempo disponível.

Quanto a realização das atividades dentro do tempo previsto, 50% (5) dos gestores de comércio afirmam conseguir realizar suas atividades no tempo previsto; 30% (3) dizem que na maioria das vezes consegue realizar suas atividades no tempo previsto e dos 20% (2) restantes, 10% (1) diz que às vezes consegue realizar suas atividades no tempo previsto e 10% (1) reconhece não conseguir realizar suas atividades no tempo previsto. 50% (5) dos gestores de serviços afirmam conseguir, na maioria das vezes, realizar suas atividades no tempo previsto; 30% (3) dizem que conseguem realizar suas atividades no tempo previsto e os 20% (2) restantes apontam que às vezes conseguem realizar suas atividades no tempo previsto. Dessa forma, 40% da amostra dessa pesquisa (8 gestores) afirmam conseguir realizar suas atividades no tempo previsto; outros 40% (8) informam que na maioria das vezes conseguem realizar suas atividades no tempo previsto. 15% (3) dizem que às vezes é que conseguem realizar suas atividades no tempo previsto e apenas 5% (1) reconhecem não conseguir realizar suas atividades no tempo previsto.

100% (10) dos gestores de comércio e 90% (9) dos gestores de serviços dizem estabelecer objetivos/prioridades. Apenas 5% (1) de todos os gestores abordados afirmam não estabelecer objetivos/prioridades.

65% (13) de todos os entrevistados alegam delegar tarefas com facilidade. Nenhum dos entrevistados afirmou não delegar tarefas com facilidade. 15% (3) disseram que na maioria das vezes delegam tarefas com facilidade. Dos 20% (4) restantes, 10% (2) dizem que raramente delegam tarefas com facilidade e 10% (2) dizem que às vezes delegam tarefas com facilidade.

As seguintes declarações foram apresentadas aos gestores entrevistados:

- |   |   |
|---|---|
| A. Não tenho tempo pra nada.  | M. Sou uma pessoa ansiosa, sofro por antecipação.     |
| B. Meu trabalho é minha vida.   | N. Procuo realizar reuniões curtas e eficazes.        |
| C. Organizo minhas atividades de acordo com uma ordem de prioridades. | O. Não levo trabalho pra casa.                        |
| D. Delego tarefas.  | P. Tenho tempo pra minha família.                     |
| E. Meu tempo é dinheiro.  | Q. Não durmo bem. Estou sempre cansado (a).           |
| F. O dia não tem horas suficientes.                                   | R. Sempre estabeleço objetivos.                       |
| G. Sou uma pessoa desorganizada.                                      | S. Procuo identificar e minimizar focos de distração. |
| H. Me distraio com facilidade.  | T. Tenho atividades de lazer, <i>hobbies</i> .        |
| I. Sou perfeccionista.  | U. Procuo ter um tempo só pra mim.                    |
| J. Eu adio, com frequência, minhas atividades.                        | V. Sou uma pessoa relativamente calma, serena.        |
| K. Receio constantemente o insucesso das minhas ações.                |   |
| L. Evito perfeccionismo e tento ser flexível.                         |   |

A seguir foi requerido que os mesmos apontassem as descrições que eles consideravam melhor descrever suas situações atuais. A Tabela 1 aponta o resumo dos resultados.

Tabela 1 – Declarações que os entrevistados consideravam melhor descrever suas situações atuais

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
A		x	x	x																
B			x												x					
C	x			x		x		x	x	x	x		x	x	x			x		x
D	x			x	x	x		x	x		x		x	x			x			x
E				x						x		x					x			
F		x																x		
G		x	x	x												x				
H																				
I					x													x		x
J				x												x				
K				x														x		
L				x	x		x			x	x					x	x			x
M				x												x		x		
N	x	x			x	x	x	x		x			x						x	x
O	x			x	x	x		x	x	x										
P					x			x	x	x	x		x	x				x	x	x
Q		x																x		
R		x	x		x	x	x	x	x	x	x		x		x			x		
S								x					x	x						
T		x	x	x	x			x	x	x			x	x	x					x
U			x	x	x	x			x				x			x			x	x
V	x				x		x	x	x	x	x		x	x	x			x	x	

De acordo com a Tabela 1 (acima), tem-se que: 15% (3) de todos os entrevistados afirmam não ter tempo pra nada e 10% (2) disseram que seus trabalhos são suas vidas. No entanto, 60% (12) alegam organizar suas atividades de acordo com uma ordem de prioridades. 55% (11) Delegam tarefas. 20% (4) corroboram o pensamento de que tempo é dinheiro. 10% (2) dizem que seus dias não têm horas suficientes para realizarem tudo o que necessitam fazer. 20% (4) admitem serem pessoas desorganizadas.

Nenhum dos entrevistados afirmou se distrair com facilidade. 15% (3) se consideram perfeccionistas. 10% (2) apontam que adiam, com freqüência, atividades. 10% (2) dizem reear constantemente o insucesso de suas ações.

40% (8) tentam evitar perfeccionismos e tentam ser flexíveis. 15% (3) afirmam serem pessoas ansiosas, que sofrem por antecipação. 50% (10) procuram realizar reuniões curtas e eficazes. 35% (7) dizem não levar trabalho pra casa e 50% (10) afirmam ter tempo pra família.

10% (2) não dormem bem, dizem estar sempre cansados. 60% (12) apontam sempre estabelecer objetivos. 15% (3) procuram identificar e minimizar focos de distração. 55% (11) dos entrevistados afirmam ter atividades de lazer, *hobbies*. 45% (9) procuram ter um tempo só pra eles e 60% (12) dizem serem pessoas relativamente calmas, serenas.

Dando continuidade a entrevista, as seguintes estratégias de gestão do tempo foram apresentadas para os executivos abordados:

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Identificação e redução de focos de distração;</li> <li>b. Aprender a delegar tarefas;</li> <li>c. Vencer a fadiga;</li> <li>d. Estabelecer objetivos e definir prioridades;</li> <li>e. Estabelecer horários semanais e diários;</li> <li>f. Rever sistematicamente os horários para fazer ajustes, caso necessário;</li> <li>g. Usar os ritmos biológicos a favor;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>h. Otimizar o ambiente de trabalho;</li> <li>i. Dizer “não” a interrupções e saber gerir terceiros;</li> <li>j. Definir uma rotina;</li> <li>k. Não levar trabalho pra casa;</li> <li>l. Vencer a procrastinação (adiamento de atividades a realizar);</li> <li>m. Evitar perfeccionismo;</li> <li>n. Ser flexível.</li> </ul> |
|---|---|

Após a apresentação, questionou-se quais os gestores consideram mais úteis para gerir o tempo. De todos os entrevistados, 75% (15) consideram Estabelecer objetivos, definir prioridades e Estabelecer horários semanais e diários como estratégias úteis na gestão do tempo; 65% (13) apontam a Otimização do ambiente de trabalho; 55% (11) Ser flexível e Aprender a delegar tarefas;

45% (9) apontam a Revisão sistemática dos horários para fazer ajustes, caso necessário, como estratégia útil na gestão do tempo; 40% (8) apontam não levar trabalho pra casa, vencer a procrastinação (adiamento de atividades a realizar) e a identificação e redução de focos de distração como estratégias úteis na gestão do tempo.

Por fim, 35% (7) elencaram a Definição de uma rotina; 25% (5) a vitória sobre a fadiga; 15% (3) Dizer “não” a interrupções e saber gerir terceiros; E 10% (2) Usar os ritmos biológicos a favor e Evitar perfeccionismo;

Para finalizar, foi questionado aos gestores que estratégias eles realmente utilizavam para gerir o tempo. 65% (13) dos gestores abordados estabelecem objetivos e definem prioridades; 60% (12) Estabelecem horários semanais e diários; 55% (11) dizem ser flexíveis. 55% (11) Otimizam o ambiente de trabalho e 45% (9) não levam trabalho pra casa; 40% (8) vencem a fadiga e definem uma rotina.

30% (6) dos gestores entrevistados tentam aprender a delegar tarefas e vencer a procrastinação (adiamento de atividades a realizar); 25% (5) Evitam perfeccionismo, identificam e reduzem focos de distração; 20% (4) Revisam sistematicamente os horários para fazer ajustes, caso necessário e 15% (3) usam os ritmos biológicos a favor, dizem “não” a interrupções e sabem gerir terceiros;

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de tudo que foi apontado anteriormente na análise de dados, verificou-se que há utilização, por parte de gestores de micro e pequenas empresas de João Pessoa-PB, de estratégias para gestão do tempo. Tal utilização ocorre no sentido de obter melhores resultados de desempenho, seja no que se refere às necessidades de produção organizacionais seja no que se refere à qualidade de vida dos empresários estudados.

No entanto, como pode vir a ocorrer com qualquer habilidade gerencial, aprender a controlar o tempo exige bastante esforço e treinamento por parte dos gestores. Tolerância quanto à experimentação e aos erros também se faz muito importante, pois é preciso bastante disposição para examinar e discernir, entre as muitas técnicas existentes, aquelas que melhor se adequarão a cada caso organizacional.

## 8. REFERÊNCIAS

**Assumindo o controle do seu tempo.** Harvard Business School Press; tradução Eduardo Lassere. – Rio de Janeiro : Elsevier, 2007 – 2ª reimpressão.

COSTA, Daniel de Sousa; CUNHA, Dayse Moreira. **A gestão do tempo na atividade real de trabalho – articulações de lógicas e imposições de ritmos.** Disponível em:  
[http://www.senept.cefetmg.br/galerias/Arquivos\\_senept/anais/quarta\\_tema6/QuartaTema6Artigo4.pdf](http://www.senept.cefetmg.br/galerias/Arquivos_senept/anais/quarta_tema6/QuartaTema6Artigo4.pdf)  
f. Acessado em: 10 de junho de 2010

GONÇALVES, Simone de Siqueira. **Administração do Tempo para os Executivos nos Dias atuais.** Disponível em: <http://www.oswaldocruz.br/download/artigos/social20.pdf>. Acessado em: 10 de junho de 2010

HOOVER, John. **Tempo: Estabeleça prioridades e torne sua equipe mais produtiva.** Editora Senac Rio – Rio de Janeiro : 2009.

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. **Administração – Princípios e Tendências.** Editora Saraiva – São Paulo : 2006.

VINHA, Marco P. da. SIMÕES, Rita Couceiro Mendes. **Gestão do Tempo.** Instituto Superior de Engenharia de Coimbra – Departamento de Engenharia Civil : 2007.

WEBBER, Ross A. **Um Guia para a Administração do Tempo.** São Paulo: Maltese, 1989.



## GESTÃO FEMININA E A AS MULHERES EMPRESÁRIAS, UM ESTUDO EM CAXIAS-MA

Raimundo Nonato Assunção de Sousa<sup>1</sup>, César Augusto de Albuquerque Araújo<sup>2</sup> e Madson Evandro da Silva Melo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Caxias, <sup>2</sup>Instituto Federal do Maranhão – Campus Codó e <sup>3</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Caxias

raimundofilho@ifma.edu.br – cesaralbuquerque@ifredenete.edu.br - madson.melo@ifma.edu.br

### RESUMO

A prática empreendedora é essencial para o desenvolvimento econômico e financeiro de uma região, tempos atrás essa prática estava restrita aos homens, porém estar se vivendo uma modificação nessa perspectiva, cada vez mais as mulheres estão ocupando altos cargos e dirigindo grandes empresas. Essa pesquisa busca estudar o empreendedorismo feminino na cidade de Caxias-Ma, demonstrando os principais fatores que contribuem para as mulheres ingressarem no mundo dos negócios, além de evidenciar as principais dificuldades e desafios enfrentados por essas mulheres no mundo empresarial de Caxias. Através da aplicação de um questionário, foram ouvidas mais de 15 empreendedoras de diferentes ramos e atividades da cidade. A tabulação e análise das respostas obtidas através do questionário demonstraram diversos aspectos que norteiam e direcionam as mulheres empreendedoras no município. Nesse estudo foi possível exemplificar casos de empreendedoras de sucesso, diferentes mulheres que se tornaram empresárias e que hoje são destaque no município através da grande relevância de seus empreendimentos para a economia da cidade.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, crescimento, dificuldades, desafios.

## 1. INTRODUÇÃO

Um dos principais fatores para o desenvolvimento de um país ou região é a organização e estruturação de suas organizações empresariais, a prática empreendedora é essencial, capaz de propôr e introduzir inovações, produzindo prosperidade e riqueza no contexto econômico, principalmente pelo fato do empreendedorismo se destacar como uma das bases fundamentais para que se compreenda o processo da criação de riquezas e ciclos de crescimento econômico.

Segundo Dornelas (2001) o empreendedor é um indivíduo que toma a iniciativa de combinar recursos físicos e humanos para produzir bens ou serviços em uma empresa com ou sem fins lucrativos. Aqueles que gostam de empreender são pessoas inovadoras, que tentam introduzir novos produtos, serviços, técnicas de produção e até mesmo novas formas de organização, tomando as decisões que irão nortear o futuro do negócio, assumindo não só riscos pessoais, mas também dos investidores e de todos os envolvidos em seu negócio. Outros conceitos de empreendedorismo estão relacionados com características daqueles que tem habilidade para criar, renovar, modificar, implementar e conduzir empreendimentos inovadores.

A economia brasileira vem crescendo de forma gradativa nos últimos anos, juntamente com esse crescimento econômico se desenvolvem e se organizam cada vez mais as empresas do país, nesse contexto a cada ano aumenta também a representatividade feminina. Este é mais um valoroso papel exercido pelas notáveis mulheres brasileiras, que vem se somar ao seu já extraordinário desempenho como avós, mães, esposas, irmãs, filhas. Assim, para elas, o empreender, o nosso empreendedorismo, vem se traduzindo também como mais um exercício diário de labuta e fervorosa fé em Deus, na vida e na busca de momentos felizes das mulheres do Brasil e em especial da cidade de Caxias-MA.

Existe uma notoriedade econômica exercida pelas empresas comandadas por mulheres na cidade, atualmente existem muitas empresas geridas por mulheres, sendo que existe um percentual considerado desses empreendimentos na princesa do sertão que ocupam lugar de destaque no cenário econômico na cidade.

Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo analisar as principais dificuldades e as grandes conquistas das empreendedoras de Caxias-MA, mostrando como vem ocorrendo a evolução sócio-econômica na cidade em relação a essa temática, a qual acaba levando uma mulher a empreender na cidade e, como essas dificuldades ao longo do tempo foram se tornando em oportunidades para o desenvolvimento de grandes negócios na região. Demonstrando dessa forma, as grandes conquistas e os exemplos de sucesso existentes dentro do empresariado feminino local.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

No Brasil, o desenvolvimento e organização das empresas ganharam significância a partir do final dos anos 80, justificado pela abertura da economia que proporcionou a criação de entidades de estímulo e orientação para criação e manutenção das empresas como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE.

O termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada, em função do ambiente político e econômico nada propício do país. Porém, não significa que não existiram empreendedores, deve-se salientar que muitos visionários atuaram em um cenário obscuro, deram tudo de si, mesmo sem conhecerem formalmente finanças, marketing, organização e outros conteúdos da área empresarial.

De acordo com Dornelas (2001) apesar do pouco tempo de difusão da prática dos negócios, o Brasil começou a estabelecer ações grandes programas de ensino e aprendizagem sobre as organizações e a

prática empreendedora, potencializando o país no cenário mundial. Diversas práticas começam a se voltar para o desenvolvimento dos negócios na economia nacional, ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de milhares empreendedores em todo país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores.

Esses programas de desenvolvimento já começam a refletir com número sobre a atividade empreendedora do Brasil, existe um nível relativamente alto de atividade empreendedora: a cada 100 adultos, 14,2 são empreendedores, colocando-o em quinto lugar do mundo. No entanto, 41% deles estão envolvidos por necessidade e não por oportunidade; quanto a atividade feminina, as mulheres brasileiras são bastante empreendedoras: a produção é de 38%, a maior entre os 29 países participantes do levantamento; mesmo levando em consideração a intervenção governamental, apesar de diminuída, mas ainda se manifesta como um fardo burocrático.

Para Júlio (2002) a presença cada vez maior das mulheres no mundo dos negócios está relacionada com diversos fatores, dentre eles a ampliação da disponibilidade de capital no Brasil, apesar de muitos empreendedores brasileiros ainda sentirem o capital como algo difícil e de custo elevado para se obter. Nos países desenvolvidos, é perfeitamente comum o financiamento de imóveis, com planos que levam de dez a trinta anos para serem liquidados.

Em séculos de mudanças sociais, culturais e políticas, nenhuma foi tão intensa como as transformações ocorridas na história feminina. Se a humanidade olhar para trás e compreender historicamente esse processo, poderá e até ficará perplexo ao ver a profunda transformação ocorrida na vida das mulheres. Após a luta pelo seu espaço na sociedade, a mulher realizou reivindicações pelo direito do voto, igualdade social, conquista do mercado de trabalho e seus direitos trabalhistas, fazer protestos em praça pública para mostrar a revolta à condição de inferioridade, sendo considerada uma verdadeira vencedora, símbolo do amor, da vida e da potencialização do trabalho.

A mulher é um elemento biológico e social, fundamental, em função de sua “força” e ousadia, a mulher batalha pelo que deseja e hoje tem a possibilidade de conquistar seu lugar na vida profissional, social e familiar, fazendo história na sociedade, ocupando posições igualitárias aos dos homens, rompendo barreiras, preconceitos e obstáculos.

Sobre a distinção de capacidades de gênero imposta às mulheres, Gomes 2005 afirma que ainda existem barreiras relacionadas à questão de gênero-herança cultural sexista que sustenta que o lugar da mulher é em uma casa cuidando das tarefas domésticas e criação dos filhos. Portanto, enfrentam essas condições-ser mulher, mãe e empreendedora - exige força para dar conta do acúmulo de funções.

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi desenvolvido na cidade de Caxias-MA. A realidade sócio-econômica presente na região é voltada para o setor terciário. O Município apresentou nos últimos anos um significativo crescimento no setor de comércio e serviços, a exemplo dessa representatividade foi o destaque da cidade de Caxias apontado em uma edição no ano de 2010 pela Veja, a maior revista do país, que destaca a cidade de Caxias dentre os municípios que mais crescem no Brasil. De acordo com a publicação, a Princesa do Sertão Maranhense é considerada destaque, sobretudo em razão de sua vocação para o comércio, tendo como ponto fundamental sua localização privilegiada na região leste do estado do Maranhão.

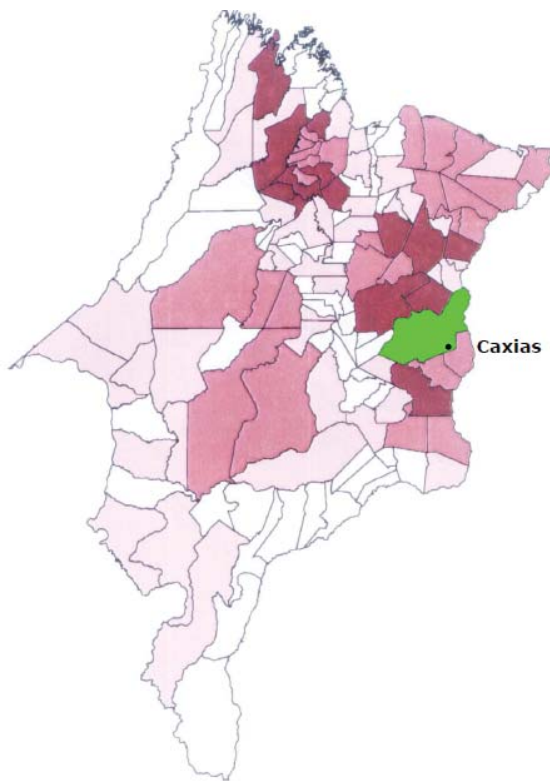


Figura 1. Localização geográfica do município de Caxias – MA, adaptado de Almeida e Neto, 2004.

Quanto ao tipo de pesquisa adotada na elaboração do estudo, foi utilizado o trabalho de campo, através da pesquisa qualitativa. Segundo Cervo (2002, p. 74) a pesquisa qualitativa “procura descobrir, com a precisão possível, a freqüência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características”. Foi estudado um grupo de pessoas que possuem uma representatividade dentro de um grupo maior, dessa forma a pesquisa será qualitativa, realizada através da descrição exploratória, com o objeto pesquisado e os reflexos de seus fenômenos no mercado caxiense.

O estudo foi feito no ambiente das micro-empresas de Caxias-MA, com mulheres que comandam ou possuem alguma influência na estruturação de empreendimento comercial ou prestador de serviço, levando em consideração a importância e relevância da idealização e gestão feminina nos empreendimentos pesquisados.

Foram pesquisados 15(quinze) empreendimentos de propriedade de mulheres ou onde a responsabilidade administrativa e financeira maior seja de uma gestora, tanto ele de atividade empresarial ou prestação de serviços. Os dados foram coletados através de um questionário com 10(dez) perguntas fechadas e 03(cinco) perguntas abertas elaboradas pelo pesquisador e distribuídas em duas partes distintas.

A primeira parte tratava dos dados sócio-demográficos e também relacionados á formação profissional. Já a segunda parte abordou itens sobre as principais dificuldades vivenciadas pelas mulheres empreendedoras de Caxias-MA e as qualidades utilizadas na transposição dessas dificuldades na vida empresarial.

Os resultados da pesquisa foram tabulados e organizados em planilha eletrônica Microsoft® Excel, onde foi elaborada uma sequência gráfica para melhor análise das respostas dos questionários.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Dentre as mulheres de negócio do município, a faixa etária predominante está acima dos 36 anos de idade, dentre a amostra, 70% está entre 36 e 41 anos e 30% se encontra com idade acima de 41 anos. Quanto ao nível de escolaridade, constatou-se que metade delas possui o grau superior no seu nível de escolaridade, sendo que praticamente não existem empreendedoras com qualificação educacional básica.

Outro dado importante foi que a continuidade da escolaridade dessas mulheres de negócio em Caxias evoluiu com o tempo. O tempo em que a empreendedora teve a idéia de colocar sua empresa foi analisado na pesquisa, levando em conta o ano do surgimento da idéia e da constituição da empresa, nesse parâmetro 90% das entrevistadas já trabalham por conta própria há mais de 10 anos na cidade e 10% montaram sua empresa entre 8 e 10 anos atrás, percebendo assim, que boa parte do início dos investimentos foram feitos no final da década passada, no aspecto de desenvolvimento econômico, esse período coincide com as privatizações no país e em especial de algumas empresas no Maranhão como: Bancos do Estado, Companhias de Energia, Empresas Públicas, etc.

Quanto aos aspectos motivadores que levaram as mulheres a empreender no município de Caxias-Ma, estão o desejo em assumir responsabilidades e ser independente, mais de 1/3 das entrevistadas procuraram abrir sua empresa pensando na conquista da sua independência financeira, seguidas pela motivação de aumentar os rendimentos e pela vislumbração de uma oportunidade de mercado para o empreendimento, apenas 9% das empreendedoras ouvidas resolveram empreender porque tinham sido demitidas e queriam investir os direitos trabalhistas.

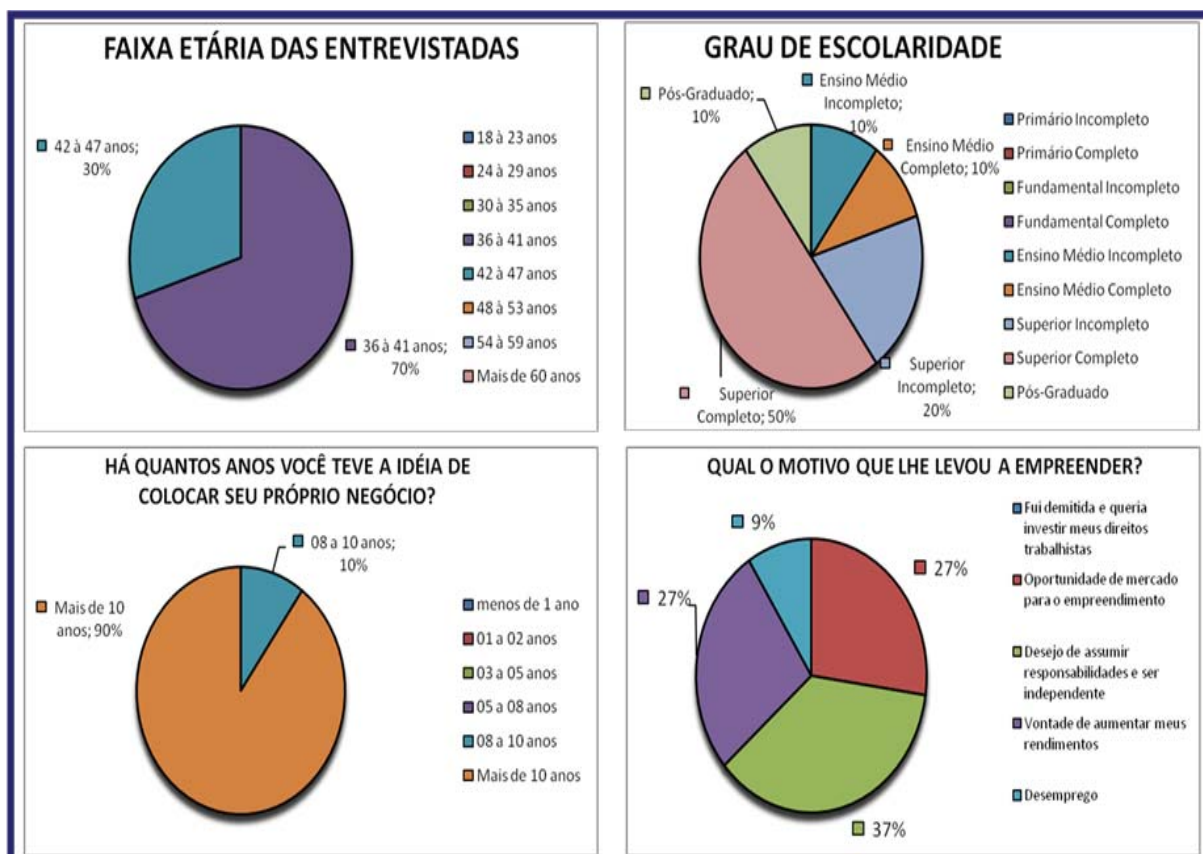


Figura 2. Empresárias de Caxias-MA entrevistadas nos meses de julho e agosto de 2011.

De acordo com Dornelas (2001) antes de tomar a decisão de empreender é essencial se fazer uma pesquisa de mercado sobre o ramo de atividade que se deseja atuar, um empreendedor de sucesso precisa estar munido das alternativas positivas e negativas que seu futuro empreendimento poderá passar nas modificações e alterações do mundo empresarial. Sobre um estudo de mercado, essa

pesquisa constatou que metade das entrevistadas fizeram uma pesquisa de mercado antes de fazer seu investimento.

Outra decisão fundamental para o sucesso de um empreendimento é a opção do ramo de atividade em que se pretende empreender, o qual pode ser motivado por diversos fatores, das mulheres entrevistadas 46% justificaram a escolha da atividade empresarial através de ver o negócio como uma oportunidade de mercado, pois na cidade existem poucas ou quase nenhuma empresa no ramo de atuação, outra parte das entrevistadas trilharam por outros caminhos no momento da escolha, 18% empreenderam por motivação pessoal; sempre quiseram trabalhar com esse tipo de produto ou serviço, outras 18% das mulheres ouvidas apenas continuaram uma empresa que a família já trabalhava, 9% delas escolheram a atividade empresarial baseada na necessidade de pouco capital para se começar o negócio e outras 9% decidiram por acaso.

Durante muito tempo as empresas eram comandadas estritamente por homens, as mulheres apenas exerciam um papel discreto no mundo empresarial, com o passar dos anos essa realidade mudou, porém as mulheres muitas vezes enfrentaram resistência de parte da sociedade quanto ao sucesso e concorrência de forma igual com os empreendimentos liderados por homens, sobre essa temática esse estudo apontou que 70% das empreendedoras caxienses acreditam que suas empresas podem concorrer de forma igual com aquelas comandadas por homens, apenas 30% aceitam que as empreendedoras sofrem uma diferenciação por questões do tipo de sexo.

O sexo feminino é tido como sexo frágil, este estudo procurou ouvir das entrevistadas os principais riscos pertinentes ao seu ramo empresarial em que atuam, 20% afirmaram que o principal risco ao qual a mulher se expõe ao se envolver no mundo dos negócios é a falta de conhecimento técnico para atuar na área do empreendimento em que trabalha, a outra parte, cerca de 80% delas, afirmaram que não vêm nenhum risco em trabalhar com o tipo de produto ou serviço que resolveram oferecer no mercado.

Quanto ao fracasso ou sucesso dos empreendimentos femininos, existem vários fatores que podem ser associados, uma empresa bem gerida e administrada tem uma perspectiva maior de crescer e se manter no mercado. As empresárias de Caxias citaram três características enquanto mulheres para o sucesso de seus empreendimentos, 57% acreditam que para uma empreendedora obter sucesso é necessário que se conheça de forma bem detalhada a natureza do negócio em que atua e que se adéque de forma regular as modificações existentes no mercado, 29% afirmaram que o sucesso empresarial das mulheres é resultado dela possuir habilidades humanas e saber ponderar os seus papéis de mãe; empresária; dona de casa; esposa; etc, outras 14% assumem que o sucesso das mulheres é fruto da especialização e do conhecimento técnico a respeito do tipo de produto ou serviço que ela trabalha.

Sobre as dificuldades vivenciadas pelas empreendedoras de Caxias-MA, 35% afirmaram que não enfrentam nenhum tipo de dificuldade em assumir diferentes atividades, no entanto 65% assumem que é difícil responder as cobranças do acúmulo de tarefas e atividades como empresárias e mulher, dentro das dificuldades apontadas, mais da metade das empreendedoras que responderam Sim, apontaram como principal problema na execução de suas tarefas a falta de tempo para ser ao mesmo tempo mãe, esposa e empresária.

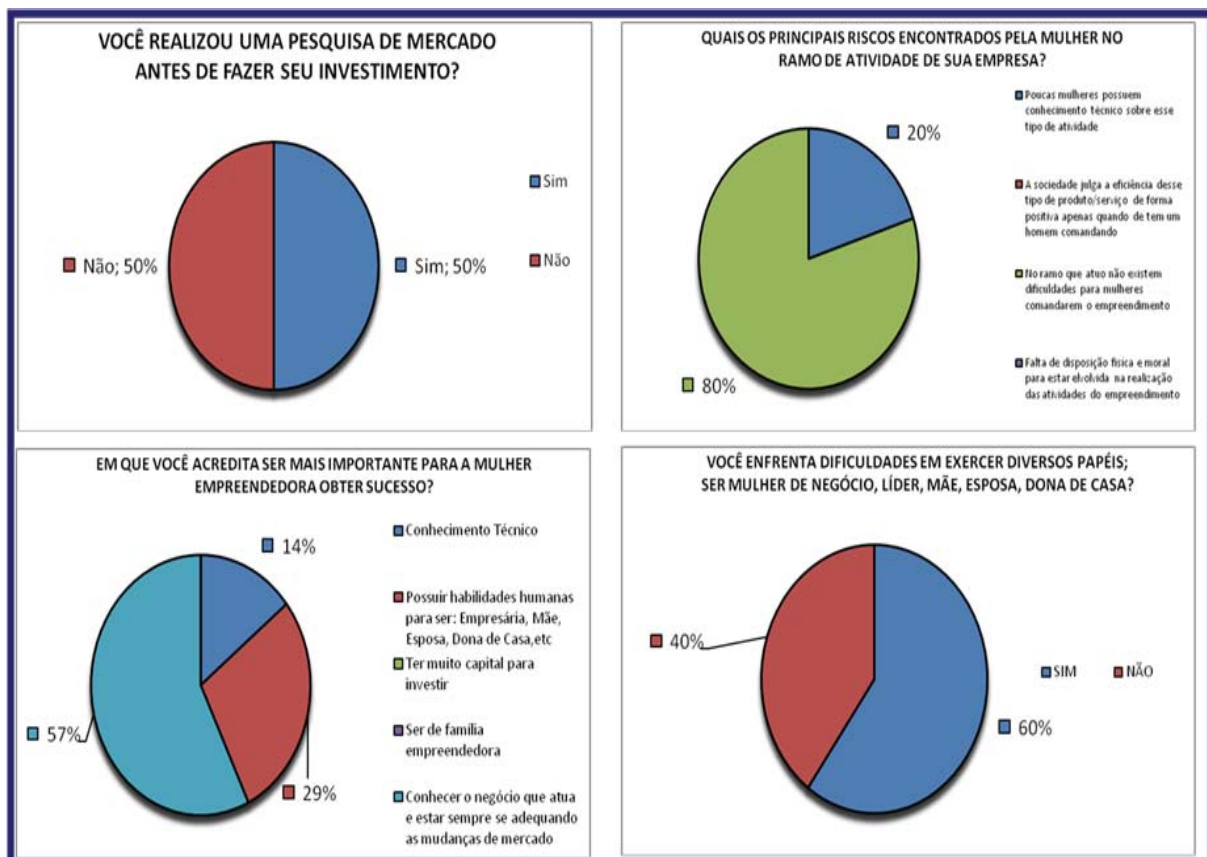


Figura 3. Empresárias de Caxias-MA entrevistadas nos meses de julho e agosto de 2011.

## 5. CONCLUSÃO

Com base nos dados obtidos através da aplicação dessa pesquisa, constatou-se que as empreendedoras de Caxias-MA possuem características marcantes: são inúmeras adversidades superadas, grande foco e determinação no trabalho, persistência na realização dos sonhos, seriedade no que se propõe a fazerem, batalhas diuturnas na superação de obstáculos e perseverança na busca e realização de um ideal. A experiência em ser mulher de negócio proporciona satisfação às mulheres caxienses, pois desemboca em um sentimento de realização e conquista de espaço, refletindo-se em um aumento considerável da auto-estima feminina. Outra consequência positiva do sucesso das empreendedoras passa pelos resultados de independência ao ter seu próprio empreendimento, além da autonomia e liberdade para tomar decisões e desenvolver novas idéias.

Essas características demonstram que as mulheres de negócio em Caxias caminham no mesmo sentido da evolução que passa a sociedade em geral, onde existe o distanciamento feminino das atividades domésticas rumo a aproximação com o mundo empreendedor.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. Metodologia Científica. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

COUTINHO, M. L. (2003). Quando o executivo é uma “dama”: a mulher, a carreira e as relações familiares. Em T. F. Carneiro (Org.), Família e casal: arranjos e demandas contemporâneas (pp. 57-77).

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

FILION, Luis Jacques. Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios. Revista USP – Revista da Administração, São Paulo, 1999.

GIL. Antonio Carlos, 1946. Como elaborar projeto de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Almiraiva. Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências. 2005 Volume: 04

GRION, Laurinda: Mulher: O caminho para o sucesso – ultrapassando barreiras e atingindo objetivos. São Paulo. Ed. Vida e Consciência.2002.

PROBST, Elisiane Renata. A evolução da mulher no mercado de trabalho. Santa Catarina: Instituto Catarinense de Pós Graduação, 2004.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2000.

SCHUMPETER, J.A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

VERUCCI, florisa: O direito da mulher em mutação – os desafios da igualdade. Belo Horizonte. Ed. Del Rey, 1999.

WEEKS, J. R. & D. Seiler (2001) Women’s Entrepreneurship in Latin America: An Exploration of Current Knowledge. Washington, DC: Inter-American Development Bank.



## IMPLEMENTAÇÃO DO *BALANCED SCORECARD* EM UMA EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

L. C. Soares<sup>1</sup>; T. L. S. Alves<sup>2</sup>; S. A. E. Maia<sup>3</sup>; A. R. A. D. Soares<sup>4</sup> e E. C. B. Oliveira<sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus João Pessoa  
lidiacsoares@gmail.com – thais\_lopes@hotmail.com – stefanoaem@gmail.com  
raissa\_diniz1@hotmail.com – elainecz@gmail.com

### RESUMO

O *Balanced Scorecard* é uma medida de desempenho que alinha a estratégia em perspectivas, entretanto barreiras na sua implantação podem causar ineficiência no sistema. O presente estudo tem o objetivo de analisar se o BSC foi implementado corretamente na organização, estudando suas perspectivas, as fases de implantação, evidências no funcionamento, apresentar as causas que dificultam a implantação a fim de sugerir melhorias. A pesquisa caracterizou-se como estudo de caso em uma empresa de televisão e rádio difusão com a aplicação de um questionário online composto de 20 questões balanceadas numa escala *Likert* destinados aos gerentes e ao CEO (diretor executivo) da empresa e uma entrevista aberta direcionada a gestora de pessoas. Os resultados do questionário mostram que a comunicação e a demonstração sobre os benefícios do programa foram eficazes, além de treinamento de pessoal. Segundo o resultado dos questionários, esta empresa de comunicação, implementou o BSC muito bem e conseguiu atingir aos objetivos do método. Esses resultados contrariam os resultados da entrevista e a as impressões dos autores in loco.

**Palavras-chave:** barreiras, implementação, *Balanced Scorecard*, mudança organizacional

## 1. INTRODUÇÃO

Na era da Inovação as empresas apenas se sobressairão se investirem e gerenciarem seus ativos intangíveis, substituindo a produção em massa e os serviços e produtos padronizados pela oferta de produtos e serviços inovadores, flexíveis, com eficácia e qualidade e que atenda individualmente as necessidades de clientes-alvo. Essa mudança só acontecerá se houver uma inovação e melhoria de produtos, serviços, processos, colaboradores, no uso de tecnologias de informações e de procedimentos organizacionais, devendo estes estar alinhados estrategicamente.

William Deming apud Amorim (2009) afirma que “Não se gerencia o que não se mede, não se mede o que não se define, não se define o que não se entende, não há sucesso no que não se gerencia”. Afirmarões como essa tornam-se cada vez mais atuais e visionárias. As empresas que não medirem seus desempenhos e desenvolverem sistemas de gestão estratégicos estão à margem de ficarem obsoletas e não atingirem a fatia do mercado tão competitivo. Para tanto, Kaplan e Norton criam o *Balanced Scorecard*, uma ferramenta de processo sistemático que integra medidas derivadas da estratégia a fim de esclarecer, obter consenso, focalizar no negócio, comunicar a toda a organização e obter feedbacks para retroalimentar o sistema de forma a criar políticas corretivas, aperfeiçoando a estratégia.

Muitos estudos já se despendem a cerca do BSC, e muitas empresas tem implantando esse sistema de medição de desempenho, entretanto a forma como têm sido feita essa implantação não é adequada e tem causado distorções como concordam Moreno e Gomes (2007), Guimarães e Silva (2007).

O planejamento, o lançamento, a mobilização e o desenvolvimento de um sistema de medição são de grande complexidade, mesmo assim não se pode negar que a sua sustentação é marcada por um esforço redobrado, principalmente quando esse sistema é imposto pelo grupo do qual a empresa faz parte. Muitas vezes as pessoas não se adaptam a ferramenta ou não entendem a sua importância para um gerenciamento eficaz da organização, isso compromete o desenvolvimento da ferramenta de gestão. Neste sentido torna-se necessário fazer uma revisão de literatura do BSC e suas perspectivas, assim como nas fases de implantação, analisar se o *Balanced Scorecard* foi implementado corretamente na organização, discutindo o processo de mudança na gestão.

## 2. MEDIDAS DE DESEMPENHO

Slack, Chambers e Johnston (2009), dizem que medição de desempenho é o procedimento de quantificar uma ação. Então, uma medida de desempenho é fundamental para criação de um parâmetro de julgamento, onde é possível dizer se uma operação é boa, ruim ou não influi nos resultados e a partir dessas informações basearem as próximas decisões.

## 3. HISTÓRICO E CONCEITUAÇÃO DO *BALANCED SCORECARD*

Foi em 1990, através do patrocínio do Instituto Nolan Norton, unidade de pesquisa da KPMG (prestadora de serviços profissionais), que surgiu a necessidade de realizar um estudo sobre medidas de desempenho que compreendesse as organizações mais modernas, esse que durou um ano e foi testado em várias empresas. A pesquisa tinha o título “*Measuring Performance in Organization of the Future*” ou em português Avaliação de Desempenho em uma Organização do Futuro. O estudo surgiu por ter sido observado que os métodos da época de avaliação de desempenho empresarial estavam ficando ultrapassados por levar em conta apenas os aspectos contábeis e financeiros (KAPLAN; NORTON, 1997). Slack *et al* (2009), trazem uma tradução livre e literal para *Balanced Scorecard* que seria “Ficha de Avaliação Balanceada”.

Segundo Araújo (2010), Robert Kaplan e David Norton, professores da Harvard Business School, divulgaram os resultados da pesquisa com a publicação de um artigo na Harvard Business Review no ano de 1992.

O BSC é definido por Kaplan e Norton (1997) como um novo instrumento que vem suprir a necessidade de unir às medidas de desempenho que surgem da estratégia organizacional adicionando novas perspectivas além da tradicional perspectiva financeira. Os autores acrescentam que o BSC é mais que um novo sistema de indicadores e que o verdadeiro poder do *Balanced Scorecard* só fica evidente quando deixa de ser um sistema de medidas e se transforma num sistema de gestão estratégica.

Francischini e Sousa apud Araújo (2010), dizem que o BSC deve ser compreendido como uma forma de chegar ao gerenciamento estratégico e seria, portanto um sistema de gerenciamento e não apenas um sistema de medição.

O *Balanced Scorecard* vem suprir justamente a lacuna deixada pela maioria dos sistemas gerenciais e a falta de um sistema que retorne feedbacks sobre a estratégia da empresa. É através desses feedbacks que a organização se mantém focado na estratégia e garante a sua realização, tornando-se uma ferramenta essencial para gerenciar na era da informação (KAPLAN; NORTON, 1997).

#### 4. AS PERSPECTIVAS DO BALANCED SCORECARD

Porter apud Kaplan e Norton (2000, pág. 87) descreve que o fundamento da estratégia está nas atividades pré-estabelecidas realizadas com excelência, declarando que: “A diferenciação emana tanto da escolha das atividades como da maneira de executá-las”. Afirma ainda que a posição estratégica deriva de um sistema de atividades, onde cada uma reforça e depende das demais.

O *Balanced Scorecard* é um referencial descritivo e não prescritivo e que se baseia na premissa de hipóteses, ou seja, a organização deve se visualizar no futuro e responder ao presente de acordo com as atividades previstas, portanto a trajetória do BSC envolve uma série de hipóteses. O *Scorecard* possibilita a descrição das hipóteses estratégicas como um conjunto de relações de causa e efeito explícitos, e sujeitos a testes. As hipóteses exigem identificação das atividades que se constituem nos vetores dos resultados almejados. Essa arquitetura do BSC está definida em um conjunto de objetivos e atividades de curto prazo, os vetores, que diferenciarão a empresa dos concorrentes e criarão valor de longo prazo aos acionistas e clientes (KAPLAN; NORTON, 2000).

Os mesmos autores descrevem esse processo que se inicia top-down, do geral para o particular, começando com as perspectivas financeiras “Quais são os objetivos financeiros de crescimento e produtividade? Quais as principais fontes de crescimento?”, definindo com nitidez a estratégia sob a perspectiva do acionista e do cliente, questiona-se “Quais são os clientes-alvo que gerarão crescimento de receita e possibilitarão um mix mais rentável de produtos e serviços? Quais são os objetivos desses clientes e como medir o sucesso em relação a eles?”. A perspectiva de clientes deve incluir a proposição de valor aos clientes. A perspectiva de processos internos explica como atingir as metas criadas pelos objetivos financeiros, respondendo a “Para satisfazer os clientes, em que processos devem ser excelentes?” A quarta perspectiva aprendizado e crescimento chega a base da estrutura e reconhece que os colaboradores necessitam estar preparados e dotados de habilidades, capacidades e conhecimento das tecnologias utilizadas, ferramentas, além de um clima favorável ao desenvolvimento dos processos internos a fim de que sejam inovadores e diferenciados da concorrência.

A lógica do *Balanced Scorecard* começa com os resultados financeiros e com os referentes aos clientes e se integra com a proposição de valor através dos processos internos, diferenciando-os e parte para a mudança. Kaplan e Norton (2000, pág. 90) completam “As relações entre os vetores e os resultados almejados constituem as hipóteses que definem a estratégia”.

## 5. PROCESSO DE IMPLEMENTAÇÃO DO *BALANCED SCORECARD*

O BSC é uma ferramenta que permite a alta administração direcionar a atenção para o sucesso da estratégia de longo prazo, um esforço importante, mas de grande dificuldade. Quando os objetivos mais relevantes para a empresa são identificados eles devem obter atenção e recursos especiais, o BSC fornece um alicerce sólido para um sistema de gestão estratégica porque ele classifica os temas organizacionais, as informações e muitos processos gerenciais considerados críticos (KAPLAN; NORTON, 1997).

Cada empresa por meio do aprendizado organizacional possui uma maneira singular de introdução de novas ferramentas de gestão, mesmo assim logo nos primeiros estudos, Kaplan e Norton sugerem uma maneira mais adequada de implementação do BSC. Os autores entendem que um tempo hábil para esse processo seja 26 meses, tempo suficiente para construir um novo conhecimento organizacional, e revisar constantemente as premissas de origem. Esse tempo garante uma sintonia entre propósitos e prática, e enfoca a transição entre o passado, o presente e o futuro, destaca a tradução da visão, comunicação e veiculação, além do processo de planejamento e aprendizado contínuo (REZENDE, 2003).

De acordo com Rezende (2003), após muitos estudos, existe um padrão geral que as organizações adotam para a implantação. É o processo de implementação, que se segue da seguinte forma: lançamento, mobilização, desenvolvimento e sustentação. Que são apresentados nos itens a seguir.

### 5.1 Lançamento

É escolhido um idealizador, esse é responsável pelo processo de construção do BSC e incorporação inicial do *Scorecard* ao sistema de gestão. Ele deve compreender e estar completamente motivado a conseguir os objetivos em longo prazo (KAPLAN; NORTON, 1997). A esse idealizador se une uma equipe de precursores que recebem treinamento e são responsáveis por esboçar, elaborar e implementar o BSC. A equipe começa a coletar dados e informações na estratégia da empresa, muitas vezes esses são dispersos e informais, em seguida estudam e visualizam esses dados em relação à concretização, a focalização e disseminação com o objetivo de equilibrá-los de acordo com as perspectivas do sistema. Os principais desafios nessa fase são: obter credibilidade para demonstrar os benefícios da ferramenta e convencer os colaboradores de que a estratégia será alcançada de forma mais eficiente com o instrumento (REZENDE, 2003).

### 5.2 Mobilização

Em seguida, é necessário criar uma consciência coletiva em torno do BSC. Todos, em todos os níveis da organização devem entender a necessidade de uma avaliação equilibrada. Nesta fase inicia-se “o processo de mensuração da estratégia propriamente dito, originando um sistema orientado pra a performance” (REZENDE, 2003, p. 115). Ao mesmo tempo começam a ser desenvolvidos programas de gestão de mudança. O idealizador agora se torna um agente de mudanças ele ajuda os executivos a redefinirem seus papéis de acordo com as necessidades do sistema.

Outro papel importante a ser desempenhado nessa etapa é o de comunicador, geralmente esse papel é desempenhado pelo departamento de comunicação, mas nesse caso o comunicador é tão importante que seria ideal ter uma pessoa responsável, esta deve compreender bem, aderir e apoiar todos os membros da organização de todos os níveis hierárquicos. Ele deve desempenhar essa tarefa como uma campanha de marketing, deve também incentivar o feedback que irá indicar se a estratégia proposta é apropriada e desejável. O trabalho do comunicador só termina quando os objetivos de conscientização e motivação forem alcançados (KAPLAN; NORTON, 1997).

### 5.3 Desenvolvimento

O objetivo do desenvolvimento é tornar o *Scorecard* utilizável, ou seja, fazer com que os colaboradores usem a medição e o comportamento estratégico nas decisões diárias e nas operações.

O principal desafio para a empresa nesse momento é encontrar um grupo que possa agir como multiplicadores esses devem estar habilmente qualificados e motivados para disseminar a nova mentalidade de aprendizagem estratégica e as soluções que serão encontradas com o seu conhecimento. Essa equipe não deve ser de nível gerencial médio, a fim de ser eficaz, o BSC deve refletir a visão estratégica da alta administração (KAPLAN; NORTON, 1997).

#### 5.4 Sustentação

A avaliação de desempenho balanceada exige constantes esforços, por um lado deve-se ter especial atenção com a estratégia para que todos colaboradores estejam cientes da direção que a organização está seguindo e o seu papel individual para alcançá-la. Por outro lado a torna-se necessário visualizar como está evoluindo o instrumento de medição, que deve estar sempre integrado à melhoria contínua, as práticas novas e as necessidades de monitoramento da estratégia.

“Comunicar e educar são duas ocupações que sobressaem nos esforços de sedimentação do *Scorecard*, para efeito de conscientização e vivenciamento das questões que influenciam, de fato, o desempenho e a competitividade” (REZENDE, 2003, p. 117).

#### 5.5 Barreiras que afetam o processo de implementação do BSC

Prieto, Pereira, Carvalho e Laurindo apud Moreno e Gomes (2007), identificaram problemas ou barreiras que afetam a eficácia do próprio processo de implantação do BSC o que pode causar sua ineficiência sem sustentação e conseqüentemente sem resultados satisfatórios. As barreiras mais frequentes são a falta de comprometimento da alta administração; a falta de mapeamento de processos críticos; o uso indevido de modelos e métricas; projetos em função de métricas sem personalização; discussões, comunicação e reuniões improdutivas; falta de estratégia comum e a subutilização do BSC.

Para se manter a estabilidade do programa, outros aspectos são fundamentais, o primeiro se refere ao papel do executivo principal, ele é o maior responsável pelo sistema, é responsável por especificar os objetivos da empresa, estabelecer metas de desempenho, alocar recursos e iniciativas para que as metas sejam alcançadas, monitorar, recompensar ou punir o desempenho. O sistema é responsabilidade do executivo principal e da alta organização. Contudo para a operação regular do sistema é necessário outra pessoa específica, se isto não acontecer é muito provável que venham a surgir lacunas na medição, comunicação e monitoração do sistema, ou seja, um responsável é determinante para o sucesso do sistema (KAPLAN; NORTON, 1997).

### 6. A MUDANÇA ORGANIZACIONAL

Existe uma ampla mudança que acompanha a implementação do BSC. Kaplan e Norton (1997, p.300), afirmam que “O *Scorecard* representa mudança radical na filosofia gerencial”, pois esse instrumento não é só uma forma de comunicar a estratégia, mas é uma nova maneira de gerenciar o negócio. Segundo Rezende (2003), no processo de implementação do BSC essa mudança é muito maior que a simples escolha de um novo sistema de indicadores, ela se traduz a reordenação que existe ao redor da cadeia de valor, na ênfase dada aos ativos intangíveis, nas discussões constantes sobre a estratégia - por todos os membros da organização, e etc. São muitas as transformações que movimentam a cultura organizacional. Neste sentido entende-se por qual motivo é necessário um esforço de longo prazo para a implementação do BSC, independente dos seus benefícios imediatos.

Kaufman apud Seldin, Ferruccio e Caulliraux (2003), afirma que a mudança organizacional não é boa ou ruim, progressista ou conservadora, porém ela pode seguir qualquer um desses caminhos em qualquer situação. De acordo com Soto (2008), o desenrolar da mudança vai depender das pessoas, já que são elas que realizam a mudança efetivamente, logo mesmo as melhores tecnologias de gestão estratégica só conseguirão obter um resultado bem sucedido se existir um foco no desenvolvimento pessoal.

Ainda segundo o mesmo autor, o ser humano é o fator crítico que conseguirá o sucesso ou o fracasso da mudança organizacional, para conseguir o sucesso é necessário desenvolver metodologias que propicie o aumento das capacidades humanas. As pessoas devem encontrar um ambiente propício à mudança, logo a mudança individual vai ser uma consequência natural, só então acontecerá à mudança real, aquela que ocorre na organização. Portanto, entendemos que a fim de obter uma organização inteligente, ou seja, que aprende, precisa-se de seres humanos inteligentes porque a mudança começa dentro de cada uma dessas pessoas (SOTO, 2008).

As mudanças são desconhecidas, incertas e diferentes, isso gera insegurança nas pessoas. As pessoas não resistem essencialmente às mudanças, elas interpretam como a mudança vai se desenrolar e acreditam que suas consequências serão negativas. As pessoas resistem às mudanças porque encontram alguma razão, é trabalho do gerente identificar as razões para que quando for possível projetar as mudanças de maneira a diminuir ou eliminar os efeitos negativos e as falsas crenças. Algumas vezes a resistência encontrada acontece de forma camuflada, ou seja, nem sempre as pessoas se colocam contrárias a mudança, nesses casos é mais difícil, pois se usa a linguagem, a aparência e fingem estar empolgados com a mudança sem executar o comportamento transformador que ela realmente exige (COHEN; FINK, 2003).

De acordo com Kaplan e Norton (1997, p 229), “A introdução de um novo sistema gerencial baseado no *Balanced Scorecard* precisa vencer a inércia organizacional que tende a envolver e contaminar praticamente todos os programas de mudanças”. Quando cada mudança é relacionada a uma informação consistente e clara, toda transformação anterior será ampliada. Assim o *Balanced Scorecard* é usado como um agente organizador de um novo sistema de gestão, nesse modelo cada mudança é lógica, consistente e importante para o alcance da estratégia organizacional.

## 7. METODOLOGIA

### 7.1 Tipos de pesquisa

O presente estudo, de acordo com a classificação proposta por Vergara (2009), caracteriza-se quanto aos fins como uma pesquisa exploratória e quanto aos meios como um estudo de caso.

A investigação exploratória “é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado” é justamente o que acontece na organização onde nunca aconteceu um estudo quanto à implantação do BSC (VERGARA, 2009, p 42). É um estudo de caso, pois é uma investigação atual, específica, que apresenta o objetivo de analisar se o *Balanced Scorecard* foi implantado em uma empresa de comunicação, atendendo, portanto as características descritas por Gil (2009) quando sugere que estudo de caso é um delineamento de pesquisa, que preserva o caráter unitário do fenômeno pesquisado, investiga um fenômeno contemporâneo, que não separa o fenômeno do seu contexto, é um estudo em profundidade e requer a utilização de múltiplos procedimentos de coleta de dados.

### 7.2 Sujeitos

O estudo foi realizado em uma empresa de televisão e radio difusão, localizada em João Pessoa – PB. Que tem como principais serviços o telejornalismo e os programas de entretenimento.

Os sujeitos da pesquisa foram o gestor de pessoas, o diretor executivo e os gerentes. O link para o questionário foi enviado ao diretor executivo e aos seis gerentes, no entanto somente quatro questionários foram respondidos no prazo estabelecido. O que constitui uma amostra não-probabilística acidental.

### 7.3 Coleta e análise dos dados

Foram utilizados dois instrumentos de coleta de dados, uma entrevista realizada com o gestor de pessoas e um questionário confeccionado pelos pesquisadores, destinado aos gerentes e ao CEO (diretor executivo) da empresa.

A entrevista aberta foi realizada no horário de trabalho e autorizada pela alta administração. As questões levantadas visaram buscar informações sobre a implementação do BSC na organização.

Com as informações obtidas na entrevista foi elaborado um questionário. O link para o questionário foi enviado por e-mail aos respondentes, segundo Zikmund (2006) o correio eletrônico é um método novo e ainda pouco usado na pesquisa acadêmica, mesmo assim é apropriado quando o levantamento de dados é feito entre funcionários de uma organização. O questionário foi respondido pelos participantes no horário de trabalho, dentro dos procedimentos éticos de pesquisa, e foi autorizado pela empresa e pelos respondentes, que não foram identificados em nenhum momento.

O questionário foi composto de vinte questões objetivas que permitiram ao respondente escolher entre cinco questões balanceadas numa escala *Likert*: concordo totalmente, concordo parcialmente, indiferente, discordo parcialmente e discordo totalmente. De acordo com Günther (2003, p.11), a escala *Likert* é utilizada “especialmente em levantamentos de atitudes, opiniões e avaliações”. De modo geral as questões levantadas buscavam analisar se o *Balanced Scorecard* foi implementado corretamente na organização.

Os dados foram tabulados em seguida foram analisados de acordo com a teoria existente sobre a implementação do BSC.

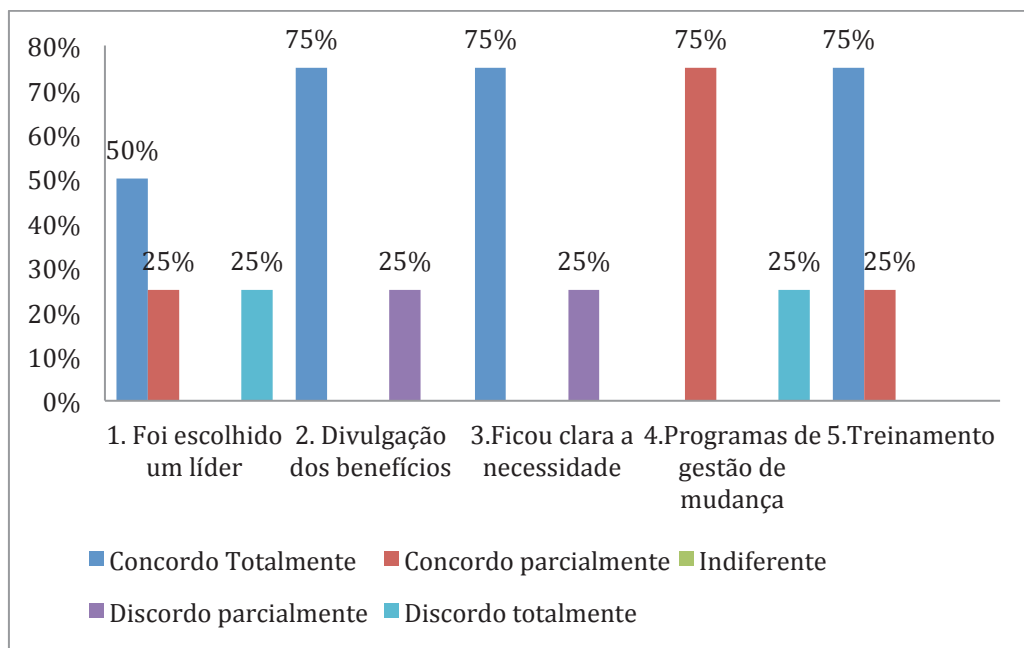
## 8. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Na entrevista com o gestor de pessoas foram levantados os seguintes dados:

a) A empresa de televisão e rádio difusão implantou o *Balanced Scorecard* há quatro anos. A implementação aconteceu por imposição do grupo do qual a empresa faz parte;

b) A organização está encontrando dificuldades em colocar em prática o BSC, pois os gerentes são centralizadores;

c) Existe resistência à execução do planejamento estratégico, devido à crença de que o BSC não seja adequado a uma empresa de comunicação.



**Figura 1 – Implantação**

Nos dados coletados através do questionário foram obtidas as seguintes respostas:

Sobre a implantação, a Figura 1 apresenta os resultados descritos abaixo:

- Foi perguntado se foi escolhido um líder e uma equipe para estudar a estratégia e lançar o programa, 50% dos respondentes concordaram totalmente;
- Foi questionado se houve a divulgação para demonstrar os benefícios da ferramenta, cerca de 75% concordaram totalmente;
- Quando perguntados se ficou claro a necessidade de uma avaliação equilibrada entre as perspectivas, 75% concordaram totalmente;
- Em relação ao desenvolvimento de programas de gestão de mudança 75% concordaram totalmente;
- Quando perguntados se haviam recebido treinamento sobre a utilização da ferramenta 75% concordaram totalmente.

a) Práticas e atitudes realizadas pelos gerentes:

- 50% concordaram totalmente que têm conhecimentos e habilidades suficientes para utilizar o BSC, outros 50% concordaram parcialmente;
- Quando questionados se nas decisões diárias eles desenvolvem um comportamento que os leve a alcançar a estratégia da organização, 75% responderam que concordam totalmente;
- Quando perguntados se delegam tarefas e usam empowerment, 50% concordaram totalmente;
- Em relação à participação em reuniões de equipe, foi perguntado se eles compartilham informações, permitem a participação e se a equipe pode contribuir com sugestões, 100% dos colaboradores concordaram totalmente;
- Quando perguntados se o ambiente de trabalho é cativante para trabalhar, pois é promovido o aprendizado e são disseminadas melhorias, 50% concordaram totalmente, outros 50% concordaram parcialmente.



b) Crenças dos gerentes:

- Foi perguntado se eles estão satisfeitos com a utilização do BSC, 50% concordaram parcialmente, sendo que 25% discordaram totalmente;
- Quando perguntado se na organização, existe resistência ao uso da ferramenta de gestão, 25% concordaram totalmente, 25% concordaram parcialmente, 25% discordaram parcialmente e outros 25% discordaram totalmente;
- Quando questionados se os colaboradores da organização aderiram à ferramenta, 75% concordaram parcialmente;
- Com relação se a ferramenta (BSC) pode ser usada por uma empresa de comunicação, 100% concordaram totalmente;
- No tocante a se o gerente tem papel fundamental para cumprir a estratégia da organização, 75% concordaram totalmente.

c) Funcionamento do BSC:

- Foi perguntado se na organização os objetivos e as metas são criadas em reuniões de equipe, 75% responderam que concordam totalmente;
- Em relação à existência de aprendizado organizacional decorrente da utilização do BSC, 50% concordam totalmente;
- Quando perguntados se o desempenho organizacional é monitorado em função da estratégia, 75% concordam totalmente;
- 75% concordam totalmente que os principais responsáveis pelo BSC são o diretor executivo e a alta administração;
- Em relação aos objetivos e metas englobarem as quatro perspectivas, todos os participantes da pesquisa concordam totalmente.

## 8.1 Análise dos dados

As informações levantadas na entrevista com o gestor de pessoas não correspondem com os dados levantados nos questionários. Esse fato pode ter ocorrido por pelo menos duas razões, ou os respondentes não souberam avaliar o questionário, ou eles se sentirão desconfortáveis em responder.

O link com o questionário eletrônico foi enviado a seis gerentes e ao diretor executivo, mesmo assim somente quatro pesquisados responderam ao questionário. Questionários enviados por e-mail podem muitas vezes não ter uma boa taxa de resposta (ZIKMUND, 2006).

Em relação às questões que trataram da implantação, segundo os resultados obtidos pela maioria dos respondentes foi realizada a comunicação, foram demonstrados os benefícios do programa, foram desenvolvidos programas de gestão de mudanças e foi realizado um treinamento, segundo Kaplan e Norton (1997), a comunicação deve ser abrangentes, devem existir uma informação clara sobre a importância do programa.

Em relação às práticas e atitudes realizadas pelos gerentes, a maioria dos gestores desenvolve um comportamento para alcançar a estratégia, de acordo com Kaplan e Norton (1997), cada indivíduo deve contribuir para alcançar as metas organizacionais, essas ações individuais levam ao desempenho geral da organização. Todos os gerentes disseminam informações, permitem a participação, segundo Kaplan e Norton (2000) criar um plano de comunicação e promover a compreensão da estratégia em toda organização, faz com que as pessoas comprem a estratégia e passem a apoiá-la na organização.

Quanto às crenças dos gerentes, nota-se que metade dos gerentes concorda que existe resistência e a outra metade discorda. O que demonstra que metades dos gerentes percebem a resistência. Isso

pode ser justificado partindo do pressuposto que a resistência acontece de forma camuflada, dessa forma nem todos os gerentes conseguem visualizá-la. De acordo com Cohen e Fink (2003), resistência camuflada acontece quando as pessoas adotam a mudanças, em sua forma, mas não a colocam em prática. Todos concordam que a ferramenta é adequada a uma empresa de comunicação, segundo Kaplan e Norton (1997), toda empresa que deseja sobreviver e prosperar na era da informação deve fazer uso de uma ferramenta de gestão que possa medir o desempenho alinhada a estratégia organizacional.

No tocante ao funcionamento, a maioria concorda que o principal responsável pelo BSC na organização é o executivo principal, isso reforça o que diz Kaplan e Norton (1997, p. 301), “o executivo principal [...] é o responsável maior pelo processo”. Todos os entrevistados concordam que objetivos e metas englobarem as quatro perspectivas, o funcionamento do BSC acontece quando os objetivos, e as metas contemplam as perspectivas financeira, do cliente, processos internos e aprendizado e crescimento (KAPLAN; NORTON, 1997).

## 9. CONCLUSÃO

*Balanced Scorecard* é uma ferramenta de gestão com foco em estratégia baseada na missão e visão da empresa com objetivo de obter os melhores resultados para o negócio. O BSC a partir do feedback visualiza possíveis erros futuros, diante das atividades do presente, estabelece hipóteses e suas relações de causa e efeito.

Para os gestores da organização pesquisada o BSC foi bem implantado na empresa de comunicação, pois atende aos requisitos do método. As informações sobre o programa são bem divulgadas, foram feitos os programas de gestão de mudanças, houve mudança de comportamento entre os gerentes para alcançar as metas e a estratégia foi compreendida por todos os colaboradores.

Contrariando os resultados da entrevista realizada junto ao gestor de pessoas, e a impressão tida pelos autores in loco, pois foi observado que o programa de medida não foi bem implementado diante do tempo que tiveram para execução. A comunicação entre o pessoal da empresa sobre a importância do BSC não foi eficaz demonstrando que o requisito básico não foi cumprido, além de estratégias não realizadas.

Finalmente, sugerimos, diante das contradições encontradas, que seja realizado um novo estudo a fim de verificar se o BSC foi implementado na empresa de comunicação.

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, L. C. G. de. Organização, sistemas e métodos e as tecnologias de gestão organizacional. 3. ed. Vol. 2. São Paulo: Atlas, 2010.

COHEN, A. R.; FINK, S. Comportamento organizacional: Conceitos e estudos de caso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

GIL, A. C. Estudo de Caso. São Paulo: Atlas, 2009.

GUIMARÃES, N. T. M.; SILVA FILHO, S. J. M.. da. Problemas e benefícios da implantação do *Balanced Scorecard* na Incubadora de Empresas de Base Tecnológica da Universidade Federal Fluminense. In: IV SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 2007, RESENDE - RJ. IV Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGET). RESENDE - RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2007.

GÜNTHER, H. Como elaborar um questionário (Serie: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, Nº 01). Brasília: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental, 2003.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. A estratégia em ação: *Balanced Scorecard*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

\_\_\_\_\_. Organização orientada para a estratégia. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MORENO, V. A.; GOMES, L. V. C. Avaliação do potencial de aplicação do BSC em MPE's: uma Pesquisa-ação. In: IV Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGET), 2007, Resende. Anais do IV SEGet, 2007.

AMORIM, W. W. C. C. Framework openGMP: uma proposta para gerenciar multiprojetos em uma estrutura organizacional em rede. 2009. 145 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência da Computação) – Programa de Pós-graduação em Ciência da Computação, UFPE, Recife.

REZENDE, J. F. C. *Balanced Scorecard* e a Gestão do Capital Intelectual: Alcançando a performance balanceada na economia do conhecimento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SELDIN, R.; FERRUCIO, M. A.; CAULLIRAUX, H. M. O Papel da Cultura Organizacional na Implantação de Sistemas Integrados de Gestão - uma Abordagem sobre Resistência à Mudanças. In: XXII ENEGEP- Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2003, Ouro Preto. O Papel da Cultura Organizacional na Implantação de Sistemas Integrados de Gestão - uma Abordagem sobre Resistência à Mudanças, 2003.

SOTO, E. Comportamento organizacional: os impactos das emoções. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, S. C. Projeto e relatório de pesquisa em administração. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ZIKMUND, W. G. Princípios da pesquisa de Marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

## INOVAÇÃO: UMA PERSPECTIVA SOCIAL

J. A. S. Dias<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Pólo Juiz de Fora  
joao.amaro@sga.pucminas.br

### RESUMO

O presente artigo tem como escopo desvelar o conceito de inovação e propor uma nova perspectiva com recorte social, de forma a demonstrar que é possível incorporar o comportamento inovativo à nossa realidade, à nossa cultura. Busca-se, ainda, ressaltar alguns aspectos das práticas inovativas elucidando outros que não os eminentemente econômicos. É feito também um breve retrato para contextualizar como está o tamanho da produção científica no país, bem assim a distribuição da inovação nas diversas regiões, para tanto se utiliza de alguns indicadores, abordando seus significados. Alguns mecanismos são abordados, por fim, para fazer com que o potencial das inovações germinadas nos meios ‘cultivadores’, fluam para a comunidade empreendedora de forma a gerar riqueza que existe em tais descobertas. Estas verdadeiras ‘estufas’ produzem num ambiente controlado as condições ‘climáticas’ para o desenvolvimento de novas ideias.

A metodologia utilizada para colimar este fim foi um estudo exploratório para entender com mais profundidade, e divisar novas perspectivas, sobre a temática abordada valendo-se da pesquisa bibliográfica em artigos científicos e livros.

**Palavras-chave:** inovação, processos inovativos, ambientes de inovação, indicadores de inovação, sistemas nacionais de inovação

## 1. INTRODUÇÃO

Tratar do tema inovação é importante uma vez que o conceito, em sua pluralidade de significados, permeia o ambiente empresarial como algo necessário e mesmo indispensável para a sobrevivência das corporações de tal sorte que deve figurar entre as principais competências destas. Ocorre que quando se faz necessário estabelecer se determinado serviço, produto, ou processo está contemplado como algo inovativo é que surge a incerteza quanto à aplicabilidade do conceito.

A perspectiva que se propõe, num primeiro momento, busca resgatar o termo inovação segundo classificações estabelecidas por alguns autores de forma que seja possível seu entendimento.

A outra perspectiva, e esta sim é a contribuição que o texto pretende alcançar seria ter uma postura no nível individual na qual se pudesse vislumbrar, em situações corriqueiras, a possibilidade em se buscar a otimização de cada pequena rotina, de cada pequeno processo, ou seja, agir sob uma perspectiva inovativa.

Desdobra-se, então, o estudo, trazendo à baila novos enfoques sociológicos que buscam elucidar o ritmo próprio da inovação e sua característica de não se submeter totalmente às modificações do mercado deslocando o eixo do estudo sobre inovação da ligação estreita entre avanço tecnológico e comportamento econômico para um recorte social.

Após aborda-se a leitura de alguns indicadores sobre inovação que retratam a realidade nacional e, ainda, são tratadas questões referentes à criação de sinergias de forma a facilitar o ambiente para que as inovações possam surgir e manifestar tal comportamento como forma do aumento da competitividade envolvendo empresas e governo.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao tratar da agenda de inovação deve-se destacar que a disciplina econômica originalmente foi a que deu maior impulso, através das elaborações de Joseph Schumpeter (1883-1950), economista austríaco, que tiveram grande impacto no debate sobre transformações tecnológicas e desenvolvimento econômico.

Na análise do crescimento, Schumpeter abordou a situação de não crescimento denominada de 'circuito econômico', e outra a de crescimento que chamou de 'a evolução'. Segundo ele, a passagem do circuito à evolução se dá pela via da 'inovações' constituindo o motor do crescimento. Mais especificamente esta se manifesta através da fabricação de um novo bem, da introdução de um novo produto, da penetração em um novo mercado, da conquista de nova fonte de matéria-prima, ou através de um novo tipo de organização.

A inovação, segundo Lundvall (1992 apud CUNHA et al., 2007), pode ser considerada como uma nova utilização de possibilidades e componentes pré-existentes, ressaltando que a maioria reflete o conhecimento anteriormente existente mas combinando-os de novas maneiras.

Já Porter (1990 apud CUNHA et al., 2007), aduz que, em sentido lato, a inovação pode ser definida pela forma de incluir as melhorias na tecnologia, nos métodos, ou nos processos de fazer as coisas, podendo se manifestar em alterações do produto, de um processo, em novas abordagens de marketing, em novas formas de distribuição, e em novas concepções de forma geral.

A comparação das definições vistas nos dá uma boa ideia do conceito de inovação sendo importante destacar que a inovação pode se manifestar não necessariamente vinculada a tecnologia, como é o caso das novas abordagens de marketing citadas por Porter.

Quanto à inovação tecnológica propriamente dita o Instituto Nacional de Tecnologia – INT ([www.int.gov.br](http://www.int.gov.br)) assim a define:

O Instituto Nacional de Tecnologia (INT) adota o conceito para inovação tecnológica mais expandido. Inovação Tecnológica é a concepção de novos produtos (bens ou serviços), ou processos, novos ou substancialmente aperfeiçoados, que envolvam atividades de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D). Eles têm que ter grau de novidade perante o mundo, o mercado ou a empresa. Eles têm que ser analisados em um período de referência, em unidades de observação delimitadas, influenciados por objetivos que podem incluir estratégias, mercados, eficiência, qualidade, capacitação ou mudanças.

O conceito então passa a ter mais substância em especial quando se trata da inovação tecnológica onde deve haver a vinculação com a atividade de P&D, conforme visto na definição do INT, e, ainda, um grau substancial de aperfeiçoamento ou a novidade.

Outros conceitos explicitados por Schumpeter dizem respeito ao caráter da inovação ser incremental quando não há a ruptura de um paradigma pré-existente, mas sim à introdução de melhorias e aperfeiçoamentos em produtos, processos, ou na organização da produção. Já na inovação radical ocorre um processo de destruição criadora, havendo a o rompimento com o paradigma anterior e o aparecimento de um novo. Este processo de destruição criativa decorre de iniciativas arriscadas e de decisões empresariais tomadas em contexto de incerteza e complexidade.

Novas abordagens podem ampliar o entendimento do termo como, por exemplo, segundo ilustra Winter (1984 apud OLIVEIRA, 2001), o processo de busca pelas empresas envolvendo inovação se dá em três estágios ou fases distintas, quais sejam, a imitação, padrões extramuros e padrões intramuros.

Num primeiro momento a nova estrutura organizacional ou o novo produto ou processo é importado facilmente dos concorrentes engajados em ramo similar de atividade.

Nos padrões extramuros, a inovação é buscada através dos profissionais que contrata fazendo as adequações necessárias à sua realidade para utilizar o procedimento inovador.

No estágio final, padrões intramuros, a empresa desenvolve seus próprios processos ou produtos através de investimentos em P&D.

Outro aspecto relevante a ser evidenciado é que a flexibilidade na busca de tendências e ideias, no ambiente externo, e este pode ter dimensão de todo o planeta, haja vista a globalização da informação atualmente, deve ser estimulada deixando de se constituir em obstáculo na busca da inovação.

Para ilustrar a importância de estar alerta para o estado da arte na envolvente Sugimoto (2002) traz à baila o testemunho do então gerente de desenvolvimento da Embraer, notória fabricante nacional de aviões, Paulo Lorenção, que assim se pronunciou:

Inovação, para nós, são tecnologias para produtos do futuro. Estamos preocupados em modelar processos e contamos com “guardiões” espalhados pelo mundo que nos informam sobre novos softwares, novos projetos estruturais, de ensaios de vibração do avião e etc. Também temos mais de 70 doutores e uma centena de mestrandos, cheio de ideias. É a chamada inteligência competitiva, para ver o que os outros estão fazendo e vice-versa, explica Lorenção. (SUGIMOTO, 2002).

Apesar do tema da inovação ter se mantido estreitamente ligado a preocupações de ordem econômica ocorre um sério problema das teorias que procuram estabelecer as relações entre pressão da demanda, oferta tecnológica e inovação, uma vez que não lograram explicar como os processos inovativos aparecem e se desenvolvem (ANDRADE, 2005).

Surge, então, a necessidade de elencar novos termos que permitam adicionar questões à agenda schumpeteriana sobre o tema, das quais se destaca, conforme Andrade (2005), o conceito de contextos, de tradução, e os ambientes de inovação, retirados das contribuições para estabelecer uma sociológica para a inovação dos sociólogos Bruno Latour (2000), Maria Lúcia Maciel (1997) e Manuel Castells(1999).

Na ação estratégica dos inovadores abordada por Latour (2000 apud ANDRADE, 2005), o inovador precisa controlar o contexto social e se adaptar a ele. Toda inovação solicita um “contexto” que seja favorável, para possibilitar ao agente a exploração de novas articulações entre o comportamento social e as tecnologias, assim o social e o técnico possuem uma recorrência mútua que o agente inovador deve ter a capacidade de manipular.

A “perspectiva da tradução” para Latour (2000 apud ANDRADE, 2005) efetua-se mediante a conciliação dos contrários, ou deslocamento de interesses, uma vez que os agentes sociais dispõem de interesses e motivações diferentes, se constituindo no dispositivo mais fecundo para analisar os princípios da inovação.

Já para Maciel (2001 apud ANDRADE, 2005), o ambiente de inovação representa um enfoque diferenciado acerca das possibilidades de construção prática da inovação, visando à articulação da tecnologia, economia e vida social de maneira diferente e aberta. É um espaço institucional e de relações de forças intangíveis para implementar práticas inovadoras.

De posse destas novas perspectivas e enfoques conceituais trazidos pelas ciências sociais constata-se que a promoção da inovação está intimamente ligada à postura inovativa que se pretende defender e que permeia o cotidiano estando ao alcance dos agentes que estão à procura de oportunidades e de desenvolvimento.

As inovações, ainda podem ser analisadas de acordo com os níveis em que ocorrem: individual, grupal, organizacional, e ecológico. É certo que na base de todas estão os indivíduos. Mas também é notório que os processos e os padrões de interação entre eles, seja no quadro de grupos, das organizações ou das relações inter-individuais, explicam muitas ocorrências que não se explicam meramente pelos indivíduos (CUNHA, 2007).

No nível individual, a investigação procura identificar as características dos indivíduos que desempenham papel especial, para não dizer muitas vezes crucial, no processo de inovação. Entre as variáveis que procuram explicar as suas ações, encontram-se os valores e características pessoais, a história de trabalho, o ambiente familiar de infância e os padrões motivacionais.

Os eventos inovativos não ocorrem de forma isolada sendo preciso que uma série de condições ocorra para desencadeá-los, o enfoque histórico do estudo dos fenômenos também precisou evoluir para melhor se entender como ocorrem na mesma esteira dos conceitos das ciências sociais visto acima.

A partir dos anos de 1980, conforme cita Freeman (1992 apud ANDRADE, 2005), o centro das atenções da prática inovativa deixou de ser representado pelos produtos específicos a serem desenvolvidos e pelos efeitos da oferta de recursos e da demanda de trabalho na indução à inovação. O tema central das pesquisas sobre inovação, com a globalização da economia e a flexibilização dos formatos organizacionais envolvendo empresas, agências estatais e centros de pesquisa, migrou para a formação e o desenvolvimento de redes. Assim, aduz Cassilato e Lastes (2000 apud ANDRADE, 2005), a estrutura organizacional assentada nos fluxos de informações passa a ser mais essencial que os próprios produtos desenvolvidos a partir das atividades tecnológicas, estabelecendo-se um novo conceito, o de sistemas nacionais de inovação.

Rocha (2003 apud ROCHA; DUFLOTH, 2009, p. 196) assim aborda o Sistema Nacional de Inovação:

O Sistema Nacional de Inovação pode ser compreendido como uma base ou arranjo institucional que busca consolidar um ambiente favorável à inovação tecnológica no âmbito nacional (ao referir-se ao conjunto de um país), regional ou local (sistemas regionais e locais de inovação). Essa base institucional envolve o Estado (poder público, na esfera de governo central, regional ou local), as agências governamentais, empresas, universidades e centros de pesquisa, articulados com o sistema educacional e de financiamento. O sucesso da inovação tecnológica desenvolvida pela empresa está associado, portanto, ao sistema nacional (regional ou local) de inovação.

O grande mérito da estrutura dos sistemas nacionais de inovação é ser o catalisador do processo de eficiência coletiva proporcionando arranjos múltiplos. Os formatos organizacionais variáveis, de cooperação, materializados na forma de incubadoras de firmas individuais, ou incubadoras de projetos sociais, parques tecnológicos, centros virtuais de pesquisa, estabelecimentos de redes, intercâmbios ou convênios entre os diversos atores que o compõem tem o objetivo de viabilizar a atividade inovadora.

A superação do distanciamento existente entre as atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) nas empresas e o sistema universitário deve ser equacionada de forma a estimular a cooperação, para que o fluxo de transformação em riqueza seja otimizado, sob seu aspecto cultural, operacional, e até o marco legal (RAUPP, 2008).

Os marcos legais de apoio a inovação, em especial, quanto a proporcionar a tomada de benefício fiscal são a lei do Bem, e a Lei da inovação, e ainda, o Fundo Verde e Amarelo que visa permitir a inovação em condições competitivas internacionais. O aspecto negativo que merece destaque diz respeito às improbidades legais na cooperação entre as entidades científicas e as empresas privadas, que uma vez superado possibilitará a participação de pesquisadores em projetos de interesse das empresas.



Raupp (2008) manifesta iniciativas para a criação de pontes de cooperação a serem estimuladas por políticas públicas em benefício do desenvolvimento tecnológico, e por via de consequência econômico, sendo as incubadoras de empresas nas universidades; os parques tecnológicos congregando universidades, centros de pesquisa e empresas; e os mestrados profissionais, os exemplos citados pelo autor.

Constata-se, assim, grande identidade com os instrumentos já discutidos nos sistemas nacionais de inovação, porém agora incluindo o mestrado profissional. Este se apresenta como uma forma de pós-graduação mais desenhada com a formação voltada para o desempenho profissional fora do meio acadêmico, indicando o pensamento presente em vários outros autores. Longe de ser consenso, entretanto, pois há a corrente que advoga ser a inovação um processo industrial que não acontece na academia.

### 3. METODOLOGIA

Com vistas a tratar do tema com propriedade e na busca de colecionar conceitos de autores renomados optou-se pela pesquisa exploratória tendo em vista a necessidade de conhecer o assunto em profundidade. Ademais, segundo Andrade (2002 apud BEUREN, 2009) ao se referir à pesquisa exploratória:

[...] ressalta algumas finalidades primordiais, como: proporcionar maiores informações sobre o assunto que se vai investigar; facilitar a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses; ou descobrir um novo tipo de enfoque sobre o assunto.

Para tanto e conforme menciona Gil (1999 apud BEUREN, 2009) o elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados. A pesquisa bibliográfica se enquadra nesta tipologia tendo sido escolhida, pois nas palavras de Cervo e Bervian (1983 apud BEUREN, 2009) esta:

explica um problema a partir de referenciais teóricos publicados em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Ainda, o material consultado na pesquisa bibliográfica abrange todo referencial já tornado público em relação ao tema de estudo divulgado através das mais diversas mídias. Com base nisso é que se podem elaborar textos com o intuito de reunir diversas publicações isoladas e atribuir-lhes uma nova leitura (BEUREN, 2009).

#### 4. ANÁLISE DE INDICADORES

Para distinguir a inserção do nosso país, tecnologicamente periférico, no contexto da inovação tecnológica devemos ressaltar que esta ocorre nas empresas localizadas nos países em desenvolvimento de forma diferenciada, caracterizando-se por um processo cumulativo e gradual, portanto, de natureza preponderantemente incremental.

O Brasil dispõe de levantamento sistemático de abrangência nacional sobre inovação tecnológica nas empresas industriais representada pela Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica (PINTEC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a cada três anos sendo os dados aqui abordados relativos à PINTEC 2003.

A 'Taxa de Inovação' que corresponde ao percentual do número de empresas que implementaram inovação de produto ou processo em relação ao total das empresas que responderam à pesquisa, aponta para a liderança da Região Sul (37,72%), seguida pela Norte (34,91%) e Nordeste (32,38%). Fato curioso, pois estas regiões que detêm capacidade econômica de produção relativamente menor possuem proporcionalmente mais empresas inovadoras do que o Sudeste (31,38), sugerindo que outros fatores que não a magnitude da capacidade econômica exerce influência na configuração no âmbito regional (ROCHA; DUFLOTH, 2009).

A intenção que se almeja não é explorar a fundo o estudo dos autores referenciados, mas sim destacar que fenômeno da inovação, a nível nacional, se manifesta segundo outra lógica que não preponderantemente econômica conforme concluído pelos autores, apontando novamente para a presença de variáveis sócio-econômicas e culturais presente no fenômeno inovativo. Dito de outra forma apesar dos indicadores abordados serem tecnológicos é possível concluir que está presente o recorte social da inovação, anteriormente abordado, desenhando a distribuição da inovação pelo território nacional.

Outro indicador que merece destaque, agora a nível nacional, é que o percentual de participação da produção nacional de trabalhos científicos é de 2% (dois pontos percentuais) em relação à produção mundial, significando dizer que nosso sistema de produção de ciência está do tamanho econômico do País (RAUPP, 2008).

O tamanho da produção científica é significativo e até animador, porém deve ser analisado com cautela uma vez que o distanciamento entre o ambiente acadêmico e o setor produtivo conforme já abordado deve ser superado. Outros indicadores então devem ser produzidos para rastrear a efetividade dos esforços nesse sentido, mesmo por que o fórum de discussões sobre as formas de melhor promover a inovação e onde efetivamente devem ocorrer estão em franca ebulição.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O texto de certa forma inova ao propor uma nova perspectiva comportamental inovativa. Esta postura, expandida em termos da organização, visa à constância da busca em repetir os processos inovativos regularmente e, mais ainda, a criação de um ambiente organizacional facilitador da inovação e a preocupação para que a gestão não mate as iniciativas inovadoras inadvertidamente.

Houve a preocupação quanto ao entendimento de outros aspectos que estão presentes nos fenômenos inovativos que não somente os de cunho eminentemente econômicos e aspectos de mercado. Destacando que deve haver a busca mais efetiva de instrumentos para promover a interação do setor produtivo e as áreas de pesquisa e conhecimento para transformar o produto das inovações em fluxo de riqueza para a sociedade.

Destacaram-se também, através de indicadores, alguns aspectos nacionais com ênfase em que a inovação não está ligada à capacidade econômica unicamente sendo necessário lançar mão de outras variáveis sócio-culturais para entender o processo inovativo em busca de ações que efetivamente estimulem o fenômeno.

Algumas ideias inspiradoras da nova perspectiva inovativa proposta merecem destaque como a que assevera, segundo Zilber (2008), que inovar é pensar o absurdo e transformá-lo em lógico, e ainda invocando as palavras de Einstein, que dizia que se, na sua formulação inicial, uma ideia não parecer absurda, ela provavelmente não é inovadora. Ainda, segundo o autor, “Um novo olhar exige uma percepção ampliada e um raciocínio divergente, um ‘estar insatisfeito’ e um questionamento permanentes”, e “A inovação surge quando acreditamos que tudo pode ser melhorado”.

Por fim outro pensamento de Einstein citado por Costa e Jardim (2010) que nos diz que “nenhum problema pode ser resolvido pelo mesmo padrão de raciocínio que o criou” nos leva a crer não há como ser bem sucedido sem estar municiado com a ferramenta da inovação.

Entendido a dimensão da importância da inovação para o contexto das empresas, num ambiente global, que exige esforços cada vez maiores para se manterem competitivas e proporcionando soluções para os atores que busca atender, um próximo passo para a continuidade do estudo atual será estabelecer a ponte entre a inovação e a gestão do conhecimento.

A perpetuidade da evolução dos processos e produtos está intimamente ligada à capacidade das organizações em documentar seus processos e treinar os futuros colaboradores de forma que o conhecimento gerado pelas inovações possa reverter em constantes avanços em seus produtos e serviços. Nesse diapasão se sobressai a gestão capaz de reconhecer e promover estrategicamente a aprendizagem organizacional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ANDRADE, T. **Inovação e ciências sociais: em busca de novos referenciais**. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v. 20, n. 58, jun. 2005. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092005000200007&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092005000200007&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 15 ago. 2011.
- BEUREN, I. M., et. al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Trad. Roneide Majer. São Paulo, Paz e Terra. 1999.
- COSTA, R.S. e JARDIM E.G.M. **Os cinco passos do pensamento enxuto**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em <<http://trilhaprojetos.com.br/home/sites/default/files/plean.pdf>>. Acesso em 23 set. 2011.
- CUNHA, M. P., et. al. **Manual de comportamento organizacional e gestão**. 6. ed. Lisboa: Editora RH, 2007.
- LATOURETTE, B. **Ciência em ação**. Trad. Ivone Benedetti. São Paulo: Editora da Unesp. 2000.
- MACIEL, M. L. "Inovação e conhecimento", in Fernanda Sobral *et al.* (orgs.), **A alavanca de Arquimedes: ciência e tecnologia na virada do século**, Brasília, Paralelo 15. 1997.
- OLIVEIRA, G. B. **Algumas considerações sobre inovação tecnológica, crescimento econômico e sistemas nacionais de inovação**. Revista FAE, Curitiba, v. 4 n. 3, set./dez. 2001. Disponível em <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v4\\_n3/algumas\\_consideracoes\\_sobre.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v4_n3/algumas_consideracoes_sobre.pdf)>. Acesso em 15 ago. 2011.
- RAUPP, M. A. **Os desafios do desenvolvimento da ciência e da tecnologia no país**. Disponível em <[http://www.ufg.br/this2/uploads/files/65/Desafios\\_da\\_Ciencia\\_e\\_Tecnologia.pdf](http://www.ufg.br/this2/uploads/files/65/Desafios_da_Ciencia_e_Tecnologia.pdf)>. Acesso em 15 ago. 2011.
- ROCHA, E.M.P.; DUFLOTH, S.C. **Análise comparativa regional de indicadores de inovação tecnológica empresarial: contribuição a partir dos dados da pesquisa industrial de inovação tecnológica**. Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte, v. 14, n. 1, abr. 2009. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-99362009000100013&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362009000100013&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 15 ago. 2011.
- SUGIMOTO, L. **Quem faz a inovação tecnológica?** Disponível em <[http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp\\_hoje/jornalPDF/178-pag02.pdf](http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/jornalPDF/178-pag02.pdf)>. Acesso em 23 set. 2011.
- ZILBER, S. **Inovação tecnológica**. Disponível em <<http://www.ndc.uff.br/portaldereferencia/noticias.asp?cod=1012>>. Acesso em 19 mar.2008.

## METODOLOGIA PARA SELEÇÃO DE PRÁTICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO UTILIZANDO PLANEJAMENTO FATORIAL FRACIONÁRIO: UM TESTE-PILOTO NO INSTITUTO FEDERAL DA BAHIA

A. L. L. Ferreira<sup>1</sup>, N. M. Ribeiro<sup>2</sup> e R. P. Silva<sup>3</sup>  
<sup>1, 2 e 3</sup> Instituto Federal da Bahia - Campus Salvador

andre.ferreira@ifba.edu.br; nubia@ifba.edu.br; rpredeiras@ifba.edu.br

### RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um modelo de avaliação de demanda de práticas de gestão do conhecimento, baseado numa modelagem empírica utilizando planejamento fatorial de experimentos, e sua aplicação em um teste-piloto no Campus Salvador do Instituto Federal da Bahia (IFBA). O método permite verificar quais as práticas de gestão do conhecimento são as mais solicitadas pelos servidores da referida instituição. O trabalho caracteriza-se como pesquisa aplicada, de campo, quantitativa e descritiva, além de trazer levantamento bibliográfico e documental relativo aos temas tratados. Para aplicação do método, a pesquisa utiliza-se de um questionário como instrumento de coleta de dados, instrumento este que foi aplicado a servidores, docentes e técnico-administrativos, do Campus Salvador do IFBA. Os dados coletados foram analisados pelo método de planejamento fatorial fracionário a partir de condições testadas e predeterminadas aleatoriamente. Pode-se verificar que, especificamente para este estudo, a prática de gestão do conhecimento mais demandada pelos servidores do IFBA é a de Aprendizagem Organizacional. O método demonstrou ser adequado para avaliação de práticas de gestão do conhecimento para determinado grupo.

**Palavras-chave:** Gestão do Conhecimento; planejamento fatorial fracionário; metodologia de seleção; práticas de gestão do conhecimento.

## 1. INTRODUÇÃO

O Instituto Federal da Bahia (IFBA) é uma das instituições que compõe a Rede Federal de Educação Profissional, Ciência e Tecnologia, formalizada por meio da Lei Nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 (BRASIL, 2008), que, entre outras ações, define objetivos, finalidades e características dos Institutos Federais (IF). No entanto, o IFBA surge da transformação de uma instituição centenária, criada em 23 de setembro de 1909, pelo presidente Nilo Peçanha ao assinar o decreto de criação das Escolas de Aprendizes e Artífices em todos os Estados brasileiros. Segundo Lessa (2002), em 2 de junho de 1910, instala-se provisoriamente a Escola de Aprendizes e Artífices da Bahia. Em 1930, a responsabilidade sobre a escola passa do Ministério da Agricultura para o da Educação e Saúde Pública. Em 25 de fevereiro de 1942, a Lei Nº 4.127 estabelece as bases da organização da rede federal de ensino industrial. A instituição passa a se chamar Escola Técnica de Salvador. Em 20 de agosto de 1965, por meio da Lei Nº 4.759 a instituição passa a se chamar de Escola Técnica Federal da Bahia (ETFBA). Ainda segundo Lessa (2002), em 27 de setembro de 1993, a Lei Nº 8.711 transforma a ETFBA em Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), incorporando o Centro Tecnológico da Bahia (CENTEC). Assim, a instituição assume uma nova ordem jurídico-institucional na qual prevalece até 2008, quando em 29 de dezembro publica-se a Lei 11.892, que cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, transformando os antigos CEFET em IF (BRASIL, 2008). O Campus Salvador do IFBA é o *locus* desta pesquisa. A instituição matriculou 10878 alunos em 2010, dos quais 4053 foram matriculados no Campus Salvador. Este Campus abriga 365 dos 755 docentes, e 310 dos 565 técnicos da instituição. Portanto, *grosso modo*, o Campus Salvador representa metade da comunidade do IFBA e não dispõe de programa de gestão do conhecimento.

O objetivo desta pesquisa foi desenvolver um modelo de avaliação de demanda de práticas de gestão do conhecimento e utilizar este modelo num teste-piloto para verificar quais as práticas demandadas pelos servidores do Campus Salvador do IFBA.

## GESTÃO DO CONHECIMENTO

Na visão de Setzer (2001), o conhecimento faz parte do universo interior das pessoas e pode ser definido como uma abstração criada a partir do que é experimentado por elas. O conhecimento seria então resultado de um processo desencadeado por estímulos, informações e experiências advindas de diversas fontes, processados interiormente pelo indivíduo e que geralmente leva a criação de um significado novo para ele. Segundo Davenport e Prusak (1998, p. 6), no âmbito das organizações, o conhecimento é uma mistura de experiências, processos, práticas e normas organizacionais que pode ser visto tanto como um processo quanto um ativo. Segundo Silva (2010, p. 26), de todos os insumos intangíveis, o mais antigo e importante é o conhecimento que, a princípio, só é propriedade de quem o detém. Ao se multiplicar “contamina” os outros indivíduos, gerando novos conhecimentos e inovações, se propagando pela organização. Por ser um fator socializante, é um grande lubrificante da engrenagem organizacional, à medida que é mais e mais compartilhado, respeitando-se as particularidades de cada situação e cada integrante da organização (nem todo conhecimento deve ser compartilhado por e para todos).

De acordo com Michael Polanyi (1958), o conhecimento se divide em duas modalidades: implícito ou tácito e explícito. O conhecimento tácito é de difícil codificação, pessoal, não documentado, e sua captura é complexa, pois normalmente é feita através de contato pessoal pela troca de experiências. O conhecimento explícito é codificado, facilmente expresso em palavras, números e fórmulas, daí o seu caráter teórico e formal.

Para ser útil, ter valor e gerar valor, o conhecimento precisa ser compartilhado. O processo de transmissão do conhecimento pode ser explicado pelo modelo de Nonaka e Takeuchi, conforme Figura 01.

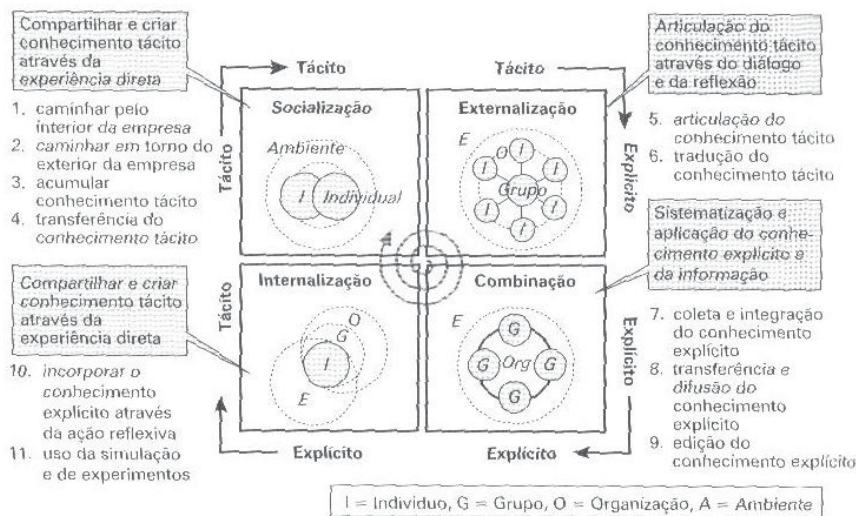


Figura 01. Espiral do conhecimento. Fonte: Nonaka e Takeuchi (2008, p.96).

Tendo em vista a Figura 01, a transmissão do conhecimento pode se dar de quatro modos, descritos na Tabela 01.

Tabela 01. Modos de conversão do conhecimento. Fonte: Adaptado de Nonaka e Takeuchi (2008).

Modos	Características dos modos de conversão
Socialização	Transmissão do conhecimento tácito de um indivíduo para o outro através de interação pessoal entre os dois. É típica da relação mestre-aprendiz.
Externalização	Formalização do conhecimento em um padrão pré-estabelecido pelos indivíduos e grupos envolvidos.
Combinação	É o “processo de disseminação e sistematização do conhecimento explícito” (CASSAPO, 2006, p. 3). Dá-se pela junção de conhecimentos padronizados e teorias para a disseminação.
Internalização	Processo por meio do qual um indivíduo internaliza o conhecimento codificado, que então é apreendido, compreendido, processado e modelado mentalmente.

Cassapo (2006, p. 5) disponibiliza uma alternativa ao modelo de Nonaka e Takeuchi para a transmissão do conhecimento (Figura 02). Ele se baseia na teoria de Charles Pierce de semiose.

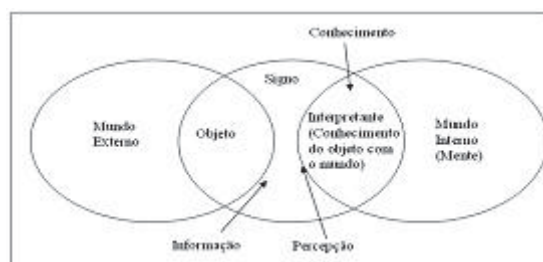


Figura 02. Semiose: Ato de percepção de Pierce. Fonte: Cassapo (2006, p. 6)



Para interpretação do modelo mostrado na Figura 02 o objeto deve ser entendido como um componente do mundo externo. O ambiente interno, ou mente, interage com o mundo externo pela percepção, que permite a apreensão dos signos e informações que representam os objetos. O objeto passa então a ser determinante do signo e este, ao ser absorvido pela mente, gera uma imagem do objeto, influenciando e sendo influenciado pelas estruturas mentais. Após a percepção age a interpretação, que é a criação de conhecimentos sobre o objeto apreendido, que pode ser devolvido ao ambiente ou transmitido a um indivíduo por meio de uma nova informação que sirva para a geração de conhecimentos.

Segundo Servin (2005, p. 6), uma organização comporta mais duas modalidades de conhecimento além do tácito e do explícito: o velho e o novo conhecimento. O conhecimento velho é o aquele que já existe, e cabe à Gestão do Conhecimento (GC) fazer o melhor uso dele. Para isto, porém, é necessário saber onde ele se encontra; e, para que ele fique acessível e disponível, a GC deve definir procedimentos para mapear o “que se sabe” e “quem sabe o que”.

Para Moraes, Terence e Escrivão Filho (2004, p. 31), gestão é a execução de atividades de planejamento, organização, direção e controle de recursos, cujo objetivo é racionalizar e incrementar a efetividade de um sistema, produto ou serviço. Envolve tanto recursos materiais, financeiros e tecnológicos quanto pessoais. Do mesmo modo, age tanto na esfera estratégica quanto na operacional, pois deve ser responsabilidade de todos os indivíduos e grupos. Especificamente no que se refere a gestão do conhecimento (GC), para Terra (2005, p. 8):

Gestão do Conhecimento significa organizar as principais políticas, processos e ferramentas gerenciais e tecnológicas à luz de uma melhor compreensão dos processos de GERAÇÃO, IDENTIFICAÇÃO, VALIDAÇÃO, DISSEMINAÇÃO, COMPARTILHAMENTO, PROTEÇÃO E USO dos conhecimentos estratégicos para gerar resultados (econômicos) para a empresa e benefícios para os colaboradores internos e externos (*stakeholders*).

Servin (2005, p.6) explica que uma das mais populares e largamente usadas abordagens de GC é o uso do tripé Pessoas-Processos-Tecnologia. Essa tríade é explicada a seguir: **pessoa** - a GC é acima de tudo uma questão de pessoas, ela não se concretiza sem a valorização do que cada pessoa traz como seu repertório de conhecimentos; **processos** - geralmente, o compartilhamento do conhecimento necessita de modificações no modo como os processos internos estão estruturados e não raro na própria organização; **tecnologia** - é uma ferramenta para conexão entre pessoas e organizações, para armazenamento de conteúdo, dentre outros processos, mas tecnologia em si mesma não garante uma GC eficaz, eficiente e efetiva.

Ávila e Freitas Júnior (2008, p. 76) listam alguns dos objetivos da GC: formular estratégia de alcance organizacional para o desenvolvimento, visando à criação, aquisição, compartilhamento e uso do conhecimento; implantar estratégias orientadas ao conhecimento; promover melhoria contínua dos processos de trabalho; monitorar e avaliar os lucros obtidos mediante a aplicação do conhecimento; reduzir o tempo de ciclo de desenvolvimento de novos produtos e de melhoria dos já existentes; reduzir o tempo de duração dos processos decisórios.

Carvalho (2008, p. 4) afirma que a GC, assim como todas as ações que determinem a criação de conhecimentos, deve fazer parte do planejamento estratégico de todas as organizações. Segundo Davenport e Prusak (1998, p. 184), a GC deve ser uma preocupação da alta gerência. Estes autores defendem que uma pessoa fique responsável por liderar as ações de GC, e a ela cabe divulgar, disseminar, projetar, implementar e supervisionar a GC na organização. Três de suas responsabilidades requereriam especial atenção: **1)** a formação de uma cultura de conhecimento; **2)** a criação de uma infraestrutura física, lógica e humana para a GC; **3)** a garantia da viabilidade econômica da GC (DAVENPORT e PRUSAK 1998, p.139).

Na implementação e condução da GC são utilizadas práticas, dentre as quais foram selecionadas as mais comuns: Aprendizagem Organizacional, Educação Corporativa, Gestão do Capital Intelectual, Gestão de Competências e Inteligência Empresarial (TERRA, 2005; LEUCH, 2006; SERPRO, 2011).

### **APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL**

Segundo Duarte e colaboradores (2008, p. 80), não é a organização que aprende e sim os indivíduos. Para que o conhecimento individual se torne organizacional, é necessário se percorrer um longo caminho, no qual ocorrem mudanças comportamentais tanto nos indivíduos quanto na organização em si. Assim, Aprendizagem Organizacional engloba uma série de práticas que promovam mudanças no conjunto de conhecimentos da organização, que criem estruturas coletivas de referência e estimulem o crescimento da competência para agir e resolver problemas. Por isso, faz-se necessário descobrir “as formas pelas quais o processo de aprendizagem pode ser estimulado e que investiguem como o conhecimento organizacional pode ser administrado para atender às suas necessidades estratégicas, disseminado e aplicado por todos como uma ferramenta para o sucesso” (DUARTE *et al.*, 2008, p. 81). Garvin (1993, p. 54) define a organização que aprende como aquela “que dispõe de habilidades para criar, adquirir e transferir conhecimentos, e é capaz de modificar seus comportamentos, de modo a refletir os novos conhecimentos e idéias.” Com base nessa definição, ele detectou cinco habilidades que esse tipo de organização demonstra: **1) Solução de problemas de forma sistemática; 2) Experimentação; 3) Aprendizado com as próprias experiências; 4) Aprendizado com os outros; 5) Transferência de conhecimentos.** Para Argyris (1991, p. 82), “o sucesso competitivo depende do aprendizado, mas a maioria das pessoas não sabe aprender”. Ele ainda afirma que a maior parte dos problemas de aprendizado em uma organização está na incompreensão do que seja aprender e como promover esse processo. Aprender não é meramente solucionar problemas, mas um procedimento de longa duração e persistência. Mas para que essa longevidade ocorra os integrantes da organização devem refletir de modo crítico o seu próprio comportamento e como este atua sobre os problemas e como podem modificá-lo de modo a inserir o máximo de benefícios pessoais e organizacionais.

### **EDUCAÇÃO CORPORATIVA**

Os processos de educação continuada para atualização do pessoal em todas as áreas da organização constituem práticas de Educação Corporativa (EC). Segundo Abreu, Gonçalves e Pagnozzi (2003, p. 7), “as pessoas e as organizações se desenvolvem por meio da aplicação de sistemas educativos que visam à implantação de uma cultura de aprendizagem contínua e de mudança de comportamento”. E esse desenvolvimento não se resume, portanto, à simples transmissão de conhecimentos, informações e habilidades. Com a missão de propiciar o aprendizado contínuo, a EC oferece soluções de aprendizagem e compartilhamento de conhecimentos, atuando no sentido de que todos tenham as qualificações necessárias para sustentar os objetivos empresariais (LEITE *et al.*, 2001). A EC deve considerar a estratégia empresarial e o seu modelo de gestão, direcionando a capacitação de pessoas para as suas atribuições específicas ao modelo proposto, considerando ainda “os conhecimentos de ordem geral e as habilidades cognitivas necessárias a toda a organização”, promovendo sempre que possível, a criatividade e a inovação (LEITE *et al.*, 2001). Abreu, Gonçalves e Pagnozzi (2003, p.7) destacam também que “a criação dos cursos formais pelas empresas, disponibilizados por meio das universidades corporativas, não se restringe apenas a searas estratégicas, abrangendo as áreas operacionais e tática”.

### **GESTÃO DO CAPITAL INTELECTUAL**

Para Stewart (1998), o capital intelectual constitui a matéria intelectual, como o conhecimento, a informação, a propriedade intelectual e experiências, que podem ser utilizadas para gerar riqueza. A Gestão do Capital Intelectual (GCI) aborda as estratégias e práticas para ampliar a competitividade e rendimentos com base nos ativos intangíveis da organização, quais sejam: marcas, patentes, desenhos industriais, know-how, dentre outros. Segundo Cordeiro (2002, p. 62), o cenário atual exige que as organizações tenham habilidade para gerenciar os seus ativos intangíveis, de modo a auferir maior

competitividade a longo prazo. São estes ativos que permitem que sejam criados novos produtos e serviços que sejam adequados aos novos e mutáveis modelos de consumo. A GCI deve também facilitar o relacionamento com os diversos atores que a influenciam, a melhoria constante de processos, produtos e serviços existentes e os diversos sistemas que a servem. Ela gera a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma organização.

## GESTÃO DE COMPETÊNCIAS

Segundo o SERPRO (2011), “competência engloba o conhecimento real, a habilidade, a experiência, os julgamentos de valor e redes sociais. É o elo entre conhecimento e estratégia. Não pode ser copiada com exatidão, é transferida pela prática”. A gestão de competência engloba o planejamento, a organização, o desenvolvimento o acompanhamento e a avaliação das competências de uma organização. Em geral ela inicia com o mapeamento de conhecimento disponível na organização. Segundo Brandão e Guimarães (2001), as competências essenciais das organizações seriam aquelas que lhes conferem vantagens competitivas, que geram valor percebido pelos clientes e que a concorrência não consegue imitar. Com vistas em aproveitar essas particularidades, diversas organizações usam o modelo de gestão de competências para planejar, selecionar e desenvolver as competências pessoais e organizacionais necessárias aos seus negócios e assim, obterem vantagens competitivas. Ainda de acordo com Brandão e Guimarães (2001, p. 11) a gestão de competências está intimamente conectada às estratégias organizacionais, direcionando suas ações de recrutamento, seleção e treinamento, gestão de carreira e formação de alianças estratégicas, bem como captação e desenvolvimento de competências necessárias para se atingir os objetivos determinados. Deve então estar em perfeita harmonia com essas estratégias.

## INTELIGÊNCIA EMPRESARIAL

Segundo Matheus e Parreiras (2004), Inteligência Empresarial (IE) depende de fatores humanos e organizacionais que estão envolvidos na busca de informação, especialmente externas à organização, de modo a dar sustentação à tomada de decisões. Segundo os autores (2004, p. 7), “o processo de tomada de decisões está intimamente relacionado ao processo de criação do conhecimento e com o processo de elaboração de sentido”. A Inteligência Empresarial engloba os processos que asseguram à organização a capacidade de antecipar ameaças e identificar oportunidades. Diante da necessidade de uma contextualização, Matheus e Parreiras (2004, p. 7-8) definiram três dimensões que determinam o contexto da inteligência empresarial, destacando os seguintes: **Objetivo da Inteligência Empresarial** - prover a alta gestão melhores condições de entender a organização e informações para incrementar a qualidade das decisões; **Tipo de Organização** - Aplicabilidade tanto a organizações públicas quanto privadas. Organizações de pequeno porte podem não desfrutar dos resultados almejados, devido ao vulto dos investimentos necessários à implantação de projetos de IE e *business intelligence*; **Ambiente Cultural** - Organizações com a cultura de compartilhamento e colaboração entre os funcionários dos diversos níveis têm maior facilidade em implantar e obter resultados mais efetivos nas iniciativas de IE.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa aplicada com uma abordagem quantitativa. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, com procedimentos de pesquisa do tipo levantamento, envolvendo também pesquisa bibliográfica e documental. Apresenta como instrumento de coleta de dados o questionário. Segundo Vergara (1998; p.45), a pesquisa descritiva tem como finalidade descrever características da população, e pode também estabelecer correlações entre variáveis, podendo ou não ter o compromisso em explicar os fenômenos que descreve.

Foi desenvolvido um instrumento específico para coleta dos dados que permite a seleção de práticas de gestão de conhecimento. Este instrumento baseia-se em métodos estatísticos de planejamento fatorial fracionário (BARROS NETO, SCARMINIO, BRUNS, 2003; RODRIGUES E IEMMA, 2005).

### **Amostragem e definição temporal da pesquisa**

A amostra para o teste-piloto constituiu-se de 53 servidores do Campus Salvador do IFBA, totalizando 4% da população de servidores desta instituição. A amostra foi aleatória, composta basicamente dos servidores professores e técnicos administrativos que aceitaram responder ao questionário. A pesquisa foi realizada nos meses de novembro e dezembro de 2010.

### **Planejamento fatorial fracionário e o questionário**

O planejamento fatorial tem sido muito aplicado em pesquisas básicas e tecnológicas e é classificado como um método de análise do tipo simultâneo, pois todas variáveis de interesse são avaliadas ao mesmo tempo (BARROS NETO, SCARMINIO, BRUNS, 2003; RODRIGUES E IEMMA, 2005). Os planejamentos fatoriais normalmente são representados por  $b^a$ , onde “a” é o número de variáveis (ou fatores) e “b” é o número de níveis (valores) que estas variáveis assumem. Por exemplo, na análise de um sistema com 5 fatores que assumem 2 valores (sim e não, por exemplo), o planejamento é representado por  $2^5$ . O número de condições a serem avaliadas será igual a  $b^a$ , ou seja, no exemplo temos  $2^5 = 32$  condições a serem testadas. Em experimentos laboratoriais ou industriais, o número de condições testadas equivale ao número de experimentos que deve ser realizado (BARROS NETO, SCARMINIO, BRUNS, 2003; RODRIGUES E IEMMA, 2005).

Para reduzir o número de condições testadas pode-se realizar planejamentos fatoriais fracionários (PFF), nos quais há redução das informações que podem ser extraídas do método, mas ainda assim indica, por exemplo, o peso de cada variável para o sistema em estudo. Neste trabalho de pesquisa, propõe-se o uso de PFF envolvendo cinco fatores (as práticas de GC) e dois níveis (priorização e não priorização de cada uma das práticas). O planejamento utilizado foi  $2^{5-2}$ , que equivale a um quarto da matriz do planejamento completo, em outras palavras, em vez de testar 32 condições, serão testadas 8 condições. A matriz mostrando as condições testadas, as variáveis e os níveis é apresentada na Tabela 02, no item de resultados.

Foi construído um questionário contendo informações sobre a pesquisa, sob sigilo e anonimato, e conceituando cada uma das cinco práticas de GC analisadas. O questionário continha questões sobre dados sociodemográficos dos respondentes e também a matriz mostrada na tabela 02, sendo a última coluna à direita utilizada para os respondentes preencherem com uma nota de zero a dez para aquela condição, caso ela fosse a escolhida para ser implementada no IFBA. Por exemplo, era perguntado ao respondente que nota ele daria caso o IFBA adotasse um programa de gestão de conhecimento conforme a condição 5: priorizando apenas Educação Corporativa e Gestão do Capital Intelectual. Esta mesma pergunta era repetida para cada uma das 8 condições testadas. As respostas foram analisadas estatisticamente conforme o método de planejamento fatorial fracionário, gerando um modelo estatístico que indica o peso de cada variável, denominado “efeito” da variável. Foi avaliada também a significância dos efeitos a partir do desvio das replicatas. Os dados sociodemográficos coletados dos respondentes referiam-se a sexo, faixa etária, formação acadêmica e função na instituição.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise dos dados coletados nesta pesquisa mostra um perfil de respondentes sendo 60% do sexo masculino, com faixa etária distribuída conforme a Figura 03.

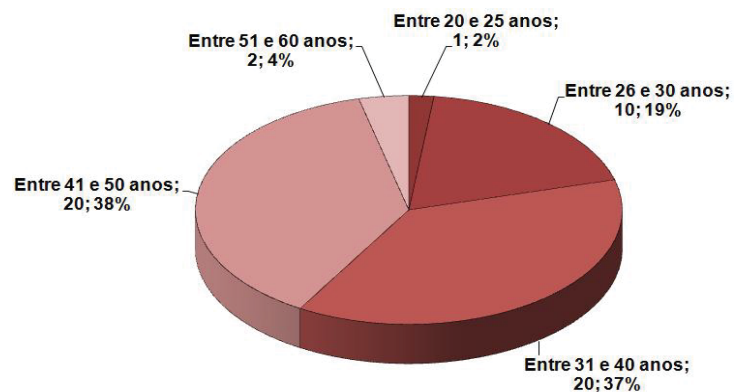


Figura 03. Faixa etária dos respondentes nesta pesquisa.

Foi analisada também a formação acadêmica dos respondentes, verificando-se que, como titulação mais elevada, 13% eram graduados; 45%, especialistas; 32% mestres e 10% doutores. A partir deste dados, pode-se depreender que os respondentes são homens maduros, a maioria acima de 30 anos, sem título de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado), que atuam como técnicos ou docentes de cursos técnicos ou tecnológico. Tal perfil sinaliza uma demanda de qualificação, já que, entre outros fatores, a remuneração de servidores públicos dos IF sofre grande influência da titulação.

Os respondentes, servidores do Campus Salvador do IFBA, podem ser enquadrados em quatro categorias funcionais: Técnico de nível médio; técnico de nível superior, docente do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT); e docente do Ensino Superior. A Figura 04 mostra a distribuição dos respondentes nestas categorias.

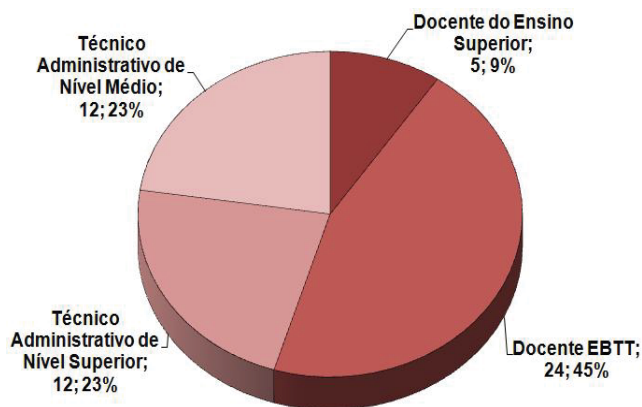


Figura 04. Categorias funcionais dos respondentes.

A análise das notas atribuídas pelos respondentes para cada uma das condições testadas resultou nos dados apresentados na última coluna da Tabela 02, com a média e o desvio padrão das notas.

Tabela 02. Matriz do planejamento fatorial fracionário 25-2, mostrando as condições testadas, as variáveis e os níveis assumidos por estas, e a média das notas atribuídas pelos respondentes.

Condições testadas	Aprendizagem Organizacional	Educação Corporativa	Gestão do Capital Intelectual	Gestão de Competências	Inteligência Empresarial	Nota (média±desvio)
1	Priorizado	Priorizado	Priorizado	Priorizado	Priorizado	9,11±1,75

2	Priorizado	Priorizado	Não priorizado	Não priorizado	Não priorizado	5,58±1,69
3	Priorizado	Não priorizado	Priorizado	Priorizado	Não priorizado	7,15±1,56
4	Priorizado	Não priorizado	Não priorizado	Não priorizado	Priorizado	6,87±1,71
5	Não priorizado	Priorizado	Priorizado	Não priorizado	Não priorizado	5,25±1,94
6	Não priorizado	Priorizado	Não priorizado	Priorizado	Priorizado	5,87±2,13
7	Não priorizado	Não priorizado	Priorizado	Não priorizado	Priorizado	4,58±2,07
8	Não priorizado	Não priorizado	Não priorizado	Priorizado	Não priorizado	3,90±2,23

A partir do cálculo dos efeitos pode-se construir o modelo matemático, mostrado na Equaco 01. Considerando o cálculo da significância dos efeitos, pode-se afirmar que são significativas apenas as variáveis: Aprendizagem Organizacional, Gestão do Capital Intelectual, Educao Corporativa e a articulao entre Aprendizagem Organizacional e Educao Corporativa.

Demanda por práticas de GC pode ser calculada pela Eq. 01, mostrada a seguir:

$$GC=5,82AO+1,41GCI+1,38(AO \times EC)+1,27EC+0,69GCP-0,05(AO \times GCI)+0,04 IE \quad [Eq. 01]$$

Onde: AO = Aprendizagem Organizacional, EC = Educao Corporativa, GCI = Gestão do Capital Intelectual, GCP = Gestão de Competências, IE = Inteligência Empresarial, AO x EC = Aprendizagem Organizacional articulada com Educao Corporativa, AO x GCI = Aprendizagem Organizacional articulada com Gestão do Capital Intelectual.

A análise do modelo obtido deste teste-piloto mostrado na Eq. 01 revela que, para a amostra pesquisada, a Gestão de Competências, a Inteligência Empresarial e a articulao entre Aprendizagem Organizacional e Gestão do Capital Intelectual não são práticas relevantes ou entendidas com prioridade para a instituio,

A demanda com ênfase demonstrada em Aprendizagem Organizacional articulada com Educao Corporativa pode ser compreendida pelo fato de a amostra representar uma grande maioria de servidores carentes de qualificao, demanda que atendida pode resultar em melhoria considerável dos processos e serviços prestados pela instituio.

Isoladamente, a Aprendizagem Organizacional  a prática considerada pelos servidores como a mais importante entre todas, influenciando inclusive as escolhas nos cenários em que ela ocorre. Por seu turno, a Inteligência Empresarial  a prática menos relevante, daí o seu menor ndice na tabela 01.

### 3. CONCLUSÃO

O método proposto para avaliar a demanda por práticas de gestão do conhecimento mostrou-se eficiente, eficaz e efetivo no teste-piloto aplicado entre servidores do Campus Salvador/Barbalho do IFBA. Foram demonstradas quais as práticas de gestão do conhecimento com maior demanda,

classificando-as em termos de prioridade e indicando quais delas os respondentes não consideraram significativas.

O método é simples, de aplicação rápida, e com elevada capacidade de diagnóstico institucional ou organizacional no que se refere a seleção e práticas de gestão.

A ferramenta de planejamento de experimentos é flexível, permitindo a incorporação de outras práticas de GC que resultarão em diferentes matrizes para avaliação dos respondentes.

De acordo com a Tabela 02, os entrevistados consideraram que as iniciativas de implantação de procedimentos de GC no IFBA deve priorizar a Aprendizagem Organizacional como uma das principais práticas.

Como é próprio de todo modelo empírico, ele só se aplica para a situação estudada. Assim, reforça-se a afirmação de que a GC tem caráter único para cada organização, sendo fruto de vivências próprias e da cultura organizacional. Cabe então, ao IFBA encontrar o seu caminho.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ABREU, Aline França de, GONÇALVES, Caio Márcio, PAGNOZZI, Leila, Tecnologia da Informação e Educação Corporativa: contribuições e desafios da modalidade de ensino-aprendizagem a distância no desenvolvimento de pessoas **Rev. PEC**, Curitiba, v.3, n.1, p.47-58, jul. 2002-jul. 2003. Disponível em [HTTP://www.bomjesus.com.br/publicacoes/pdf/Revista\\_PEC\\_2003/2003\\_ti\\_educacao\\_corporativa.pdf](HTTP://www.bomjesus.com.br/publicacoes/pdf/Revista_PEC_2003/2003_ti_educacao_corporativa.pdf) Acessado em 03/01/2011.

ARGYRIS, Chris, **Ensinando Pessoas Inteligentes a Aprender**. In Harvard Business Review. Publicado originalmente em Mai.-Jun. 1991.

ÁVILA, Thiago José Tavares; FREITAS JÚNIOR, Olival de Gusmão. O Contexto Tecnológico da Gestão do Conhecimento: das Comunidades de Prática aos Portais Corporativos do Conhecimento. In: ANGELONI, Maria Terezinha (Org.), **Gestão do Conhecimento no Brasil: Casos, experiências e práticas de empresas públicas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008. Cap. 6.

BARROS NETO, Benicio de Barros; SCARMINIO, Ieda Spacino; BRUNS, Roy Edward. **Como fazer experimentos: pesquisa e desenvolvimento na ciência e na indústria**, 2ª ed., Campinas: Ed. Unicamp, 2003.

BRANDÃO, Hugo Pena, GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Gestão de Competências e Gestão de Desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto?** ERA – Revista de Administração de Empresas. Jan/Mar.2001. Disponível em <http://www16.fgv.br/rae/artigos/151.pdf> . Acessado em 13/12/2010.

BRASIL. **Lei nº 11.892**, de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Presidência da República. Brasília, DF. 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm). Acessado em 03/07/2011.

CARVALHO, Isamir Machado de, Estratégias para a Implantação de Gestão do Conhecimento. In: ANGELONI, Maria Terezinha (Org.), **Gestão do Conhecimento no Brasil: Casos, experiências e práticas de empresas públicas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008. Cap. 1.

CASSAPO, Filipe M., **O que entendemos por “conhecimento tácito” e “conhecimento explícito”:** Informação, conhecimento e percepção, disponível em

<http://www.redeinovacao.org.br/LeiturasRecomendadas/O%20que%20entendemos%20por%20Conhecimento%20T%C3%A1cito%20e%20Expl%C3%ADcito.pdf> . Acessado em 17/11/2006.

CORDEIRO, José Vicente Bandeira de Mello. Reflexões sobre a avaliação do desempenho empresarial na era da informação: uma comparação entre a gestão do capital intelectual e o Balanced Scorecard. **Rev. FAE**, Curitiba, v.5, n.2, p.61-76, maio/ago.2002. Disponível em [http://fae.edu.br/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v5\\_n2/reflexoes\\_sobre\\_a\\_avaliacao.pdf](http://fae.edu.br/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/reflexoes_sobre_a_avaliacao.pdf) Acessado em 13/12/2010.

DAVENPORT, Thomas H., PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Ed. Campus Ltda., 1998.

DUARTE, Emeide Nóbrega, SILVA, Alzira Karla Araújo da, SANTOS, Edilene Toscano Galdino dos, LIMA, Izabel França de, RODRIGUES, Marcos Paulo Farias, COSTA, Suzana Queiroga da, **Aprendizagem organizacional em unidades de informação: do grupo focal à comunidade de prática**. Perspectiva em Ciência da informação, v.13, n.3, p.78-95, Set/Dez. 2008. Disponível em <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/230/530> Acessado em 09/12/2010.

GARVIN, David A., **Construindo a Organização que Aprende**. In Harvard Business Review. Publicado originalmente em Jul-Ago. 1993.

LEITE, Eliana Duarte, HOLANDA, Lilian Figueiredo, GONÇALVES, Lúcio Lage, COHEN, Viviane Santos. **O SERPRO e a Educação Corporativa**. In: Livro de gestão do Conhecimento, parceria SERPRO, PUC-PR, ESAF. Publicado em 2001. Disponível em [http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco\\_site/m\\_capitulo03.htm](http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco_site/m_capitulo03.htm). Acessado em 03/01/2011.

LESSA, José Silva, CEFET-BA – Uma Resenha Histórica: da Escola do mingau ao complexo integrado de educação tecnológica. Salvador: CCS/CEFET-BA, 2002.

LEUCH, Verônica. **Práticas de Gestão do Conhecimento em Indústrias de grande porte dos Campos Gerais**. 2006. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UTFPR - Ponta Grossa – PR.

MATHEUS, Renato F., PARREIRAS, Fernando S., **Inteligência Empresarial Versus Business Intelligence: Abordagens Complementares para o Apoio à Tomada de Decisão no Brasil**, KMBrazil 2004 – Congresso Anual da Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento, 3., 2004, São Paulo. Anais. Disponível em <http://www.rfmatheus.com.br/doc/MATHEUSPARREIRASIEvsBIVO.51.pdf> Acessado em 17/12/2010.

MORAES, Gisele Diniz de Almeida, TERENCE, Ana Cláudia Fernandes, ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. A Tecnologia da Informação como Suporte à gestão Estratégica da Informação na Pequena Empresa. **Revista de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação**, Vol. 1, Nº 1, pp. 28-44, 2004. ISSN on line 1807-1775

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. (Org.). **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

POLANYI. Michael. **Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy**. Chicago: University of Chicago Press, 1958.

RODRIGUES, Maria Isabel; IEMMA, Antônio Francisco. **Planejamento de experimentos e otimização de processos**. Campinas: Casa do Pão Editora, 2005.

SERPRO. **Gestão do Conhecimento**. Disponível em [http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco\\_site/m\\_capitulo01.htm](http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco_site/m_capitulo01.htm)>. Acessado em 07/07/2011.

SERVIN, Géraud, **ABC of Knowledge Management**, Extraído livremente de NHS National Library for Health. Disponível em <http://www.library.nhs.uk/SpecialistLibrarySearch/Download.aspx?resID=126403> Acessado em 31/03/2009. Publicado em Julho de 2005.

SETZER, Valdemar W., **Dado, Informação, Conhecimento e Competência**, disponível em <http://www.ime.usp.br/~vwsetzer/dado-info.html>. Acessado em 11/04/2007. Publicado em 2001.



SILVA, Ronaldo Pedreira. **A Gestão do Conhecimento em Instituies de Ensino Superior e Tecnológico: Análise do Instituto Federal de Educao, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA.** Dissertao de Mestrado. UnB. Brasília/DF. 2010.

STEWART, Thomas A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. **Gestão do Conhecimento: O grande desafio empresarial.** Quinta edio revisada e atualizada. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2005.

VERGARA, Sílvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administrao.** São Paulo: Atlas, 1998.

## MODELAGEM DOS PRINCIPAIS INDICADORES DE GESTÃO DAS INSTITUIÇÕES CONSTITUINTES DA RFEPCT

A. C. A. Neto<sup>1</sup>; D. H. J. Santana<sup>2</sup> e N. M. Ribeiro<sup>3</sup>

<sup>1, 2 e 3</sup> Instituto Federal da Bahia - Campus Salvador

clodoaldo@ifba.edu.br – douglashjs@ifba.edu.br – nubia@ifba.edu.br

### RESUMO

Neste artigo, realizou-se o levantamento de indicadores da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT) e, a partir deles, foram realizadas análises estatísticas sobre a gestão desta rede, modelando os dados segundo correlações matemáticas, com métricas que permitem o aperfeiçoamento da realidade social constituída pelos Institutos Federais (IF). Evidenciam-se as grandes jazidas de indicadores disponíveis nos Relatórios de Gestão e no Portal da Transparência do Governo Federal, mas ainda subutilizados em seus potenciais como instrumentos para análises que revelem a RFEPCT e permitam a visualização de similaridades e disparidades entre os entes federados. Ressalta-se ainda a necessidade de reavaliação do Ministério da Educação (MEC) quanto ao *status* da UTFPR como parte da RFEPCT em função de seu porte em relação às demais instituições que compõem a rede, e a necessidade de padronização de indicadores nos Relatórios de Gestão e divulgação deles entre os IF para o melhor aproveitamento das ferramentas estatísticas em benefício do monitoramento e o diagnóstico holístico do sistema federal de educação profissional.

**Palavras-chave:** gestão; indicadores; Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT).

## 1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento nacional proporcionado por avanços técnicos e científicos decorre do eixo estrutural de políticas públicas para a educação. Apesar de o país ter obtido progressos neste campo, o sistema educacional brasileiro ainda padece de atualização e consistência em sua dimensão gerencial, sobretudo no que tange a composição da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT).

A RFEPCT é composta atualmente pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná, pelos Centros Federais de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET-RJ e de Minas Gerais - CEFET-MG, pelas Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais e pela integração de 78 Escolas Técnicas e Agrotécnicas e CEFET em 38 Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, conforme a Lei 11.892, de dezembro de 2008. Os Institutos Federais (IF) são autarquias autônomas de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, nos quais os cursos são definidos de acordo com as potencialidades econômicas locais, visando o desenvolvimento regional, a difusão de conhecimento e a geração de novas tecnologias.

Até 2002 o país dispunha de 140 unidades de ensino de instituições federais que compunham a Rede de educação técnica e tecnológica. O Plano de Expansão da Rede Federal promovido pelo Ministério da Educação (MEC) perfaz o investimento de R\$ 1,1 bilhão entre 2008 e 2011 na modernização e ampliação dos atuais Institutos Federais. A meta do governo previa a inauguração de 226 novas unidades, o que totalizaria 366 unidades de ensino da RFEPCT até o final de 2010, uma expansão de mais de 160% do parque federal de educação profissional e tecnológica em apenas oito anos. Também foi proposta a meta de ampliar o número de vagas de 215 mil para 500 mil vagas até 2010. Em 2011, em novo plano de expansão, o atual governo federal ampliou ainda mais os investimentos no setor, promovendo uma nova expansão da RFEPCT com a implantação de mais 120 unidades distribuídas por todo o país.

Para garantir o sucesso desta expansão, é esperado que a ampliação do número de *campi* dos IF seja acompanhada de uma atualização ou melhoria da gestão destas instituições. Neste sentido, o processo de expansão incluiu a assinatura de um Acordo de Metas cujo acompanhamento e avaliação será realizado mediante indicadores previamente estabelecidos (BRASIL, 2005). Estes Indicadores de Gestão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica foram determinados no Acórdão 2.267/2005 do Tribunal de Contas da União (TCU), e perfazem um total de 12 indicadores: 7 acadêmicos e 5 administrativos. São os indicadores acadêmicos: 1. Relação Candidato / Vaga; 2. Relação de Ingressos/Alunos Matriculados; 3. Relação de Alunos Concluintes/Alunos Matriculados; 4. Índice de Eficiência Acadêmica – concluintes; 6. Relação Alunos/Docente em Tempo Integral; 7. Índice de Titulação do Corpo Docente. Os indicadores administrativos são: 8. Gastos Correntes por Aluno (onde gastos correntes incluem os gastos, exceto investimento, capital, precatórios, Inativos e pensionistas); 9. Percentual de Gastos com Pessoal (são considerados os gastos com servidores ativos, inativos, pensionistas, sentenças judiciais e precatórios, em relação aos gastos totais); 10. Percentual de Gastos com Outros Custeios (são considerados os gastos com outros custeios: subtraindo-se deles os benefícios, PASEP, investimentos e inversões financeiras, em relação aos gastos totais); 11. Percentual de Gastos com Investimentos (são considerados os gastos em Investimentos e Inversões Financeiras em relação aos gastos totais); 12. Número de Alunos Matriculados Classificados de Acordo com a Renda Per Capita Familiar (determinação do TCU) (BRASIL, 2005). Estes indicadores deveriam estar presentes nos Relatórios de Gestão das instituições que compõem a RFEPCT. Obviamente estes seriam os indicadores mais apropriados para estudos comparativos, posto serem negociados e acordados entre as partes. Todavia, por serem recentes e não constituírem uma série histórica expressiva, poderão ser objeto de estudos futuros. Ressalta-se que, nesta pesquisa, foram utilizados alguns outros indicadores entendidos representativos de aspectos do estado da arte da gestão da rede. Tal escolha favoreceu a utilização de ferramentas estatísticas buscando revelar comportamentos ou correlações, aparentemente não tão visíveis desta RFEPCT tão recentemente formalizada.

Considerando este contexto, esta pesquisa correlaciona alguns dos indicadores dos Institutos Federais e demais instituições da RFEPT disponíveis nos Relatórios de Gestão e no Portal da Transparência do Governo Federal, a fim de construir para uma gestão integrada e associada ao uso adequado de instrumentos de acompanhamento e avaliação. A pesquisa baseia-se na análise estatística, utilizando técnicas de regressão linear a fim de proporcionar subsídios aos gestores da RFEPT para detectarem similaridades e disparidades entre as instituições e avaliarem os impactos de suas ações para melhorar a qualidade do ensino profissional e nortear um melhor aproveitamento dos recursos de forma mais profissional e adequada aos novos tempos e desafios.

## 2. RELAÇÕES ENTRE GESTÃO, MODELOS E INDICADORES

Segundo Moraes (sd), gestão envolve o processo de tomada de decisões sobre objetivos e utilização de recursos; a implementação das atividades requeridas para concretizar tais decisões; a avaliação destas atividades; e a realização de ajustes para atingir os resultados esperados com eficiência, eficácia e efetividade.

No processo de avaliação, o gestor muitas vezes não consegue observar os fenômenos e os sistemas no ambiente natural. Esta limitação pode ser superada pela construção de modelos representativos da realidade que se quer observar. Experiências feitas em modelos são simulações, objetivando a compreensão de sistemas, das variáveis envolvidas e de seu comportamento (MORAES, sd). O comportamento ou desempenho de um modelo depende de variáveis que podem ser controladas ou manipuladas e de variáveis que não podem ser controladas ou manipuladas. Em empresas, por exemplo, são variáveis controláveis: os investimentos, o porte, a localização, o número de funcionários, etc. São variáveis não controláveis: concorrência, demandas sociais, crescimento do mercado, etc. Os esforços do gestor quase sempre se voltam para a busca de reduzir variáveis não controláveis, ou de induzir seu controle, por exemplo, por controle de demanda, indução de valores sociais, etc. Para acompanhar ou avaliar estas variáveis o gestor necessita medi-las.

Rozados, em seu artigo de 2005, atribui a Lorde Kelvin a célebre frase: “Se algo não pode ser medido, ele realmente não existe” (ROZADOS, 2005). Em se tratando de medições, é esperado que toda medida seja acompanhada da definição do método de medição, a métrica. A seleção da métrica no contexto de uma organização depende, segundo Geisler (2000, *apud* ROZADOS, 2005) da cultura organizacional, do conjunto de métricas disponíveis e do objeto ou atividade a ser a ser medida. O mesmo autor também identifica os atores (gestores, clientes, governo, etc) como outro fator que interfere na escolha da métrica. Em geral, os valores obtidos na medição servem para diagnóstico, acompanhamento ou avaliação das situações, e constituem-se “indicadores”.

Neste trabalho serão utilizadas concepções de indicador apresentadas pela Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 2008). Indicador é

parâmetro, ou valor calculado a partir dos parâmetros, fornecendo indicações sobre ou descrevendo o estado de um fenômeno, do meio ambiente ou de uma zona geográfica, de uma amplitude superior às informações directamente ligadas ao valor de um parâmetro (OCDE, 2002, p. 191).

uma ferramenta de avaliação entre outras; para captar-se todo o seu sentido, devem ser interpretados de maneira científica e política. Devem, com a devida frequência, ser completados com outras informações qualitativas e científicas, sobretudo para explicar factores que se encontram na origem de uma modificação do valor de um indicador que serve de base a uma avaliação (OCDE, 2002, p. 204).

Segundo Minayo (2008) a utilidade de um bom indicador depende de algumas condições:

(a) que estejam normalizados e que sua produção histórica (sua temporalidade) se atenha sempre à mesma especificação ou forma de medida, permitindo a comparabilidade;

(b) que sejam produzidos com regularidade, visando à formação de séries temporais e permitindo visualizar as tendências dos dados no tempo;

(c) que sejam pactuados por quem (grupos, instituições) os utiliza e quem pretende estabelecer comparabilidade no âmbito nacional e até internacional e;

(d) e que estejam disponíveis para um público amplo e de forma acessível, propiciando à opinião pública um formato simples de acompanhamento dos índices coletados e avaliados.

Grateron (1999) defende que os indicadores são basilares para tomada de decisão de gestores, mas a validade do indicador depende de suas qualidades que, ainda segundo este autor, devem contemplar os seguintes requisitos: relevância, pertinência, objetividade, sensibilidade, precisão e custo-benefício. Grateron (1999) também afirma que os indicadores são instrumentos para medir, acompanhar e avaliar as variáveis importantes das organizações, e que, para isto, devem haver valores ou padrões definidos como referência.

Muitos são os órgãos que trabalham especificamente no levantamento e processamento de informações, transformando-as em indicadores ou índices, a fim de monitorar o desenvolvimento econômico, social, científico do país. Especificamente na gestão pública, em 1997 o Programa da qualidade e participação na administração pública, do então Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, definiu como uma das suas diretrizes a “utilização de indicadores de desempenho, visando maior eficiência com ênfase na redução de custos e no aumento da qualidade dos serviços prestados” (BRASIL, 1997).

A medição sistemática e estruturada permite às organizações monitorar seu desempenho e desta forma realizar mudanças rapidamente, com base em informações pertinentes e confiáveis, conforme ocorrem as mudanças no mercado. O estudo das organizações que têm se mantido na liderança em seus setores de atuação por longos períodos mostra que a habilidade de medir sistematicamente seu próprio desempenho (e de usar a medição inteligentemente para buscar patamares superiores) é uma característica sempre presente. (FPNQ, sd).

Neste artigo, realizou-se o levantamento de indicadores dos Institutos Federais e demais instituições da RFEPECT disponíveis nos Relatórios de Gestão e no Portal da Transparência do Governo Federal, e a partir deles foram desenvolvidas análises estatísticas com métricas que permitem o aperfeiçoamento da realidade social constituída pelos Institutos Federais, a fim de contribuir para a construção de uma gestão integrada.

### 3. METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como pesquisa aplicada, com abordagem quantitativa. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória já que não há estudos prévios sobre o tema, porém amplia-se ao caráter explicativo já que a modelagem dos dados obtidos permite a correlação de variáveis. Quanto aos procedimentos, a pesquisa é preponderantemente documental, no que se refere à coleta de dados, e empírica, no que se refere à análise e modelagem dos dados.

Como fonte de informações, foram utilizados os Relatórios de Gestão das instituições pesquisadas e o Portal da Transparência, de onde foram coletados os indicadores da UTFPR, dos 38 IF e dos CEFET-MG e CEFET-RJ **relativos ao exercício de 2009**.

Os indicadores e dados educacionais/acadêmicos e administrativos foram extraídos, herculeamente, dos Relatórios de Gestão de cada IF, bem como do Termo de Acordo de Metas e Compromissos em função de não ser possível o acesso a uma base de dados e informações mais ampla, centralizada e atualizada, oficialmente disponibilizada.

No que tange a parte financeira, os indicadores selecionados foram extraídos do site Portal da Transparência, mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU), cuja função é realizar o

acompanhamento da execução financeira dos programas de governo, em âmbito federal. Os indicadores financeiros extraídos do Portal da Transparência foram agrupados em três grupos de despesas e seus respectivos elementos de despesa.

Para uma melhor compreensão dos dados, realizou-se uma série histórica abrangendo os anos de 2004 a 2009 dos 38 IF, englobando seus *campi*, para buscar identificar as tendências e as prioridades de cada Instituto Federal e da RFEPCCT como um todo, de forma sistemática.

Este levantamento permitiu a constituição de um Banco de Dados revelando a “evolução” da recém formalizada RFEPCCT a partir da simulação do seu passado de 2004 a 2008 (pelo agrupamento dos dados dos antigos CEFET nos novos IF) adicionado aos dados reais e publicados de 2009, conforme demonstra a Figura 1:

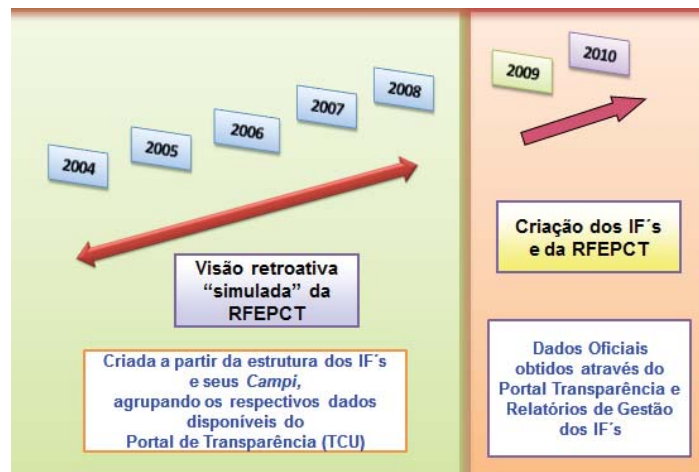
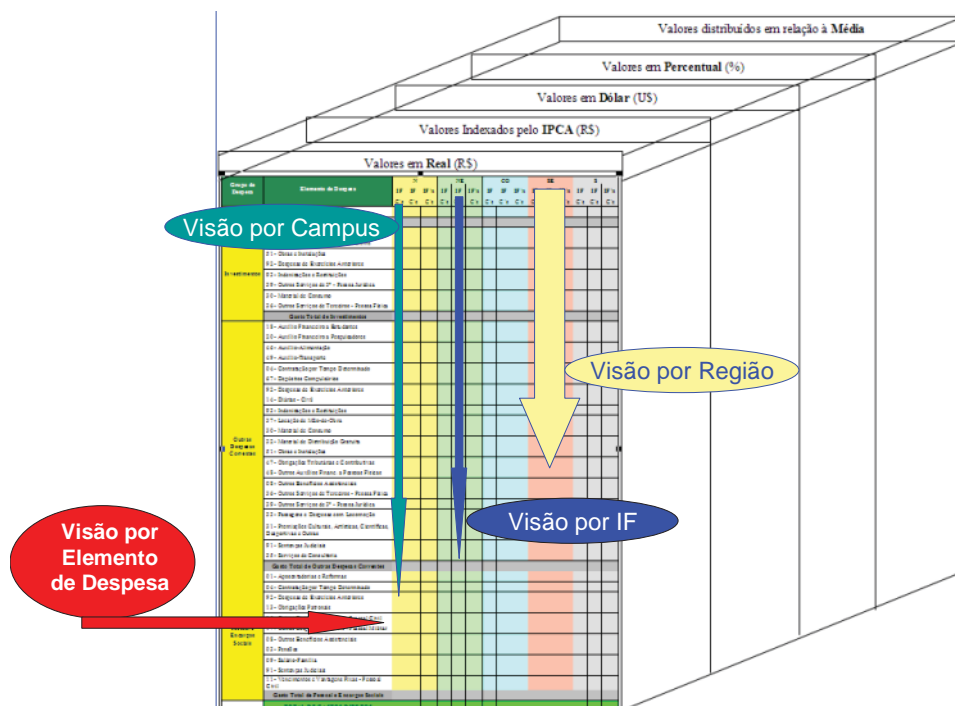


Figura 1: Linha do tempo na constituição do Banco de Dados.

Fonte: elaborado pelos autores.

Após o levantamento dos indicadores de gestão da RFEPCCT foram gerados mais de 7.000 gráficos organizados e tabulados em valores R\$, U\$, ajustado pelo IPCA e % aplicados, sistematizados conforme a Figura 2.



**Figura 2: Visões possíveis sobre os indicadores financeiros no Bando de Dados.**

Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 3 explicita os “cubos” de dados obtidos na linha do tempo.



**Figura 3: “Cubos” de dados obtidos na linha do tempo.**

Fonte: elaborado pelos autores.

Deste contexto, foram então selecionados os indicadores mais significativos a fim de realizar a análise estatística com a técnica de regressão linear por meio do software MINITAB. A regressão linear permite detectar relações entre as variáveis e estimar resultados. Ademais, um banco de dados foi desenvolvido para viabilizar as análises estatísticas com os IF que divulgaram os indicadores nas fontes supracitadas.

Os indicadores relativos a dados acadêmicos foram extraídos dos Relatórios de Gestão das instituições da RFEPECT. Os institutos IFAC, IFAP, IFB, IFBAIANO, IFMS, IFNMG, IFSC, IFSUL, IFSULDEMINAS e o CEFET-RJ foram excluídos da análise em face da insuficiência de dados nos Relatórios de Gestão, sobretudo relativos ao número de alunos matriculados.

No que tange a parte financeira, os indicadores foram extraídos do *site* Portal da Transparência, mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU), cuja função é realizar o acompanhamento da execução financeira dos programas de governo, em âmbito federal.

Observou-se que, no conjunto formado pelos 38 IF, a UTFPR e os dois CEFET, estas instituições possuem informações mais consolidadas relativas a indicadores administrativos e financeiros, contudo o mesmo não ocorre no que se refere a indicadores acadêmicos, sobretudo quando se trata de indicadores específicos relativos a cada modalidade de ensino. A falta destes indicadores transforma-se em um obstáculo na investigação das práticas de gestão por meio de ferramentas estatísticas.

### 3. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Do conjunto de análises estatísticas realizadas, foram selecionadas as mais relevantes e que permitem visualizar as similaridades e as disparidades entre as instituições da Rede a fim de que estes dados possam auxiliar a tomada de decisões pela gestão. Assim, são apresentadas aqui as seguintes correlações: 1) Relação entre total de gastos diretos e número de alunos; 2) Relação entre número de docentes (efetivos e substitutos) e número de alunos matriculados; 3) Relação entre investimentos e

gastos com pessoal e encargos sociais, e relação entre outras despesas correntes e gastos com pessoal e encargos sociais.

### 3.1. Relação entre total de gastos diretos<sup>1</sup> e número de alunos matriculados

A partir do levantamento de dados relativos dos gastos totais, disponíveis no Portal da Transparência (PT), e do número de alunos matriculados, obtidos nos Relatórios de Gestão (RG), de todas as instituições que compõem a RFEPCT, estes dados foram analisados por meio do programa MINITAB, utilizando o método dos mínimos quadrados, que gerou a correlação linear mostrada na Figura 4.

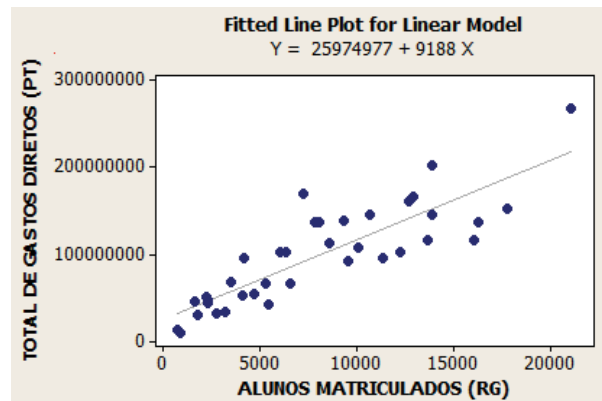


Figura 4: Relação entre total de gastos diretos e número de alunos matriculados

A modelagem dos dados mostrados na Figura 4 gerou uma equação que correlaciona gastos com número de alunos (eq. 1).

$$\text{Total de Gastos Diretos (Y)} = 25.974.977 + 9.188 \times \text{Alunos matriculados (X)}. \quad (\text{Eq. 1})$$

A análise da Eq. 1 revela que o custo fixo por unidade de ensino é de R\$ 25.974.977 e a cada aluno matriculado há a necessidade do incremento de R\$ 9.188,00 no orçamento da instituição. Do ponto de vista estatístico, esta relação é considerada forte, possuindo um coeficiente de correlação de 0,85 e coeficiente ajustado de determinação  $R^2$  de 71,97%, o que significa que 71,97% da variação do Total de Gastos Diretos pode ser explicada pelo modelo de regressão (Eq. 1).

A Figura 5 mostra os dados relativos ao total de gastos diretos e número de alunos, tendo identificadas as instituições. Observa-se nesta Figura, um valor incomum para a variável *Alunos Matriculados* da unidade UTFPR com alta disparidade em relação às outras instituições, uma vez que possui um considerável número de alunos matriculados (21.039), o que exige uma grande infraestrutura administrativa e financeira para mantê-la em pleno funcionamento.

<sup>1</sup> Gastos totais de todas as fontes e todos os grupos de despesa.



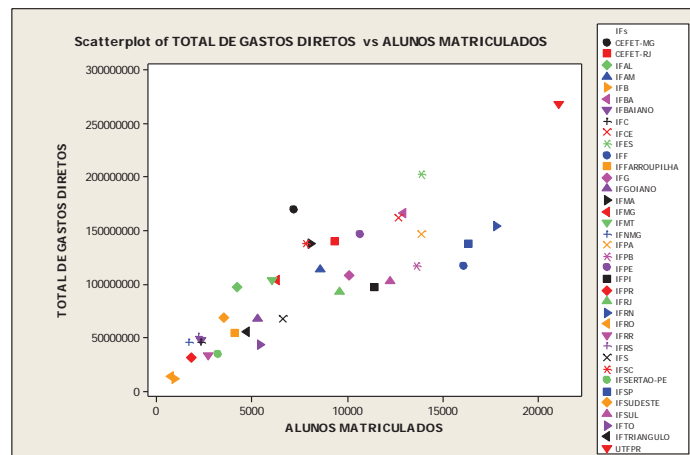


Figura 5: Relação entre total de gastos diretos e número de alunos matriculados, com a identificação das instituições

## 2. Relação entre número de docentes (efetivos e substitutos) e número de x alunos matriculados

A modelagem dos dados relativos ao número de docentes (efetivos e substitutos) e número de alunos matriculados, obtidos dos Relatórios de Gestão resultou no modelo linear mostrado na Figura 6. Este modelo é ajustado à Eq. 2:

$$\text{Número de Docentes (Y)} = 57,35 + 0,04967 \cdot \text{Número de Alunos Matriculados(X)} \quad (\text{Eq. 2})$$

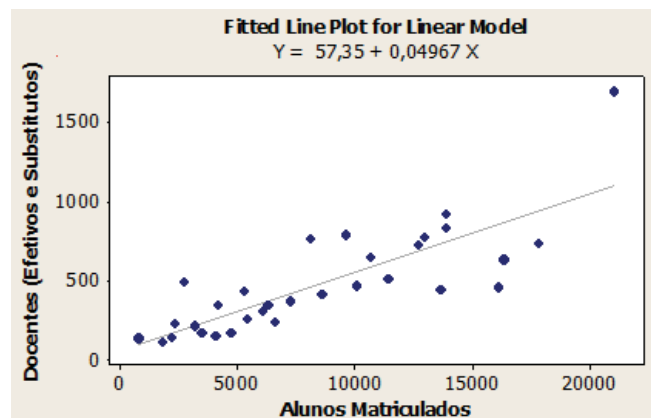


Figura 6: Relação entre número de docentes (efetivos e substitutos) e número de x alunos matriculados

O modelo expressa uma relação positiva entre a variável dependente *Número de Docentes (Y)* e a variável independente *Número de Alunos Matriculados (X)*. O coeficiente de correlação resulta no valor positivo de 0,81 denotando correlação forte. O coeficiente ajustado de determinação  $R^2$  foi de 64,61%, o que significa que 64,61% da variação em *Número de Docentes (Efetivos e Substitutos)* pode ser explicado pelo modelo de regressão. Também neste caso, nota-se que a UTFPR possui um número total de docentes, substitutos e efetivos bastante dissonante em comparação com as outras instituições da Rede Federal.

## 3. Relação entre investimentos<sup>2</sup> e gastos com pessoal e encargos sociais<sup>3</sup>, e relação entre outras despesas correntes<sup>4</sup> e gastos com pessoal e encargos sociais

<sup>2</sup> Incluem gastos com investimentos e com inversões financeiras. INVESTIMENTOS são despesa destinada ao planejamento e execução de obras, inclusive as destinadas à aquisição de imóveis considerados necessários à realização de obras, bem como a programas especiais de trabalho, aquisição de instalações, equipamentos e material permanente e constituição ou aumento de

As Figuras 7 e 8 revelam impactos negativos da variável *Pessoal e Encargos Sociais* relacionada com as variáveis *Investimentos* e *Outras Despesas Correntes*, em termos percentuais.

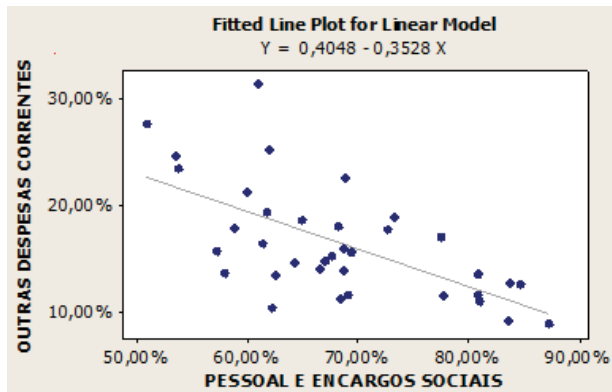


Figura 7: Relação entre investimentos e gastos com pessoal e encargos sociais

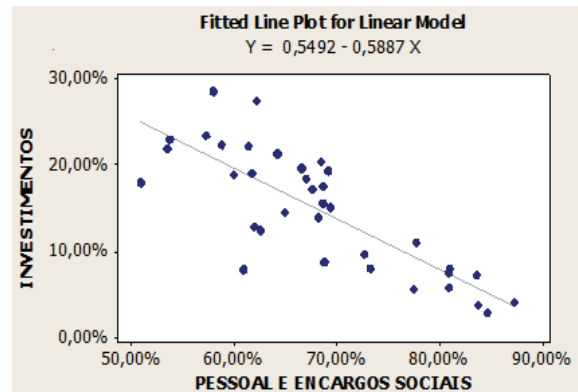


Figura 8: Relação entre outras despesas correntes e gastos com pessoal e encargos sociais

A correlação entre investimentos e gastos com pessoal e encargos sociais pode ser expressa pela Eq. 3:

$$\text{Investimentos (Y)} = 0,5492 - 0,5887 \times \text{Gastos com pessoal e encargos sociais (X)} \quad \text{Eq. 3}$$

A correlação entre *Outras Despesas Correntes* e gastos com pessoal e encargos sociais pode ser expressa pela Eq. 4:

$$\text{Outras Despesas Correntes (Y)} = 0,4048 - 0,3528 \times \text{Gastos com pessoal e encargos sociais (X)} \quad \text{Eq. 4}$$

A força de correlação das Eq. 3 e 4 é média, pois o percentual de dados explicados pelos modelos é menor que 70%. Observa-se ainda que a Rede Federal apresenta um gasto elevado com Pessoal e Encargos Sociais, superior a 50%, o que compromete a alocação de recursos na modernização da infraestrutura das instituições.

Estas modelagens apresentam o potencial de uso da ferramenta estatística para traçar correlações e, a partir delas, viabilizar, por exemplo, projeção de custo médio de uma instituição em relação a número de alunos. Ressalta-se que este estudo, como a análise de uma ferramenta estatística, não desconsidera as assimetrias e as particularidades regionais, que pode justificar a distribuição de recursos para induzir o desenvolvimento de instituições em regiões mais carentes de estímulos e de pessoal com formação técnica-científica.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

capital de empresas que não sejam de caráter comercial ou financeiro. INVERSÕES FINANCEIRAS são despesa com aquisição de imóveis ou bens de capital já em utilização e também a aquisição de títulos representativos do capital de empresas ou entidades de qualquer espécie, já constituídas, quando a operação não importe aumento do capital e com a constituição ou aumento do capital de entidades ou empresas que visem a objetivos comerciais ou financeiros, inclusive operações bancárias ou de seguros.

<sup>3</sup> Gastos com pessoal e encargos sociais são gastos com servidores ativos, inativos, pensionistas, sentenças judiciais e precatórios.

<sup>4</sup> Despesas com a manutenção e funcionamento da máquina administrativa do governo, tais como: aquisição de pessoal, material de consumo, pagamento de serviços prestados por pessoa física sem vínculo empregatício ou pessoa jurídica independente da forma contratual, e outras não classificadas nos demais grupos de despesas correntes (vide [http://www.tesouro.fazenda.gov.br/servicos/glossario/glossario\\_o.asp](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/servicos/glossario/glossario_o.asp)). No caso dos indicadores definidos no Acórdão 2.267/2005 do Tribunal de Contas da União (TCU), outras despesas correntes correspondem ao total de gastos com outras despesas correntes, subtraindo-se benefícios, pasesp, investimentos e inversões financeiras, assistência pré-escolar, auxílio transporte e auxílio alimentação.

A ausência de sistematização e uniformidade entre os Relatórios de Gestão das instituições que compõem a RFEPT é um grande empecilho para o diagnóstico, acompanhamento e avaliação da gestão. Além deste fato, observa-se ainda incoerência de dados ao longo dos relatórios, o que sinaliza a necessidade de aperfeiçoamento deste instrumento, elevando-o do patamar de formalidade legal para o de real instrumento de acompanhamento e avaliação. Assim, como um dos resultados desta pesquisa, registra-se a necessidade de sistematização e uniformidade dos Relatórios de Gestão.

Especificamente em relação às modelagens aqui apresentadas, pode-se dizer que os modelos obtidos nesta pesquisa podem ser úteis para o planejamento da expansão da Rede que prevê mais 120 *campi* a serem implantados. O uso das equações obtidas nas modelagens pode conferir ao atual governo maior assertividade na alocação e gestão dos recursos.

As análises estatísticas revelam que, embora a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) integre a Rede Federal, há uma disparidade entre seus dados e o das demais instituições em face de seu maior porte.

As técnicas e análises estatísticas demonstram ser uma ferramenta fundamental na apreciação dos impactos decisórios no uso dos recursos públicos em prol de uma maior eficiência da gestão da Rede Federal, porém a insuficiência de indicadores padronizados e comuns tem limitado substancialmente o potencial dessas ferramentas e inviabilizando a profissionalização da gestão. No futuro próximo, tão logo existam dados mais regulares e consistentes, recomenda-se a aplicação de ferramentas estatísticas como as apresentadas neste artigo utilizando os 12 indicadores de Gestão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, determinados no Acórdão 2.267/2005 do Tribunal de Contas da União (TCU), de maneira a permitir uma modelagem de comportamento entre variáveis expressivas no aperfeiçoamento da gestão desta importante rede de ensino público.

## 5. REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado. **Programa da qualidade e participação na administração pública** / Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado: Brasília: MARE, 1997. 59 p. (Cadernos MARE da reforma do estado; c. 4).

BRASIL. **Métodos de Cálculo para os Indicadores de Gestão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica – EPT determinados no Acórdão 2.267/2005-TCU**, 2005. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/indicadores\\_gestao\\_maio.pdf](http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/indicadores_gestao_maio.pdf)>. Acesso em: 11 ago.2011.

FPNQ. FUNDAÇÃO PARA O PRÊMIO NACIONAL DA QUALIDADE. **Planejamento do Sistema de Medição do Desempenho**. 2 ed. São Paulo, sd. Disponível em: <[www.propeq.org.br/DownloadDoc.php?d=arqDownload&f=plan.pdf](http://www.propeq.org.br/DownloadDoc.php?d=arqDownload&f=plan.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2011.

GRATERON, Ivan Ricardo Guevara. Auditoria de Gestão: utilização de indicadores de gestão no setor público. **Cadernos de Estudos**, São Paulo, FIECAFI, nº 21, p. 1-18, 1999.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. 11ª. ed. São Paulo: Hucitec; 2008.

MORAES, Paulo Eduardo. **Introdução à gestão empresarial**. Curitiba: IMBEX, sd.

OCDE. Organização de Cooperação e Desenvolvimento Económico. Rumo a um desenvolvimento sustentável: indicadores ambientais. Tradução Ana Maria Teles, Salvador (Centro de Recursos Ambientais); **Série Cadernos de referência ambiental**; v.9, 244 p. 2002. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/27/45/2345364.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2011.

OECD. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Handbook on Constructing Composite Indicators**: methodology and user guide. Paris: OECD Publications, 2008. Disponível em: <<http://browse.oecdbookshop.org/oecd/pdfs/browseit/3008251E.PDF>>. Acesso em: 26 jul. 2011.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO FEDERAL. **CGU**. Disponível em: <[http://www.portaldatransparencia.gov.br/PortalComprasDiretasOEOrgaoSubordinado.asp?Ano=2009&Valor=&CodigoOS=26000&NomeOS=MINISTERIO DA EDUCACAO&ValorOS=3136156225715](http://www.portaldatransparencia.gov.br/PortalComprasDiretasOEOrgaoSubordinado.asp?Ano=2009&Valor=&CodigoOS=26000&NomeOS=MINISTERIO%20DA%20EDUCACAO&ValorOS=3136156225715)>. Acesso em: 18 jul. 2011.

**Relatórios de Gestão 2009**, dos IF. Disponível em: <[http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/contas/relatorios\\_gestao/relatorios\\_2009](http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/contas/relatorios_gestao/relatorios_2009)>. Acesso em: 18 jul. 2011.

ROZADOS, Helen Beatriz Frota. Uso de indicadores na gestão de recursos de informação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 3, n. 1, p. 60-76, jul./dez. 2005.

## MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE SANTA INÊS: UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO REDE EM AÇÃO

A. L. Araújo<sup>1</sup> e A. M. S. Rodrigues<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês e <sup>2</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês  
alcionelino@ifma.edu.br – figueredo2008@r7.com

### RESUMO

Face ao desafio de construir conhecimento sobre os aspectos psicológicos da mulher, um deles é o lado empreendedor. A criação de micros e pequenas empresas por mulheres está sendo de grande importância econômica e social para muitos países. De acordo com pesquisas, as mulheres respondem por 42% das empresas brasileiras ficando, inclusive, acima da média internacional de 39,9%. Porém, pouco se sabe sobre o modo de gerir das mulheres empreendedoras e inclusive sobre suas competências. Assim, tendo em vista a crescente participação das micros e pequenas empresas na economia brasileira e, particularmente, de empreendimentos conduzidos por mulheres, este estudo pretende provocar algumas discussões e reflexões sobre os desafios enfrentados por mulheres que trabalham por conta própria (além daqueles comuns a toda pequena empresa) e as competências que mulheres empreendedoras utilizam (necessitam) para gerir micro e pequenas empresas no atual contexto.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Mulher empreendedora. Competência.

## 1. INTRODUÇÃO

Dentro do contexto de um significativo crescimento do trabalho feminino no Brasil (Bruschini, 1994), as mulheres vêm aumentando sua atuação em posições de liderança nas empresas e conquistando mais terreno no espaço público.

No ambiente das micro e pequenas empresas brasileiras, é muito relevante a presença das empresas criadas e lideradas por mulheres, que, dessa maneira, não só constroem para si uma alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho, mas também geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país.

O potencial econômico do empreendedorismo feminino brasileiro é significativo, pois quando se consideram ambos os setores da economia – o formal e o informal - os negócios possuídos por mulheres chegam a constituir quase a metade deste universo. Os dados se confirmam em recente pesquisa que evidencia que há em torno de 6,4 milhões de empreendedoras brasileiras, o que representa 46% do total de empreendedores brasileiros (GEM, 2003).

Analisando o empreendedorismo feminino existente em diferentes países, Denardin (2002) observam que as mulheres empreendedoras da América Latina e do Caribe compartilham muitas características com outras empreendedoras, independentemente da nacionalidade. Além da semelhança quanto aos tipos de negócio mantidos, há semelhanças em relação aos desafios e questões enfrentados pelas empreendedoras para fazer seus negócios crescerem, tais como o acesso à informação, à tecnologia, ao crédito/capital e às redes sociais.

A análise da experiência de mulheres empreendedoras, foco do presente trabalho, orienta-se por uma noção ampla de empreendedorismo. Situado no espaço do trabalho, o termo remete a um processo de, com persistência e visão de futuro, identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos (Gomes, 2004). Deste processo resulta a criação de um novo empreendimento ou de uma nova maneira de realizar um trabalho – um novo produto, serviço ou atividade que agrega valor ao que existe e promove benefícios materiais ou sociais. O termo empreendedorismo é aqui utilizado em sua acepção ampla, remetendo tanto à criação quanto à propriedade e condução de um negócio.

O processo de empreender envolve motivação, atitudes e comportamentos, fatores psicológicos enfatizados na perspectiva teórica aqui adotada, a qual se inspira em múltiplas contribuições, desde os estudos pioneiros de McClelland (1961) aos mais recentes de Moore e Buttner (1997) e de Hisrich e Peters (2002), por exemplo. O presente trabalho objetiva contribuir para a melhor compreensão do empreendedorismo feminino no contexto da cidade de Santa Inês, analisando diferentes aspectos psicológicos (competência, desafios, qualidade de vida) que compõem a experiência das empreendedoras.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O objeto de estudo deste trabalho foi A Associação Beneficente Santa Teresinha – denominado PROJETO REDE EM AÇÃO - uma entidade filantrópica e assistencial, que há vinte anos vem trabalhando e zelando pelo bem estar das comunidades mais carentes de Santa Inês, faz parceria com a SEDE (Secretaria de Desenvolvimento Social), para a implantação do centro de formação profissional (Fábrica de jeans, malhas e redes), e centro de referência em educação infantil (Creche pré-escola). Esta pesquisa foi desenvolvida especialmente com as mulheres, devido ao título que escolhemos – MULHERES EMPREENDEDORAS, onde 25 mulheres optaram em participar desse projeto.

## 2.1 – Perfil sócio-econômico das clientes

O gráfico 1 – apresenta a faixa etária - das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras 72% encontram-se entre os 25 e 34 anos, 28% estão entre os 35 e 44 anos e não temos nenhuma entre os 55 e 64 anos, observamos que as mulheres enfrentam o mercado cada vez mais cedo.

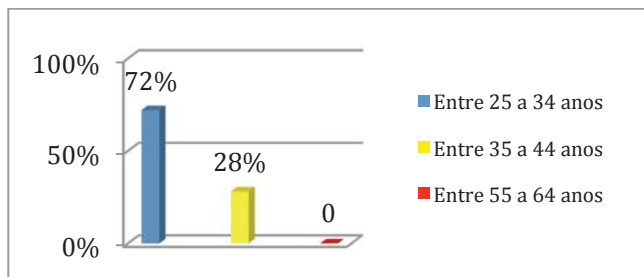


Gráfico 1 – Demonstrativo quanto à faixa etária.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 2 – quanto a necessidade ou oportunidade de se tornar empreendedora - É notório que das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras 100% indicaram que tornaram-se empreendedoras por necessidade, por isso o fato é que as mulheres estão mais presente no mercado de trabalho na condição de empreendedora.

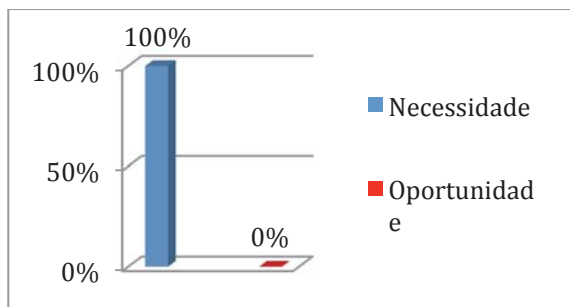


Gráfico 2 – Demonstrativo quanto necessidade ou oportunidade de se tornar empreendedora.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

Quanto ao gráfico 3 – quanto à orientação técnica de empreendedorismo - Para participar do Projeto Rede em Ação uma das exigências é participar de um curso de empreendedorismo, o mesmo é oferecido pelo Projeto na sede, com Pessoal habilitado para executar o treinamento, por isso que temos 100% de aceitação.

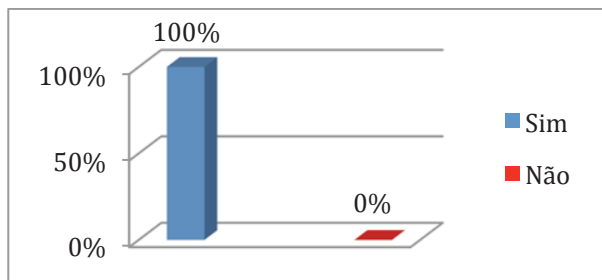


Gráfico 3 – Demonstrativo quanto orientação técnica de empreendedorismo.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 4 – quanto a ser responsável por todas as despesas domésticas - Quanto ao aspecto de despesas domésticas das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras; 80% não são responsáveis diretamente por todas as despesas domésticas, 20% responderam que sim, são responsáveis diretamente por todas as despesas.

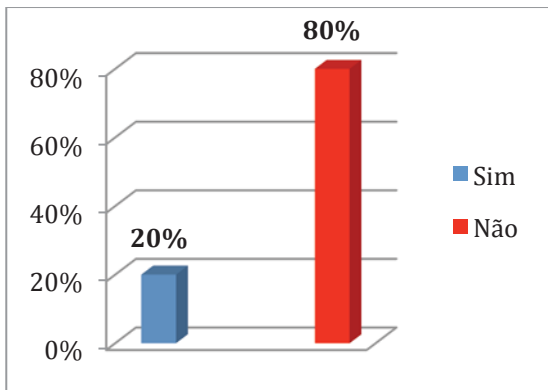


Gráfico 4 – Demonstrativo quanto a ser responsável por todas as despesas domésticas.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 5 – quanto ao grau de escolaridade - Um item relevante que tem preocupado o Projeto Rede em Ação é quanto ao grau de escolaridade, pois que das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras 16% são analfabetas; 40% possuem o ensino fundamental; 44% têm o fundamental completo mais o médio incompleto; não obtendo nenhuma das integrantes do projeto curso superior.

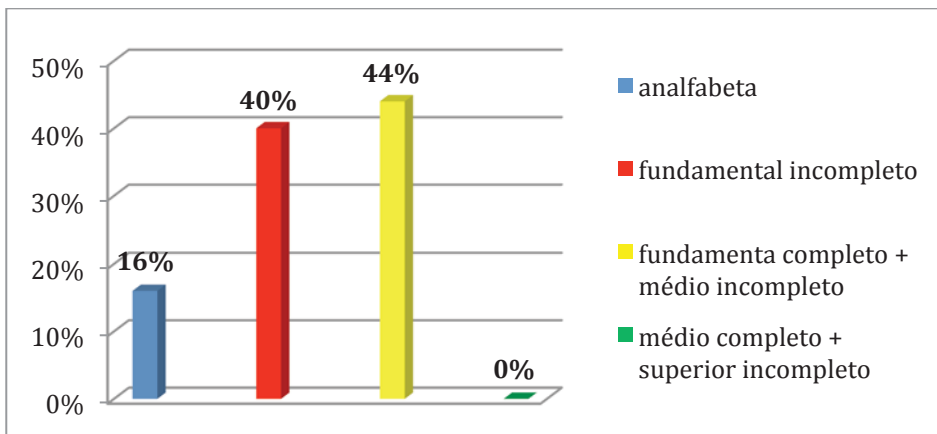
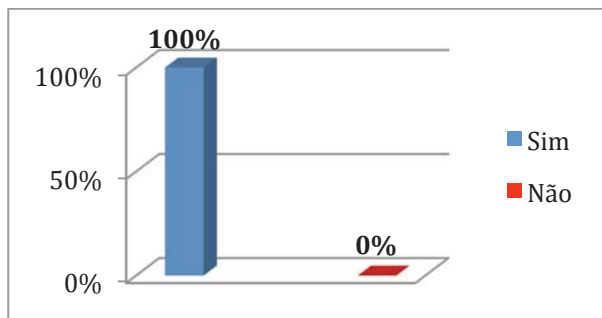


Gráfico 5 – Demonstrativo quanto ao grau de escolaridade.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 6 – quanto a multiplicidade de papeis - foi unanime, ou seja, 100% responderam que sim; como empreendedora e mulher tem que desenvolver várias atividades, como: mãe, esposa, amiga, empreendedora, entre outras atividades, essa multiplicidades de papeis que a mulher desenvolve hoje em dia é o resultado de uma conquista feminina, Dolabela (2008) observa que uma vida cheia de ocupações, que combina trabalho com maternidade, traz satisfação e sentimento de realização.

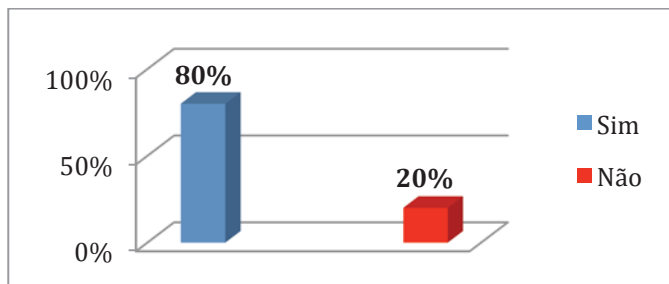




**Gráfico 6 – Demonstrativo quanto à multiplicidade de papéis.**

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

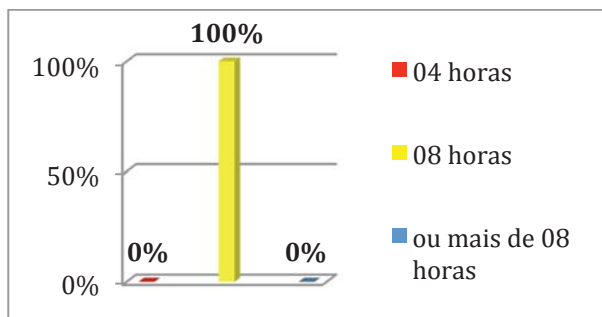
Quanto ao gráfico 7 – quanto a outra fonte de renda - Viver num país de inflação galopante e com renda familiar às vezes de um salário mínimo é difícil, porém a atividade a ser desempenhada pelo empreendedorismo não é cem por cento garantida, daí há necessidade de se obter outras fontes de renda como bolsa família, vale gás, entre outros. Por isso que 80% responderam que sim – possuem outra fonte de renda e 20% responderam que não possuem outra fonte de renda.



**Gráfico 7 – Demonstrativo quanto à outra fonte de renda.**

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 8 - quanto ao tempo dedicado na empresa - das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras que trabalham no Projeto Rede em Ação, ou seja, 100% responderam que desenvolvem suas atividades durante 08 horas por dia na empresa.



**Gráfico 8 – Demonstrativo quanto ao tempo dedicado na empresa.**

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 9 – quanto ao desbravamento do empreendedorismo - Quanto ao motivo que levou as 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras desbravarem o mundo do

empreendedorismo observou-se que: 20% querem ser seu próprio patrão; 8% por insatisfação nos empregos anteriores; 40% para serem independentes financeiramente do esposo e 32% para perceberem uma nova oportunidade no mercado de trabalho, portanto existem pessoas que montam negócio próprio motivadas por outras questões, que não o desemprego. Vontade de ganhar dinheiro, desejo de sair da rotina, vontade de ser seu próprio patrão, necessidade de provar a si mesmo e as outras pessoas, que é capaz de realizar um empreendimento, desejo de desenvolver algo que traga benefício para si e para os outros também, podem ser motivo que levam pessoas a desbravar no caminho do negócio por conta própria.

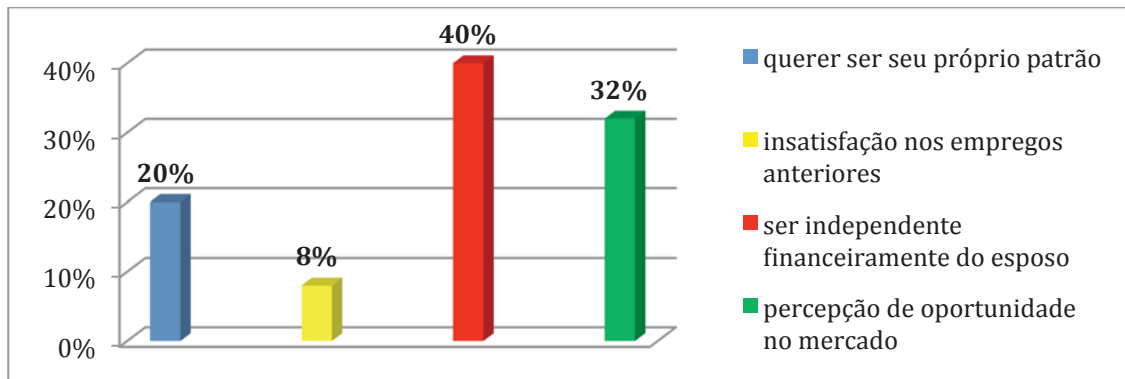


Gráfico 9 – Demonstrativo quanto a desbravar no mundo do empreendedorismo.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

O gráfico 10 – quanto a experiências anteriores com empreendedorismo - das 25 (vinte e cinco) mulheres empreendedoras, ou seja, 100% nunca possuíram experiência anterior com o empreendedorismo, essa é uma oportunidade impar para que possam apresentar as suas habilidades no Projeto Rede em Ação.

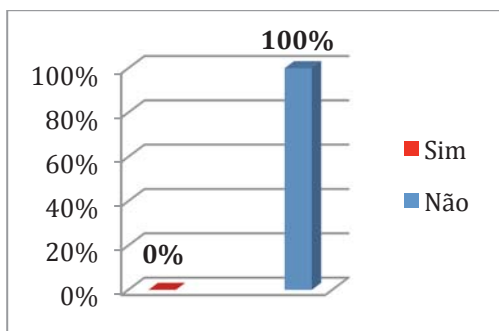


Gráfico 10 – Demonstrativo quanto a experiências anteriores com empreendedorismo.

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

## CONCLUSÃO

Diante do objetivo desse estudo sobre o empreendedorismo feminino, através do Projeto Rede em Ação, cabe aqui destacar os resultados obtidos que em sua maioria desejam ser dona do seu próprio negócio, optaram fazer parte desse estudo por necessidade de outra fonte de renda, e por acreditarem no seu potencial de mulheres guerreiras e ativas, na sua maioria com faixa etária de 25 a 34 anos. Então, o trabalho realizado pelo Projeto Rede em Ação fortaleceu as empreendedoras que constituíram um espaço onde favoreceu seu crescimento pessoal, na medida em que os desafios que enfrentaram e as induziram a desenvolver competências adequadas para lidar com elas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Bruschini, C. O trabalho da mulher no Brasil: tendências recentes. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 1994.
- DENARDIN, V. Mulher brasileira é a 3ª mais empreendedora do mundo. *Gazeta Mercantil*, p C-3, 8 jul. 2002.
- DOLABELA, Fernando. *Oficina do Empreendedor – A metodologia do ensino*. São Paulo. Ed. Sextante, 2008.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil. Sumário Executivo*. IBPQ/SEBRAE/IEL. 2003. Disponível em [http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem\\_2003.pdf](http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem_2003.pdf) (Acessado em 15/03/2011).
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista. *Revista Alcance*. Itajaí, v. 11, n. 2, p. 207-226, maio/ago. 2004.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. *Entrepreneurship*. 5 ed. Boston, MA: Irwin/McGraw Hill. 2002.
- McClelland, D. C. *The achieving society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand. 1961.
- Moore, D. P. & Buttner, E.H. *Women entrepreneurs: moving beyond the glass ceiling*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1997
- PORTER, M. E. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 4 ed. – São Paulo: Atlas, 2004.

## O AMBIENTE ORGANIZACIONAL E O COMPROMETIMENTO NO TRABALHO: UM ESTUDO NO SENAI-BAYEUX-PB

E. G. S. Coutinho<sup>1</sup>, T. F. Melquíades<sup>2</sup>, H. D. F. Lima<sup>3</sup> e M. L. C. Santos<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa, <sup>2</sup>Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa,

<sup>3</sup>Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa e <sup>4</sup>Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa  
guttierrys@hotmail.com – thiago-melquiades@hotmail.com – heron\_d@hotmail.com – mluzacs@gmail.com

### RESUMO

O comprometimento é um fator primordial dentro de uma organização, pois proporciona a empresa uma eficácia nos seus processos, como também garante sua competitividade. Considerando isso, este artigo tem como objetivo verificar a influência do ambiente organizacional no comprometimento dos trabalhadores lotados no SENAI-CEP-Bayeux. Para isso, foi necessário identificar o comportamento e atitudes dos trabalhadores, relacionarem os fatores do ambiente organizacional (benefícios oferecidos pela empresa), como também, levantar a opinião dos colaboradores internos sobre o significado do comprometimento e sua influencia no trabalho. Metodologicamente a pesquisa é um estudo de campo com abordagem quanti-qualitativa, do tipo descritivo e bibliográfico. Os resultados apurados demonstram que a empresa proporciona boas condições ambientais; o trabalho em equipe é um meio utilizado na empresa; os empregados conciliam seus objetivos com os objetivos organizacionais, identificam as oportunidades dentro da empresa; a interferência da liderança influencia no comprometimento e que a comunicação para eles permite o alcance dos objetivos e compreensão dos pensamentos e valores.

**Palavras-chave:** Ambiente Organizacional. Comprometimento. SENAI.

## 1. INTRODUÇÃO

A necessidade de possuir colaboradores comprometidos com a organização, visando o alcance dos objetivos e consequentemente ser um diferencial no mercado nos seus serviços prestados a sociedade, fez com que o objeto de estudo se desenvolvesse em uma instituição de Educação Profissional voltado ao desenvolvimento industrial – o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), voltado para a Construção Civil em Bayeux-PB.

O comprometimento é um elemento que muitas organizações vêm buscando obter em seus colaboradores, no entanto, cabem as entidades a elaboração de estratégias e sua implantação para que eles consigam se identificar e desenvolver suas atividades com êxito. O tema em questão se propõe a analisar os fatores que refletem no comprometimento organizacional gerando melhorias nos processos da organização. Nesse contexto, essas melhorias influem nos serviços prestados para a sociedade, onde seus colaboradores executam suas atividades com competência.

Com o objetivo de verificar a influência do ambiente organizacional no comprometimento dos trabalhadores lotados no SENAI-CEP-Bayeux, no estado da Paraíba, a partir dos objetivos específicos, como identificar os comportamentos e atitudes dos trabalhadores que refletem o comprometimento para com a organização, relacionando os fatores do ambiente organizacional que servem como gerador de comprometimento e obter o que significa o comprometimento para os trabalhadores.

E por esse motivo, propõe-se a estudar o comprometimento na organização, procurando verificar a relação entre os objetivos organizacionais e individuais. Busca responder a seguinte questão: Quais os fatores do ambiente organizacional que geram o comprometimento dos trabalhadores para com o trabalho no SENAI no CEP de Bayeux.

## 2. COMPROMETIMENTO NO TRABALHO

O comprometimento tem sido um dos pilares para que as organizações enfrentem as mudanças e oscilações do mercado, devido ao empenho de seus funcionários. Essas transformações vêm melhorando seus processos, produtividade e até mesmo os trabalhos em equipe, com isso, cabe ao gestor elaborar e implementar estratégias que permitam que seus colaboradores se adaptem e sejam comprometidos.

O grau de comprometimento do indivíduo está no seu fator de inovação e investimento na melhoria de processos. Diante disso, com a incorporação de estratégias, o gestor estimula seu colaborador, sabendo que, o comprometimento é uma atitude, e estimular o lado psicossocial faz-se necessário. De acordo com Morin (2001) é o comprometimento o elemento que mais identifica uma organização eficaz.

Bastos (1994, pág. 84), define três conceitos sobre comprometimento em sua dimensão, o primeiro diz respeito ao comportamento das pessoas em relação a um determinado alvo; ligação de comprometimento e descompromissadamente com uma característica indicativa para o grau de atenção do indivíduo, esforço, cuidado que a pessoa coloca ao realizar algo. O segundo, diz respeito ao estado de lealdade que descreve as intenções, sentimentos e desejos. E por fim o terceiro, onde, refere-se às relações entre o conjunto de condições que conduzem a produtos indesejados (comprometer como prejudicar, impedir). Essas três definições se aplicam as expectativas de um indivíduo em detrimento a um estado de desconforto ou não. Bastos (1994) deixa claro ao afirmar que o uso da palavra comprometimento está interligado ao seu caráter disposicional, que se refere à ação a uma determinada forma possibilitando diferentes respostas.

Já as necessidades do colaborador dentro das organizações estão relacionadas com o nível de reconhecimento das mesmas. Dessa forma, para Ulrich apud Sousa e Simonetti (2007), as pessoas

desejam e anseiam do trabalho, elementos que façam sentir-se importante, tais como: Respeito; Confiança; Oportunidade de crescer; entre outros.

O envolvimento do colaborador na organização reflete no comprometimento, que mediante Bastos (1997, p.29), este ato “significa sentir-se vinculado a algo, a ter o desejo de permanecer naquele curso de ação.” Mediante o Dicionário Aurélio (2000), comprometimento está relacionado ao ato de arriscar e/ou assumir responsabilidades. Nesse contexto nota-se que essa definição difere da abordada por teóricos.

Para se ter envolvimento e comprometimento são imprescindíveis que os objetivos organizacionais estejam compatíveis com os objetivos pessoais, porque tal procedimento aproxima o colaborador da instituição, e para a entidade, reflete no seu grau de competitividade no mercado. Segundo Rêgo citado por Hoffman (2005), a partir do momento que a empresa elabora estratégias e escolhem pessoas com características e valores que coincidem com os da organização, eleva-se o nível tanto da organização como das pessoas.

A aplicação de estratégia de comprometimento vem com o foco de manter seus funcionários satisfeitos, uma vez que está diretamente ligada com a relação dos trabalhadores para com a organização. Diante disso, a organização deve desenvolver um ambiente apropriado a proporcionar incentivos aos colaboradores. Já que segundo Adauto e Bastos (2010), o comprometimento é uma das forças relevantes que compõe a vitalidade competitiva da organização.

Corroborando com essa idéia, Dessler (1996), menciona “... comprometimento é maior entre funcionários que acreditam estarem sendo tratados como recursos a serem desenvolvidos em vez de commodities de compra e venda”. Para tanto, a sua efetivação é primordial que o colaborador tenha características que o distingua daquele que não é. São elas:

- Responsabilidade – responder por seus próprios atos;
- Mudança e crescimento – a busca por novas formas de se posicionar e agir no ambiente de trabalho;
- Comunicação – ser eficaz e explícita para que haja um entendimento sistemático, entre outras.

Já para Chiavenato (2004), o colaborador além de possuir tais características acima, deve ter um perfil de comprometimento. Onde ele deve conhecer a si mesmo (identificar pontos fortes e fracos), administrar sua reputação (agir com responsabilidade e idoneidade), possui uma rede de contatos e relacionamento, buscar aprimorar-se não só em uma área específica, mas obter informações e conhecimentos sobre outras áreas.

Contudo, para galgar e obter comprometimento a força da equipe faz com que o ambiente, no qual está inserido seja agradável e estimule a práticas organizacionais eficazes. Vale salientar que, o comprometimento é uma via de mão dupla, porque tanto a organização como o colaborador podem ser beneficiados. Pelo lado da entidade, o funcionário pode ser mais produtivo, e pelo lado do colaborador, sentir-se seguro e resguardado. Para esse último, segundo Adauto e Bastos (2010), o indivíduo julga o tratamento recebido como mais ou menos justo, conforme a avaliação que ele faz entre suas expectativas e as informações e os sentidos que capta do ambiente organizacional.

## 2.1 FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPROMETIMENTO

Para Bastos (1994), na esfera científica comprometimento passou a significar uma adesão, um forte envolvimento com vários aspectos do ambiente de trabalho. Outro significado para o termo comprometimento tem sido o de tomá-lo como antecedente ou determinante de comportamento no

trabalho, especialmente a permanência ou não no emprego, o absenteísmo, a produtividade, os comportamentos pró-sociais.

Comprometimento pode ser equiparado com o sentimento de auto-responsabilidade por um determinado ato, especialmente se eles são percebidos como livremente escolhidos, públicos e irrevogáveis (BASTOS, 1994). Também podemos levar a definição de comprometimento para as organizações, encarando como uma necessidade para a formação da mesma. Dessa forma, para Allen e Meyer (2000) o comprometimento organizacional é o estado psicológico que caracteriza a ligação do indivíduo à organização, tendo implicações na sua decisão de nela continuar.

Segundo Dessler (apud HOFFMAN, 2005), devido ao alto índice de competitividade as empresas estão buscando meios para se destacarem de suas concorrentes. Comprometer as pessoas com os objetivos e metas da organização requer alguns incentivos que ajudarão na formação desta performance de empregado comprometido. Dentro da organização os aspectos que mais tem contribuído para elevar o comprometimento profissional são:

- Comunicação interna eficaz - a comunicação é primordial para o alcance dos objetivos e compreensão do seu colaborador. Já que, mediante Davis e Newstrom (2004), a comunicação é um elo entre a compreensão de pensamentos, valores e mais.
- Objetivos e metas claras - uma empresa sem objetivos e metas claras é como um barco a deriva, não sabe para onde ir. O mesmo ocorre com o empregado quando não entende seu papel dentro da empresa. Para comprometer-se com uma tarefa é preciso conhecer sua finalidade e objetivos.
- Metas compartilhadas - esse tipo de fator permite que tanto a organização quanto o colaborador estejam em sintonia visando alcançar as metas que lhes foram designadas em um comprometimento mútuo.
- Reconhecimento - os profissionais sentem a necessidade de obter valorização profissional, buscando o reconhecimento. Sendo reconhecido o colaborador sente-se motivado e começa a se envolver e comprometer-se com a organização na execução de suas atividades.
- Feedback construtivo as ações das pessoas - o feedback é uma ferramenta essencial numa organização, porque permite que o funcionário sinta-se com o apoio do avaliador, mesmo que o resultado não tenha alcançado êxito.
- Motivação contínua - para Gil (2007), motivação “é a força que estimula as pessoas a agir”. Por ser o comprometimento uma atitude, a motivação é um fator intrínseco que está atrelado ao ser humano. Porém, uma organização pode construir um ambiente de trabalho adequado para as práticas de trabalho, sendo adequada ao seu colaborador. Essas práticas envolvem o reconhecimento, um bom salário, qualidade de vida no trabalho.
- Condições de trabalho - as condições de trabalho geram para o colaborador conforto na realização de suas atividades. Para Chiavenato (2004), a higiene do trabalho envolve fatores que garantam a integridade do colaborador no aspecto psicológico e saúde ocupacional.
- Boa remuneração – a boa remuneração afeta o colaborador em esferas distintas, como: psicossocial e econômico. Essa remuneração deve está de acordo com as suas diretrizes do plano de carreira. Já que para Chiavenato (2004), a remuneração depende da dedicação e esforço, mediante suas habilidades e competências.
- Segurança - um funcionário que se sente seguro na organização passa a ter sua produtividade elevada. O comprometimento está ligado a tal procedimento, onde a organização desenvolve planos que firme o colaborador a organização, e desenvolva suas habilidades comportamentais, técnicas e conceituais.
- Pessoas em primeiro lugar - as organizações têm que procurar desenvolver políticas que garantam que as pessoas estejam em primeiro lugar. Tratando-os como pessoas, e não com máquinas,

conforme acontecia anteriormente. Diante disso, as pessoas só irão se comprometer se as ações das empresas estão de acordo com seu discurso.

- Liderança - um estilo de liderança que permita que o colaborador possa se expressar e expuser suas idéias, torna o ambiente adequado para que ele realize as atividades e tenha produtividade eficaz. Nesse contexto manter uma liderança democrática e dinâmica é imprescindível, pois o funcionário pode ser uma parte integrante no processo decisório da empresa. Chiavenato (2004) elenca os graus de influencia do comportamento, no qual, o de persuasão e sugestão é consideravelmente mais adequado a sua utilização.

Esses aspectos mencionados são considerados como fatores geradores ou provocadores que contribuem para elevar o comprometimento profissional. O Comprometimento de empregado significa sua identificação com a empresa, com seus objetivos e com suas metas. Em um sentido muito real, esses funcionários não estão apenas trabalhando para a empresa, estão trabalhando para si mesmos, pois se sentem importante para o crescimento organizacional e sentem que as empresas reconhecem a importância das pessoas (DESSLER apud HOFFMAN, 2005).

### 3. METODOLOGIA

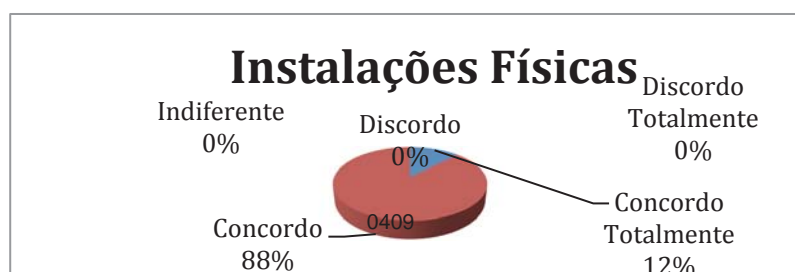
Para obter o objetivo almejado no artigo, a metodologia usufruída foi determinada em etapas. Primeiramente, uma revisão bibliográfica para se ter um embasamento teórico sucinto e conciso sobre tal assunto. Para Gil (2002), este tipo é fomentado em componentes que subsidiem a contextualização, mediante o uso de livros e artigos científicos. Outro tipo foi à pesquisa de campo e descritiva, onde a primeira identifica as características dos elementos do universo e a descritiva elenca características de uma população, como também variáveis. (VERGARA, 2005).

Mais adiante, estão apresentados dados e informações que foram coletadas através de questionário misto com 8 questões fechadas e 1 aberta, utilizando em algumas a escala de Likert apresentando cinco preposições. A coleta de dados ocorreu in loco no campo de pesquisa, o SENAI- Construção Civil, localizado no município de Bayeux-PB, aplicado a 8 colaboradores dos 34 que se enquadram como efetivo em um regime de trabalho 8 horas diárias e 44 horas semanais. Mediante Vergara (2005), o questionário compreende um meio essencial para obter dados que propicie a resolução de problemas.

### 4. ANÁLISE DE DADOS

Os dados obtidos foram analisados obedecendo à ordem dos itens proposto pelo questionário e considerando as teorias abordadas no estudo. Estão apresentados aspectos que remetem ao comprometimento dos colaboradores, compreendendo-o como uma atitude e, mediante Morin (2001), caracteriza-se por ser um elemento que identifica uma organização eficaz.

Em relação à questão que abordava sobre se a empresa proporciona uma instalação física adequada para a execução de suas atividades foi constatado que 88% dos pesquisados concordam com tal afirmação e 12% concordam totalmente, e para as outras proposições não houve frequência de respostas, conforme o gráfico 1.



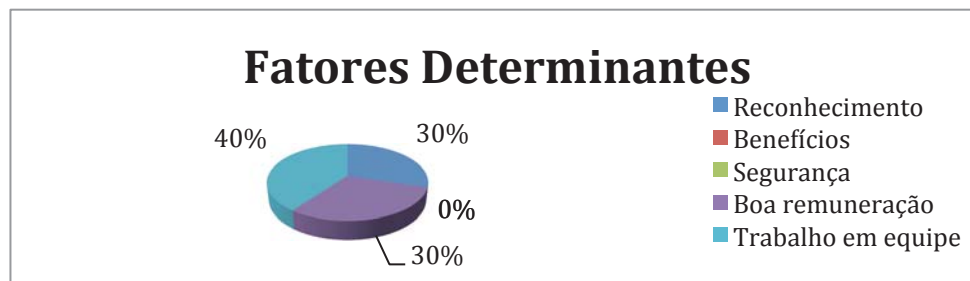


**Gráfico 1 – Instalações Físicas**  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Diante disso, essas afirmações corroboram com o exposto por Gomes (apud SOUZA e SIMONETTI, 2007), que as condições que a empresa proporciona para o empregado influenciam seu comprometimento. Conforme Chiavenato (2004) relata para obter os objetivos almejados a empresa deve adequar e gerar boas condições de trabalho para a realização de atividades garantindo os aspectos psicológicos e de saúde.

No que tange os aspectos psicológicos é fundamental que a empresa desenvolva um ambiente de trabalho agradável para a execução das atividades e processos organizacionais. Já na parte da saúde, todos os componentes que resguardem a sua integridade física, como: layout, iluminação, ruídos, ventilação e a alocação de máquinas e instrumentos de trabalhos adequados para o cumprimento dos trabalhos devem ser também observadas.

Na segunda questão foram elencados os fatores que são determinantes para o comprometimento dos colaboradores com o trabalho na empresa, e foi verificado que a maior frequência ocorreu no fator Trabalho em equipe com 40%, em seguida Benefícios e Reconhecimento apresentam 30 % ambos e os demais não houve respostas. Como podemos observar no gráfico abaixo:



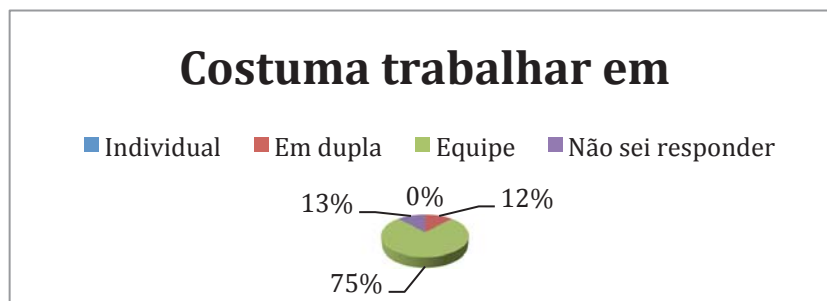
**Gráfico 2 – Fatores determinantes para o comprometimento**  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

O grau de comprometimento dos colaboradores em uma organização depende de diversos fatores que estimulem o seu envolvimento e comprometimento. Nota-se que muitos determinaram o trabalho em equipe como um fator primordial, já que para desenvolver as atividades designadas é imprescindível que os colaboradores sintam incentivados e que compartilhem seus objetivos e metas como a da empresa.

Em seguida, a boa remuneração se torna uma abertura para o comprometimento porque é uma forma da empresa reconhecer que ele está desempenhando suas atividades com responsabilidade e empenho. Diante disso, Chiavenato (2004) afirma que a remuneração depende da dedicação e esforço do empregado, através de suas habilidades e competências.

Já o reconhecimento, é um fator que influencia na motivação dos colaboradores. Por isso, foi escolhido entre os pesquisados e ficou na mesma frequência que à boa remuneração. Cada um deseja que a organização o valorize como profissional, e no SENAI não é diferente, reconhecê-los é um meio para motivá-los e envolvê-los com o foco da empresa.

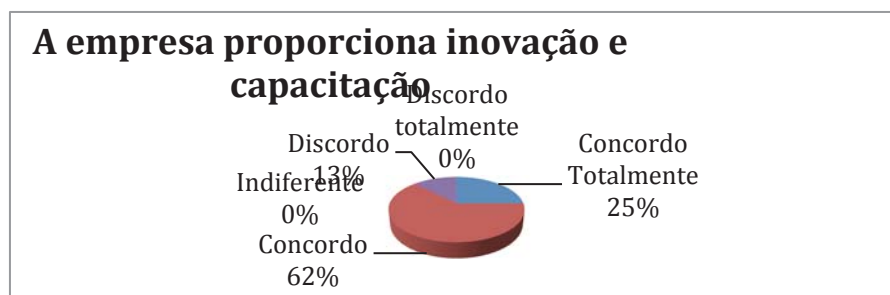
A terceira questão aborda sobre como eles costumam trabalhar, se Individual, em dupla, equipe ou nenhuma das opções. A frequência de respostas seguiu desta forma, 75% costumam trabalhar em equipe, 13% não respondeu, 12% em dupla e o item individual, não foi escolhida, como apresentado no gráfico a seguir:



**Gráfico 3 – Como costuma Trabalhar**  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

O trabalho em equipe é um meio utilizado para que os empregados compartilhem idéias, objetivos e desenvolvam atividades com eficácia. Na empresa pesquisada esta prática parece ser uma constante, uma vez que as pessoas são consideradas como um ativo participante e não como uma máquina. Segundo Rêgo apud Hoffman (2005), desenvolvendo trabalhos em equipe ou mesmo em dupla, os valores da empresa são mais facilmente internalizados, permitindo elevar o comprometimento dos colaboradores.

Ao ser questionado se a empresa proporciona inovação e desenvolvimento por meio de capacitação, cerca de 62% do funcionários entrevistados concordam e 25% concordam totalmente, como mostra o gráfico 4.



**Gráfico 4 – A empresa proporciona inovação e capacitação**  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Esse resultado pode apresentar uma relação do compromisso do colaborador com as perspectivas e necessidades da empresa, dessa forma, proporcionando motivação, comprometimento do funcionário e a maximização do aproveitamento do capital humano por parte da empresa. De acordo com Morin (2001) é o comprometimento o elemento que mais identifica uma organização eficaz. E segundo Dessler (apud HOFFMAN, 2005), devido ao alto índice de competitividade as empresas estão buscando meios para se destacarem de suas concorrentes. Comprometer as pessoas com os objetivos e metas da organização requer alguns incentivos que ajudarão na formação da performance de empregado comprometido.

Na questão 5 os colaboradores foram abordados sobre o entendimento do comprometimento organizacional, dentre as respostas foram obtidos as seguintes respostas:

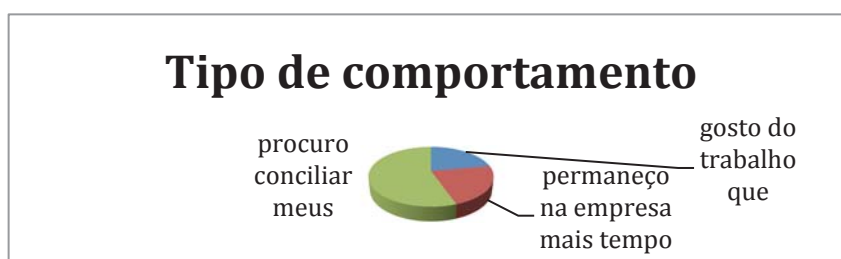
*“É a capacidade da pessoa entender os objetivos da empresa e conseguir aplicá-los, alcançando os resultados organizacionais”;*

“É a prática de responsabilidade com as suas atribuições visando o crescimento da empresa e consequentemente de todos”;

“É algo do qual realizamos com esmero e eficiência as atividades a nós designada”.

Através das respostas, podemos constatar a ótica de comprometimento para os colaboradores como um elemento de desenvolvimento na carreira profissional, relacionado com a necessidade da organização; que será o crescimento da empresa. De acordo com Allen e Meyer (2000) ressaltam que o comprometimento organizacional é o estado psicológico que caracteriza a ligação do indivíduo à organização, tendo implicações na sua decisão de nela continuar.

A sexta questão tratou do tipo de comprometimento que os colaboradores se identificam. Dentre os funcionários, 56% responderam que procuram conciliar os seus objetivos com os objetivos da organização. Outros 22% responderam que gostam do trabalho que realizam e, 22% responderam que permanecem mais tempo do exigido na empresa.



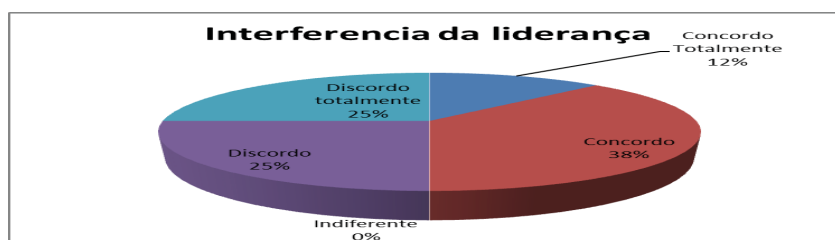
**Gráfico 5 – Tipo de comprometimento**

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

O compromisso dos colaboradores do SENAI fica destacado quando vemos que mais da metade procuram conciliar seus objetivos com os objetivos organizacionais, ou seja, pode-se afirmar que eles identificam as oportunidades dentro da empresa. De acordo com Ulrich (citado por SOUSA e SIMONETTI, 2007) as pessoas desejam e anseiam do trabalho, elementos que façam sentir-se importante, tais como: Respeito; Confiança; Oportunidade de crescer; entre outros.

Na sétima questão foi abordada a interferência da liderança no grau de comprometimento e satisfação para com a organização, e foi notificado que 38% concordam que a liderança influi no comprometimento, em seguida 25% discordam totalmente, e na mesma margem 25% discordam, e apenas 12% concordam totalmente, o item indiferente não foi selecionado, como podemos observar no gráfico 7.

A interferência do líder é fator primordial para muitos colaboradores da organização, como se pôde observar na pesquisa, pois liderança é tema que envolve relacionamento, comprometimento e desempenho. Uma liderança democrática influencia o comportamento dos membros de sua equipe, uma vez que, Chiavenato (2004), menciona que a persuasão e a sugestão, são elementos adequados para a sua utilização.



**Gráfico 6 – Tipo de comprometimento**

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

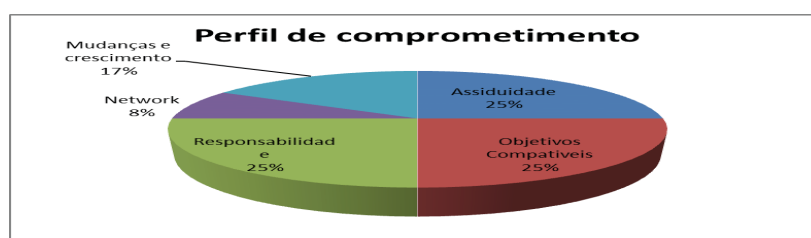
Uma liderança flexível que permite aos colaboradores oferecer opinião possibilita com isso um ambiente mais adequado e faz com que os colaboradores se tornem mais produtivos e eficientes. Já que a liderança constitui um elemento imprescindível dentro de uma entidade que proporciona ao empregado motivação para a realização de suas tarefas com empenho e dedicação, haja vista que, Gil (2007), menciona que a motivação permite as pessoas a atuarem.

Na oitava questão foi abordada sobre a comunicação organizacional como um fator que proporciona maior interação entre todos da organização, e foi notificado que 100% dos entrevistados concordam totalmente, enquanto que os outros itens não foram selecionados.

A comunicação é uma ferramenta imprescindível para interação de todos na organização, como bem se comprova na pesquisa, ela é essencial para o alcance dos objetivos e compreensão do seu colaborador. Segundo Davis e Newstrom (2004) a comunicação é um elo entre os colaboradores e a organização e envolve a compreensão de pensamentos, valores e objetivos.

Na nona e última questão, foram elencados os itens que caracterizam o perfil de uma pessoa comprometida, e foram notificados que os itens; assiduidades, objetivos compatíveis e responsabilidade ficaram na margem de escolha de 25%, seguidos de 17% para mudanças e crescimento e 8% para network, como podemos observar no gráfico 8.

Pode-se verificar que ocorreu uma escolha igual para os itens: assiduidade que está diretamente ligada ao comprometimento, assim como a responsabilidade que é o fato de responder por seus próprios atos de sua competência e os objetivos compatíveis, quando estão interligados os objetivos da organização com os objetivos pessoais. Segundo Rêgo (citado por HOFFMAN, 2005), a partir do momento que a empresa elabora estratégias e escolhem pessoas com características e valores que coincidem com os da organização, eleva-se o nível de ambos os termos acima.



**Gráfico7 – Perfil de uma Pessoa Comprometida**  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

O item Mudança e crescimento que é a busca por novas formas de se posicionar e agir no ambiente de trabalho, também foi bem citado na pesquisa e, por último, o Network que é uma rede de relações que também se torna fundamental para o comprometimento, pois sem o desenvolvimento da confiança entre os colaboradores haverá sempre fatores que interferirão no mesmo.

Para Chiavenato (2004), o colaborador além de possuir tais características acima, deve também apresentar outras características que compõem um perfil de comprometimento. Deve conhecer a si

mesmo (identificar pontos fortes e fracos), administrar sua reputação (agir com responsabilidade e idoneidade), possuir uma rede de contatos e relacionamento, buscar aprimorar-se não só em uma área específica, mas obter informações e conhecimentos sobre outras áreas.

## 5. CONCLUSÃO

Com o objetivo de verificar a influencia do ambiente organizacional no comprometimento dos trabalhadores no SENAI-Bayeux, observou-se que a empresa dispõe de um ambiente agradável para o desenvolvimento das práticas organizacionais, sendo o trabalho em equipe um dos fatores essenciais para o alcance dos objetivos organizacionais. E para se obter uma eficácia organizacional as práticas em equipe proporcionam uma interação e troca de valores e objetivos que sejam compatíveis com a entidade, sendo esse último um tipo de comportamento bastante ressaltado.

Notou-se que a liderança foi um fator bastante divergente, devido às opiniões frente à interferência da liderança no grau de comprometimento. O presente estudo limitou-se a 8 colaboradores dos 34 efetivos, uma vez que, muitos não se encontraram na organização, por ministrarem cursos em outros municípios. No entanto, pretende-se estender tal tema, visando obter dados mais concisos sobre o comprometimento.

Sendo o comprometimento um elemento intrínseco nos colaboradores para que uma organização obtenha eficácia nos seus processos, o estudo no SENAI-Bayeux/PB proporciona o âmbito acadêmico e organizacional, elementos que subsidiem novas pesquisas e fatores que estimulem o colaborador a serem envolvidos e comprometidos com a organização.

Diante do exposto, o questionamento “Quais os fatores do ambiente organizacional que geram o comprometimento dos trabalhadores para com o trabalho no SENAI no CEP de Bayeux?” pode ser respondido de forma satisfatória, tendo em vista que, a entidade oferece subsídios que geram e estimulam o comprometimento de cada colaborador, proporcionando ganhos de ambos os lados. No entanto, questões que envolvem a liderança tornam-se um procedimento a ser tratado de forma mais precisa, uma vez que, a mudança seja ela de postura e cultura necessita de um tempo para que seus colaboradores se adaptem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ADAUTO, J. ; BASTOS, A. V. B. . Comprometimento e Justiça Organizacional: Um estudo de suas relações com recompensas assimétricas. *Psicologia: Ciência e profissão* (impresso), V. 30, P. 4-21, 2010.

BASTOS, A. V. B. O Conceito de Comprometimento - Sua Natureza e Papel nas Explicações do Papel Humano no Trabalho. *Revista Organização e Sociedade*, Salvador, V. 1, n. 2, pág. 77 – 106, Jun. 1994.

BASTOS, A. V. B. A escolha e o comprometimento com a carreira: um estudo entre profissionais e estudantes de Administração. *Revista de Administração*, v.32, nº 3, p.28-39, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

DAVIS, Keith e NEWSTRON, John W. Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional. Tradução Eunice Lacava Kwasnicka. Editora Thomson Pioneira, São Paulo, 2004.

DESSLER, Gary. Conquistando Comprometimento. São Paulo. Makron Books, 1996.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Miniaurélio Século XXI Escolar: O minidicionário da língua portuguesa. 4 ed. rev . ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2007.

HOFFMAN, Joali. Comprometimento como Ferramenta para a valorização profissional e o desenvolvimento empresarial. III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Publicado em 2005.

MEDEIROS, Carlos Alberto Freire; ENDERS, Wayne Thomas. Validação do modelo de conceitualização de três componentes do comprometimento organizacional (Meyer e Allen,1991). Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 67-87, set./dez. 1998.

MORIN, Estelle M. Os sentidos do trabalho. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.41, n.3, p. 8-19, jul/set. 2001.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de estágio e de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2005.

SOUSA, Renato Ferreira de; SIMONETTI, Vera Maria Medina. Comprometimento Organizacional: um estudo de caso na Biocontrole. III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Universidade Estácio de Sá – UNESA. Publicado em 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2005.

## O CONSUMIDOR VERDE NO MERCADO DE IMPERATRIZ-MA

P. H. G. SILVA<sup>1</sup>, A. M. P. SILVA<sup>2</sup>, K. C. P. FIGUEIREDO<sup>3</sup>, V. M. V. BOAS<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Instituto Federal do Tocantins – Campus Araguatins

Email: paulohg@ifto.edu.br<sup>1</sup>; agelamariamp@hotmail.com<sup>2</sup>; kelly@ifto.edu.br<sup>3</sup>; vitorvilasboas@ifto.edu.br<sup>4</sup>

### RESUMO

Este artigo aborda a realidade do cidadão no seu cotidiano, observando a sua postura enquanto consumidor no mercado local e a relação com a consciência ambiental, para que se faça a apreensão da existência ou não do consumidor verde no município de Imperatriz/MA. Baseado na pesquisa bibliográfica e de campo, com formulário estruturado, o artigo trata do indivíduo consumidor em um momento em que as necessidades vitais, sociais e culturais ganham novos contornos, e por isso, demonstra-se as discussões em torno da sustentabilidade e preservação do meio ambiente. Portanto, é necessário ao cidadão o desenvolvimento de práticas que contribuam com a melhoria da qualidade de vida, através de uma consciência ambiental que evidencie a complexidade da natureza e a importância de ser preservada.

**Palavras-chave:** Consumidor Verde. Mercado. Imperatriz-MA

## 1. INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos e com o avanço da tecnologia, um assunto que até a metade do século passado não exercia muitos atrativos, hoje modifica ou pelo menos deveria modificar a ação da maioria das pessoas no Brasil e no mundo: a preservação ambiental. A degradação da natureza, a extinção de animais, a poluição de rios e mares despertaram na humanidade uma nova maneira de ser. O desenvolvimento sustentável do mundo é fundamental a todas as vidas, principalmente quando se trata de mercado consumidor.

O ser humano é diretamente afetado por tudo que acontece no meio ambiente, e por ser parte dele, conclue-se que caso o meio ambiente pereça o homem também perecerá. Esta consciência começou quando os estudiosos começaram a falar em meio ambiente e alertar sobre o perigo dos rumos que se seguia. Esta preocupação também afetou a gestão organizacional das empresas.

Teoricamente, Drucker (1997) reforça que a discussão sobre responsabilidade social dos empresários, e conseqüentemente de suas empresas, remonta há mais de um século, porém, somente a partir dos anos de 1960, essa terminologia passou por mudanças significativas. Anteriormente, o assunto era focado sob três dimensões: a primeira dizia respeito às questões éticas que envolvem o comportamento dos responsáveis pelas organizações; a segunda, referente à responsabilidade desses para com a comunidade interna, ou seja, os funcionários; e a terceira direcionada às ações de apoio às demandas culturais da sociedade, e dentre estas demandas a questão sócio-ambiental.

Objetiva-se, por conseguinte, mostrar que para a vivência de um cotidiano de maneira mais coerente com os ideais de uma sociedade sustentável e democrática, é necessária uma educação que repense velhas fórmulas de vida, propondo ações concretas para transformar os espaços sociais, sejam eles no campo ou na cidade, na fábrica, na escola ou no escritório. O estudo acerca do consumidor verde, no tocante à responsabilidade ambiental, se justifica na medida em que será feita uma análise da existência desse consumidor na realidade local de Imperatriz/MA.

Em uma das regiões mais estratégicas do País, no oeste do Maranhão, localiza-se a cidade de Imperatriz, com mais de 250mil habitantes. A grandeza populacional de Imperatriz a coloca entre as 100 maiores cidades do Brasil, já incluídas as capitais, num universo de quase seis mil municípios. Nessa sua área de influência estão algumas estratégicas obras da natureza e do homem, como o navegável rio Tocantins, a ferrovia Norte-Sul, a estrada de Ferro Carajás, a BR 010 (Belém-Brasília), o Sistema de Vigilância da Amazônia (SIVAM) e a linha energética Eletronorte (Imperatriz, 2011[on-line]).

Ela é também o pólo de um sistema multimodal de transporte, uma vez que Imperatriz possui ligação ferroviária, rodoviária, hidroviária e aeroviária. A partir da década de 1980, Imperatriz transformou-se num dos maiores centros do comércio atacadista do Brasil. No tocante ao serviço de cargas, várias empresas brasileiras de transporte rodoviário possuem filiais, depósitos e entrepostos, em razão da equidistância do município em relação às grandes capitais do Norte e Nordeste. É ainda um pólo industrial moveleiro, confeccionista, coureiro-calçadista, de águas minerais e refrigerantes, derivados do leite, entre outros. Da mesma forma, configura-se como um grande centro de serviços, desde os educacionais até os serviços médico-hospitalares.

Toda essa pungência da cidade faz com que ela tenha os problemas socioambientais de um grande centro urbano, inclusive na questão do consumismo. A cidade e sua população necessitam que sua infra-estrutura urbana passe por ajustes para que se conquiste a manutenção de melhores índices de qualidade de vida, baseado na sustentabilidade dos sistemas natural e econômico.



## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 O consumidor verde

A mudança de postura do consumidor é fundamental para que se possa atingir a responsabilidade social na sua plenitude. Saber usar os recursos naturais para satisfazer as suas necessidades é assumir um compromisso com as gerações futuras. As ações de consumo têm que ser pensadas, já que são diretamente proporcionais aos danos causados ao meio ambiente. E por isso, Ottman (1994, p. 69) define:

Parece que cada vez mais os consumidores, individual e industrial, estão ficando preocupados e comprometidos com o ambiente natural. Em um estudo de 1992, envolvendo 16 países, mais de 50% dos consumidores de cada país, indicou que eles estavam preocupados com o meio ambiente. Em consequência, há uma indicação de que os consumidores estão cada vez mais, se preocupando com tais assuntos e associando-os com os produtos que compram.

Ao iniciar a adoção de uma posição mais crítica em relação às empresas e produtos considerados não ecologicamente adequados, surgiu no indivíduo uma nova postura, o que para Dias (2007, p. 32), *configura-se como consumidores verdes ou ecológicos, pois manifestam a preocupação com o meio ambiente e adotam um comportamento coerente com esses valores.*

Ressalte-se que atribuir a um produto ou serviço a condição ou não de ecológico pode vir a mudar a atitude de um consumidor. Esse novo cliente ecológico é visto pela empresa como aquele que manifesta sua preocupação ambiental no seu ato de compra, buscando produtos os quais considera que causem menos impactos negativos ao meio ambiente; e em contrapartida valorizam os produtos de empresas ambientalmente responsáveis (DIAS, 2007).

Observa-se uma mudança no foco das empresas com relação ao consumidor e à sociedade, incluindo desde a preocupação com a fidelização enquanto cliente, até questões como a preservação do meio ambiente. Assim, para Kotlher (2000, p. 59): *Começa-se a perceber uma mudança nos comportamentos em geral, bem como no processo de decisão de compra do consumidor, que se torna mais crítico na escolha dos produtos, na marca e, nos seus atributos específicos. Ou seja, o consumidor de uma forma geral, está mais crítico e selecionador.*

Além de preço e qualidade, os consumidores devem preocupar-se com aspectos relacionados ao comportamento das empresas, como: o respeito aos direitos humanos, trabalhistas e dos consumidores; as normas de preservação ambiental; a ética na publicidade e nas práticas empresariais; e, a promoção do bem-estar social. A transparência das empresas em relação a essas informações também passa a ser valorizada, tornando-se a principal ferramenta para o consumo consciente e cidadão (IDEC, 2004).

### 2.2 Marketing Ambiental

O consumidor verde concatena-se com os pressupostos da preservação do meio ambiente e da divulgação dessa preocupação por parte das corporações. Assim, o marketing ambiental vincula-se aos princípios de desenvolvimento sustentável, o que provoca mercados sempre mais exigentes.

Nesta linha de raciocínio, Dias (2007, p.74) pondera as duas vertentes do marketing ambiental:

Trata-se ao mesmo tempo de um marketing da causa social e de um dos aspectos do marketing comercial. Do ponto de vista de causa social, o marketing verde está voltado para o incremento de novos valores na sociedade como um todo e nos consumidores de modo particular, incorporando a ideia de preservação do meio ambiente e voltado para a proteção concreta do ambiente natural. Em termos

comerciais, o marketing verde constitui-se numa ferramenta de gestão que implica em considerar novos elementos de competitividade para atingir os objetivos através da satisfação das necessidades e desejos do consumidor, que incorporou princípios ambientais ao seu consumo.

A questão empresarial tem um grande peso nas relações de negócios, que se modifica, ora pela globalização, ora pelas exigências do mercado, ora pela visão das futuras regras. Essa mudança de pensamento, no tocante ao marketing ambiental, fica clara nas ideias de Trasferetti (2006, p. 34), que aborda a questão da mudança da mentalidade:

Uma das principais conclusões e proposições assumidas internacionalmente é a recomendação de se investir em uma mudança de mentalidade, conscientizando os diferentes grupos humanos para a necessidade de se adotarem novos pontos de vista e novas posturas diante dos dilemas da sociedade, assim como a questão da ecologia, e das constatações. Faz-se necessário um novo paradigma filosófico que resgate a ideia do agir humano, consciente e efetivamente integrado ao seu meio ambiente.

Logo, todas as acepções direcionadas às questões de preservação da natureza, voltadas para as preocupações com o ecologicamente correto, longe de um simples romantismo, porém aproximados da lucidez e sensatez compatíveis com desenvolvimento sustentável, vêm configurar como a base do marketing ambiental (DIAS, 2007).

É preciso que se permita a sobrevivência das gerações atuais sem colocar em risco o direito de as gerações futuras também fazê-lo. O marketing ambiental, sendo tratado com seriedade, pode resultar na melhoria de posições competitivas para as empresas que venham a adotá-lo. O conceito de marketing ambiental também se evidencia conforme o pensamento de Kotler (2000, p. 67): *Essa nova abordagem para o marketing ambiental deu origem ao conceito de marketing ambiental que é definido como a gestão holística dos processos responsáveis por identificar, antecipar e satisfazer as necessidades dos clientes e da sociedade, de uma forma lucrativa e sustentável.*

Ainda que corporações que não atendem às questões ambientais com produtos mais seguros e ambientalmente mais saudáveis arriscam-se a perder a sintonia com o consumidor. Ao utilizar, portanto, estratégias de marketing ambiental, a entidade vem aumentar sua credibilidade, definindo sua personalidade, atuação e imagem, além de agregar valor à marca junto aos diversos compradores.

### 2.3 O Desenvolvimento Sustentável

O aumento da preocupação relativa ao meio ambiente é visível, inclusive as corporações elaboram estratégias com o intuito de impedir a degradação ambiental, ao mesmo tempo, em que busca não estagnar o desenvolvimento. Este processo descrito é conhecido como desenvolvimento sustentável que tem por objetivo o crescimento econômico minimizando os impactos ambientais. (LEITE, 2003).

Assim, as empresas devem analisar as consequências sociais de suas ações. Dentre alguns exemplos simples de desenvolvimento sustentável, algumas empresas adotam medidas que visem à destinação segura de produtos ou subprodutos na pós-venda e no pós-consumo (pilhas, baterias, embalagens e outros).

Pelo lado ideológico, ressalte-se que quando a questão do marketing ambiental é aplicável a empresas que comercializam bens e serviços relacionados ao controle ambiental, tudo anteriormente exposto deve ser tratado pensando que o seu cliente comprador dispõe de um mínimo de cultura ambiental crescente e conhecimentos técnicos suficientes para diferenciar o que é um simples argumento de propaganda, uma apologia, o que dependendo do caso pode até resultar em dúvidas ou desqualificações (LEITE, 2003).

Vê-se que existem diversas organizações brasileiras engajadas com a necessidade da responsabilidade sócio-ambiental, sejam no setor de assistência social, bem como amparos educacionais, esportivos e de lazer, respeitando a pluralidade cultural e principalmente, convencida de que o verdadeiro coletivo só é possível quando cada pessoa se engaja por inteiro na construção de uma nova situação. Logo, para a empresa firmar sua história e sua marca, ela precisa das perspectivas de melhoria nos setores social, econômico, cultural, político e ambiental da sua comunidade.

### 3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Este artigo objetiva uma leitura crítica da responsabilidade socioambiental do indivíduo consumidor em Imperatriz/MA. Para se confirmar a validade dos dados aqui expostos, foram utilizadas várias fontes bibliográficas, e por fim, fez-se o uso dos preceitos citados por Marconi e Lakatos (1996) para a conclusão da pesquisa de campo.

A coleta de dados consistiu na aplicação dos formulários. Em seguida, os dados foram organizados e classificados de forma sistemática para que pudessem ser analisados e interpretados. Para realização da pesquisa foi feito o levantamento, seleção, leitura e fichamento do material bibliográfico. Promoveu-se também o levantamento de informações junto a uma amostra significativa de consumidores no centro comercial de Imperatriz-MA. O universo da pesquisa restringiu-se à amostragem dos consumidores, num total de 300 (trezentos) entrevistados escolhidos aleatoriamente. A aplicação de questionário com 05 (cinco) perguntas aconteceu no período de 05 a 15 de julho de 2011.

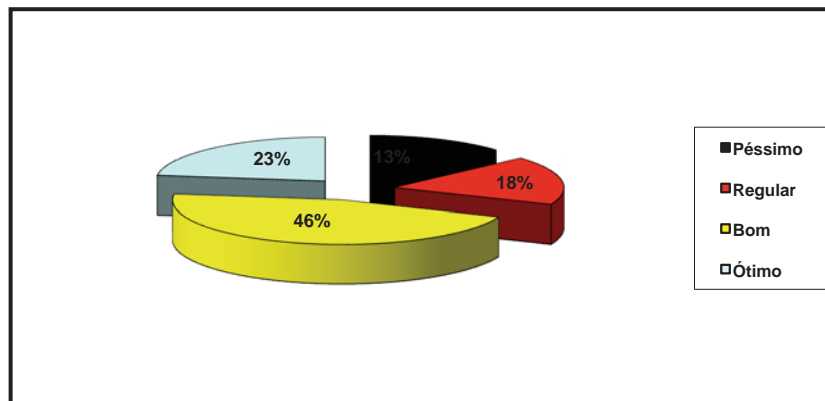
Diante das especificidades deste estudo, considerou-se a pesquisa com formulário como sendo o melhor instrumento para a coleta de dados, pela facilidade, bem como porque no contato o pesquisador tem a vantagem adicional de observar as reações e expressões dos pesquisados. Inclusive, segundo Minayo (2000, p. 79): *O questionário constitui hoje uma das mais importantes técnicas disponíveis para obtenção de dados nas pesquisas sociais.*

### 4. RESULTADO DA PESQUISA DE CAMPO

Observe-se que na Figura 1, no que diz respeito ao conhecimento do assunto desenvolvimento sustentável, 46% dos entrevistados afirmaram serem conhecedores. Enfatize-se que o processo de consciência ambiental é gerado a partir do saber ambiental, e de acordo com Dias (2000), dentro de um processo de educação ambiental voltado para a reeducação da sociedade, a escola aparece como imprescindível e transformadora força. Não se podendo esquecer, porém, a educação informal.

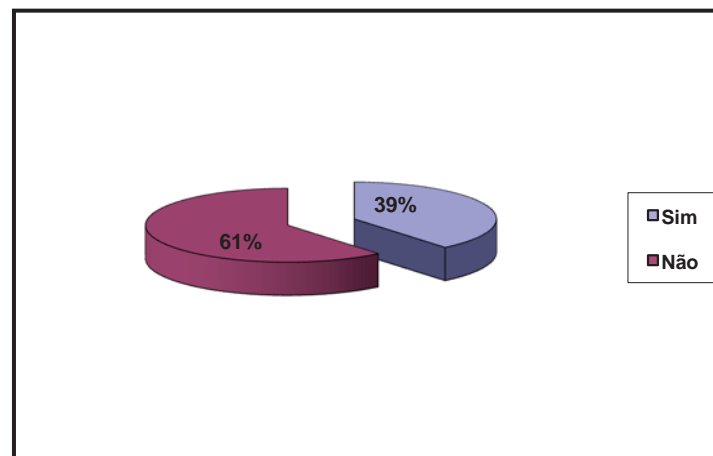
Várias são as possibilidades de apreensão do saber ambiental que passam pela escola, igreja, agremiação, programas de televisão, projetos específicos e as Organizações Não-Governamentais.

**Figura 1: Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável**



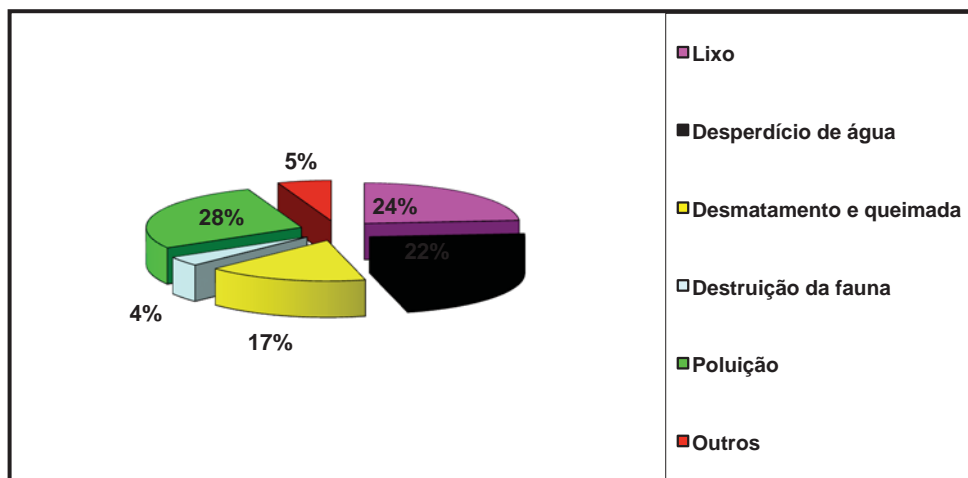
A formação de uma consciência ambiental cidadã sensível à problemática ambiental deve ser uma constante na prática consumidora. O cidadão ambientalmente consciente deve possuir o compromisso da formação dessa consciência para gerações futuras, de maneira a preservar e melhorar cada vez mais o meio ambiente que o cerca. Entretanto, ironicamente na Figura 2 mesmo a maioria afirmando serem conhecedores do desenvolvimento sustentável e da consciência ambiental, apenas 39% dos entrevistados afirmaram saber o que é um consumidor verde.

**Figura 2: Conceito de consumidor verde**



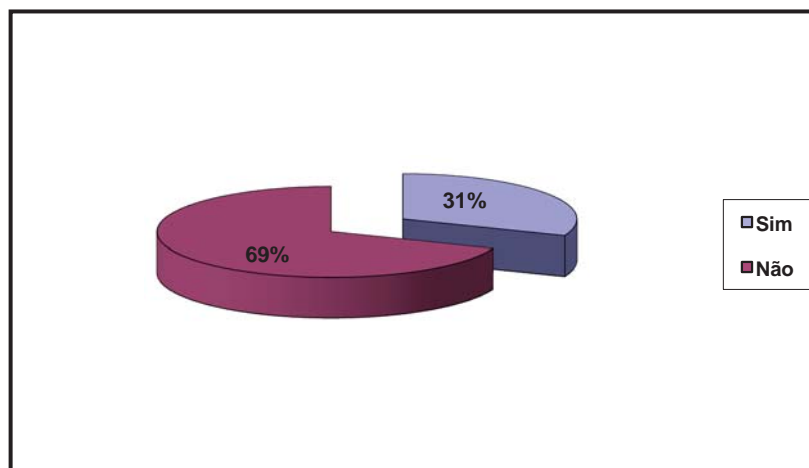
Os problemas ambientais são os mais variados, e por isso, promover o desenvolvimento sustentável de forma rápida e eficiente é um grande desafio. Hoje, grande parte da sociedade se posiciona como mero espectador dos fatos, esquecendo-se de que é totalmente responsável pelo futuro que está modelando. Assim, observa-se na Figura 3 que os consumidores entrevistados apontam a poluição e o lixo como os maiores problemas ambientais, respectivamente com percentuais entre 24 e 27 por cento.

**Figura 3: Principal problema ambiental**



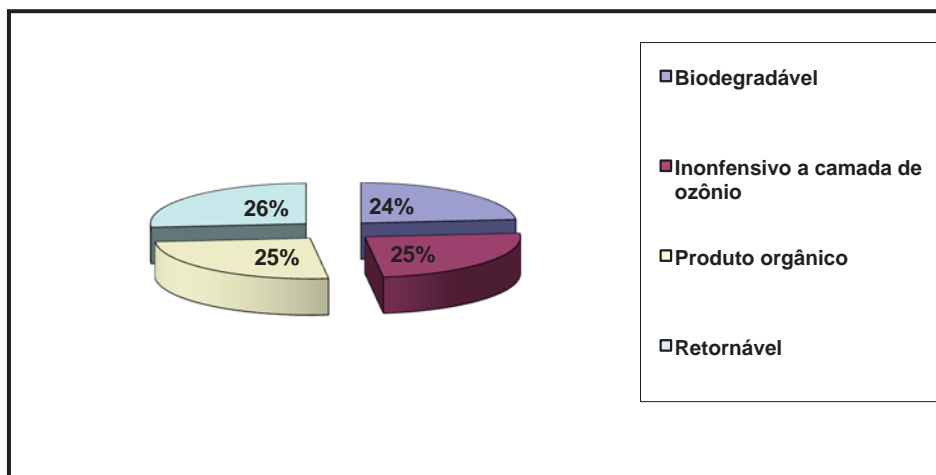
A consciência dos impactos ambientais causados pelo homem e suas consequências configura-se como uma postura adequada do consumidor verde. A responsabilidade social e ambiental nos negócios é um conceito que se aplica a toda a cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo e comercial. Na figura 4, note-se que apenas 31% dos entrevistados fariam algum boicote ou deixaria de comprar um produto de uma empresa que causasse algum tipo de malefício ao meio ambiente.

**Figura 4: Boicote a empresas**



Na figura 5, quanto aos indicadores de produtos com responsabilidade socioambiental, enfatize que houve quase um empate nas indicações de biodegradável, inofensivo a camada de ozônio, produto orgânico e produto retornável. É visível que os entrevistados têm plena consciência do papel de agente modificador do mercado. No entanto, de acordo com a pesquisa, o aumento da consciência ainda não é acompanhado de um aumento considerável nas atitudes e comportamentos ambientalmente corretos.

**Figura 5: Indicadores de responsabilidade ambiental em produtos.**



A responsabilidade ambiental ainda é tema emergente, por isso, revistas especializadas em negócios destacam reportagens que contemplam as ações sociais, o desenvolvimento sustentável, a ética, marketing social e outros assuntos como: gestão participativa, divisão de lucros, voluntariado, políticas de gestão de pessoas e principalmente, projetos educativos e de proteção ao meio ambiente..

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de globalização e as aceleradas inovações obrigam a humanidade a refletir sobre seus valores na busca de uma melhoria na qualidade de vida. É uma realidade que faz com que o mundo empresarial também reveja seus modelos, principalmente quando se faz necessário investir em outros atributos que não seja só o preço e a qualidade dos produtos. É preciso adotar práticas transformadoras no âmbito do desenvolvimento sustentável.

Quanto ao consumidor, o seu papel é o de fiscal da responsabilidade socioambiental. E por isso, as empresas investem cada vez mais em “responsabilidades”, produzindo bens e serviços que não agridam a natureza e patrocinando projetos sociais que buscam dar melhores condições de vida à sociedade.

Vive-se o problema da falta de sustentabilidade, que acontece mais pela falta de atitude das pessoas no sentido de proteger e conservar o seu meio ambiente, com o uso das tecnologias adequadas, com a racionalização do consumo, a destinação dos dejetos e a conservação de ambientes importantes. O ideal é um mercado formado por consumidores verdes, pois é muito comum que o marketing verde seja tratado como moda, uma espécie de mania ou tendência que estimula a venda em alguns mercados consumidores, durante certo período, mas na verdade o que se espera é o amadurecimento do consumidor, e conseqüentemente, a busca por produtos ou serviços ecologicamente corretos.

A partir do levantamento de informações a respeito do “consumidor verde” em Imperatriz-MA, foi possível constatar que a população de um modo geral passou a ser mais exigente, pois não basta mais que a empresa se preocupe somente com a qualidade de seus produtos ou serviços, com o lucro e o cumprimento das leis. Assim, o consumidor de Imperatriz não pode ser considerado verde, e apesar de manifestar consciência ecológica, ou pelo menos de afirmarem tê-la, no entanto, a grande maioria não possui atitude socioambiental. A mudança de atitude, por sua vez, não se processa de maneira imediata e sem intenso trabalho de instrução e educação.

## REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia et. alli. **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa**. Rio de Janeiro: ENANPAD, Setembro/2000.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental - ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**, São Paulo: Atlas, 2007.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administração em organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. Tradução: Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1997.

IDEC. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Guia de Responsabilidade Social para o Consumidor**. São Paulo. Editora Avina, 2004.

IMPERATRIZ. Disponível em [www.imperatriz.ma.gov.br](http://www.imperatriz.ma.gov.br). Acesso em 05/06/2011.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEITE, Ana Lucia Tostes de Aquino. **Educação ambiental: curso básico à distância**. Brasília: Editora MMA, 2003.

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação dos dados**. São Paulo: Atlas, 1996.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa**. São Paulo, HUCITEC/ ABRASCO, 2000.

OTTOMAN. J. **Marketing Verde – Desafios e oportunidades para a nova era do Marketing**. São Paulo: Makron Books, 1994.

TRASFERETTI, José. **Ética e Responsabilidade Social**. Campinas: Editora Alínea, 2006.

## O DESAFIO DA GESTÃO DE MATERIAIS EM UMA ENTIDADE FILANTRÓPICA

C. B. H. A. Vieira<sup>1</sup>, E. G. S. Coutinho<sup>2</sup>, G. F. F. Cavalcante<sup>3</sup> e M. C. M. Cavalcanti<sup>4</sup>  
<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

camilleaspvieira@gmail.com - guttierrys@hotmail.com - gefabiane@gmail.com - mcmcavalcanti@hotmail.com

### RESUMO

O grande desafio da gestão de materiais é adequar as necessidades e desejos da empresa, sem comprometer a produtividade. Isso não só se aplica às atividades de produção e de serviço, como também a entidades sem fins lucrativos e não governamentais, ambiente desta pesquisa. O objetivo deste artigo foi analisar como ocorre a gestão dos recursos materiais e patrimoniais em uma entidade filantrópica na cidade de João Pessoa-PB. Para isso, se fez necessário; levantar o perfil do gestor, analisar os procedimentos de recebimento de doações, analisar os procedimentos de compras utilizados pela organização bem como a composição do seu estoque. O método científico aplicado à pesquisa foi o dedutivo, o tipo de pesquisa quanto aos fins foi de natureza descritiva e quanto aos meios de investigação tratou de um estudo de caso e de levantamento bibliográfico. A abordagem para análise dos resultados foi de natureza quali-quantitativa. Quanto ao perfil do gestor, os resultados apontaram para uma grande participação das mulheres com idade igual ou superior a 45 anos, foi observado que os procedimentos de recebimentos de doações carecem de estruturação e os principais procedimentos de compras utilizados foram licitação, concorrência e editais. Em relação à composição dos itens em estoque, verificou-se que é composto apenas por materiais de apoio às atividades de reabilitação dos usuários portadores de necessidades especiais. Os resultados evidenciaram que a gestão de materiais em uma organização do terceiro setor representa de fato um desafio para os gestores, tendo em vista a natureza operacional dessa gestão.

**Palavras-chave:** Gestão de materiais. Terceiro setor. Doações.



## 1. INTRODUÇÃO

A exigência de uma organização eficaz dos materiais doados e aqueles de aquisição própria para o melhor funcionamento dos processos organizacionais fez com que o objeto de estudo se desenvolvesse em uma ONG - Organização não governamental, incluída nas empresas que compõe o 3º setor.

Administrar os materiais é um grande desafio, dessa forma, estabelecer critérios como: ferramentas de controle são essenciais para o gerenciamento dos recursos patrimoniais e dos seus processos de compras, entendendo que isso se faz necessários principalmente considerando a obtenção de recursos financeiros para este fim.

Com o advento de novas tecnologias e a necessidade de alocar os recursos de forma correta, muitas organizações estão usufruindo de sistemas informatizados de gerenciamento. Posto que, eles permitem maior agilidade nos processos. Por outro lado, a implantação de estratégias é imprescindível para um controle eficaz dos materiais.

O artigo tem como foco principal analisar uma entidade filantrópica no que tange ao reconhecimento e prática de gestão de materiais, visto que, por não ter auto-sustentação e contar com colaborações de afins e ajudados, torna-se um desafio tal gestão, bem como proceder a supervisão dos materiais que adentram a instituição. Nesse cenário, nota-se um caráter inovador permitindo a sociedade um maior acesso ao serviço oferecido.

Assim, tem-se como objetivo analisar como ocorre a gestão de materiais em uma entidade filantrópica na execução de suas atividades, a partir de objetivos específicos: analisar o perfil do gestor, analisar os procedimentos para realização de doações, analisar os procedimentos utilizados para compras, como também verificar os itens de estoque. Em face de problemática em epígrafe, pretende-se responder ao seguinte questionamento: **A gestão de materiais da entidade em estudo vem atuando de forma eficaz, frente às dificuldades enfrentadas por uma organização filantrópica?**

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Antes de dar início ao estudo de caso, convém proceder um levantamento teórico sobre alguns conceitos de gestão de materiais, como a gestão de recursos patrimoniais, função compras e a aquisição de materiais por meio de doações.

### 2.1 Patrimônio, classificação e codificação

O patrimônio de uma empresa representa os recursos necessários para que a mesma realize todas as suas operações. De acordo com POZO (2010, p. 190)

São todos os bens necessários para a empresa operar, criar valor e proporcionar satisfação do cliente. Os bens patrimoniais não são adquiridos todos de uma só vez, mas durante sua existência.

A obtenção de tais recursos pode ocorrer em duas etapas. A primeira no início da empresa (segundo POZO (2010), quando é elaborado o projeto que envolve as necessidades da mesma, em seguida os bens são adquiridos de acordo com o planejamento financeiro realizado) e a segunda na ampliação ou troca de recursos.

Para maior simplificação e padronização dos recursos patrimoniais, os mesmos são classificados, especificados e codificados:

- **Classificação:** consiste na “aglutinação de materiais por características semelhantes” (VIANA, 2010, p. 51), devendo considerar os atributos de abrangência, flexibilidade e praticidade para ser considerada boa. De acordo com POZO (2010), tem a finalidade facilitar o posterior processo de codificação. Os tipos de classificação encontrados, segundo VIANA (2010), são: por tipo de

demanda, materiais críticos, perecibilidade, periculosidade, possibilidade de fazer ou comprar, tipos de estocagem, dificuldade de aquisição e mercado fornecedor.

□ **Especificação:**

Talvez a mais sintética definição de especificação seja “descrição das características de um material, com a finalidade de identificá-lo e distingui-lo de seus similares” (VIANA, 2010, p.74)

Uma boa especificação deve seguir as seguintes condições básicas:

- “existência de catalogação de nomes, que deve ser padronizada;” (VIANA, 2010, p.74)
- “estabelecimento de padrões de descrição;” (VIANA, 2010, p.74)
- “existência de programa de normalização de materiais”. (VIANA, 2010, p.74)

○ **Codificação:**

A codificação alicerça-se em bases técnicas, a partir de uma análise dos materiais da empresa, e tem por objetivo propiciar aos envolvidos a solicitação de materiais por seu código, em lugar do nome habitual, e possibilitar a utilização de sistemas automatizados de controle, objetivando:

- a) Facilitar a comunicação interna na empresa no que se refere a materiais e compras;
- b) Evitar a duplicidade de itens no estoque;
- c) Permitir as atividades de gestão de estoque e compras;
- d) Facilitar a padronização de materiais;
- e) Facilitar o controle contábil dos estoques. (VIANA, 2010, p.94).

De acordo com POZO (2010), podem ser usados dois sistemas de codificação, sendo um numérico (também chamado de decimal, utiliza apenas números na codificação, sendo considerado pelo referido autor o melhor método a ser utilizado) e o outro alfanumérico (faz uso de letras e números na codificação, de acordo com o autor, é de difícil memorização, por isso é menos usado).

Tais ações facilitam o controle de todos os recursos patrimoniais da empresa, possibilitando, conseqüentemente, uma gestão mais adequada dos mesmos, principalmente a respeito do tempo e quantidade exatos de reposição.

## 2.2 Função compras

A função de compras é descrita por Marcos Aurélio P. Dias (2010, p. 228) como:

[...] um segmento essencial do departamento de materiais ou suprimentos, que tem por finalidade suprir as necessidades de materiais ou serviços, planejá-las quantitativamente e satisfazê-las no momento certo com as quantidades corretas, verificar se recebeu efetivamente o que foi comprado e providenciar armazenamento.

Para executá-la corretamente certos cuidados são necessários, tais como a verificação da disponibilidade dos materiais a serem utilizados. Essa é a primeira etapa do ciclo de um processo de compras. Deve-se sempre verificar isso para manter a continuidade de abastecimento, cuidando para manter a quantidade de materiais compatíveis com o processo produtivo.

Segundo Gonçalves (2010, p. 245), a função compras exige grande responsabilidade, requerendo planejamento e acompanhamento, processos de decisão, pesquisa e seleção de fornecedores, investigação e conferência para assegurar prazos de entrega, inspeção de qualidade e quantidade desejadas. Requer entendimento entre diversos setores da empresa, como o almoxarifado para que haja o armazenamento e o estoque correto e o financeiro para que controle os pagamentos das faturas do material adquirido.

Os objetivos básicos de um departamento de compras resumem-se em obter um fluxo contínuo de suprimentos, coordenar esse fluxo de modo que esse investimento afete o mínimo possível a operacionalidade da empresa, comprar materiais com os menores preços, mas cuidando os padrões de quantidade e qualidade definidos, e negociar de maneira justa e honrada os termos de pagamento.

Um departamento de compras de uma organização deve estar pronto para negociar, produzir e entregar os produtos ou serviços solicitados, atento à previsão de necessidade de suprimento (prazo, quantidades e qualidades) para a organização operar. Deve fornecer meios suficientes para o comprador executar seu trabalho, não esquecendo o quanto é importante para o comprador manter-se bem relacionado com o mercado fornecedor. A seleção de fornecedores (ter conhecimento de suas instalações, qualidade, preço e tempo de entrega) é essencial para o cumprimento das metas da empresa.

É sabido que, no início da empresa uma pessoa, o dono, acumula funções. Com o crescimento da empresa torna-se necessário a delegação de autoridade e responsabilidade. Mas independente do porte, alguns princípios básicos de organização ocorrem: autoridade para compra; registro de compras; "registro de preços; registros de estoque e consumo; registro de fornecedores; arquivos e especificações; arquivos de catálogos." (DIAS, 2010, p. 230).

Podemos incluir como atividades do setor de compras, complementando a informação acima, a pesquisa, a aquisição e a administração. O comprador deve estudar o mercado e o material a ser adquirido, de olho nos custos e investigando as fontes de fornecimento. Na aquisição do produto ou serviço, deverá conferir a requisição, analisar cotações, negociar contratos e acompanhar o recebimento dos materiais. E após ter adquirido o produto, cuidará da manutenção dos estoques mínimos e padronizar o que for possível. Lembrando que isso não é tudo, e que varia de empresa para empresa.

### **2.3 Aquisição de recursos materiais**

O cunho estratégico que a gestão de materiais passou a ter num âmbito organizacional proporcionou as entidades um controle sobre o seu processo de aquisição de recursos materiais. Tem como responsabilidade a gestão, negociação e contratação de aquisição de materiais com melhor preço e quantidade necessária.

Há dois tipos de compras, o feito para o consumo e o outro para o investimento. No primeiro, são aqueles que se enquadram na parte de materiais para o expediente. Já o segundo, são compras de bens e equipamentos que compõe o ativo da empresa. Esses tipos de compras podem ser formais e informais, sendo que, nos formais usa-se uma documentação e o outra não usufrui de procedimentos burocráticos.

Segundo Galvão e Mendonça apud Mendes e Nunes (2008), gerenciar os recursos adequadamente pode proporcionar qualidade para o produto e/ou serviço, como também, um preço exequível. Já para Viana (1999), os recursos são os meios pelos quais as entidades realizam suas atividades. Sendo que, nos recursos materiais apresentam procedimentos utilizados para produzir.

Para Martins et al apud Bernardes e Lapolli(2009), os recursos materiais são:

Os itens ou componentes que uma empresa utiliza nas suas operações do dia-a-dia, na elaboração de seu produto final ou na execução de seu objeto social.  
(BERNARDES E LAPOLLI,2000 P. 03)

A aquisição de recursos materiais dentro de uma organização de terceiro setor é essencial para que suas atividades sejam executadas com êxito. Diante disso, há algumas formas de aquisição de materiais, como: os de expediente, equipamentos e ferramentas de trabalho. Caso não seja adquirido por recursos próprios pode ser feito por doações, que mediante o dicionário Aurélio (2000), consiste em doar algo de forma gratuita para outrem. Segundo Watanabe (2011), existem doações privadas, governamentais e por outras ONGs. A primeira é utilizada a partir do momento em que a entidade expõe suas atividades para a população no intuito de divulgar o trabalho e conseqüentemente adquirir doações.

Na governamental, são enquadradas nos programas de auxílio em esferas distintas, para tanto, receber a doação requer que a ONG tenha um cadastro (CNPJ), bem como, um regimento interno,

mediante a lei de 9790 de 1999. Já a feita por outra ONG disponibiliza através de seus programas insumos produtivos imprescindíveis para a efetivação dos seus processos organizacionais. Outro modo, enquadra-se as licitações que são procedimentos que uma entidade desenvolve através de atos formais, visando atrair empresas com propostas de bens ou serviços.

## 2.4 Ong's

Para fundamentar os estudos sobre organizações do terceiro setor, vale mencionar o conceito e a evolução das Organizações Não-governamentais (ONGs). De acordo com Nakata, Sousa e Araújo (2011), o termo ONG surgiu em 1945 em um documento da Organização das Nações Unidas (ONU) e correspondia a um grupo de entidades com perfis diversos e popularizou-se na década de 1970, como uma alternativa às práticas institucionais tradicionais. No Brasil, o conceito ganha força na década de 1990, devido à criação da Associação Brasileira de ONGS (ABONG) e a realização da Eco-92 no Rio de Janeiro.

O processo de evolução das ONGs resultou numa maior exigência de profissionalização dessas organizações, que passaram a assumir funções complementares do Estado. De acordo com os autores já citados, a tendência atual é de busca de profissionalização da gestão, com o apoio de todos os stakeholders e de formar quadros não apenas para um único perfil de atuação vinculado diretamente a sua atividade fim, mas para atuar de forma harmônica na ambiência nas quais estão inseridas.

## 3. METODOLOGIA

A metodologia trata de um conjunto de técnicas, procedimentos e métodos utilizados por um estudioso, com fim de organizar e sistematizar a ação de pesquisar frente a um fenômeno a ser estudado (VERGARA 2005).

O método científico aplicado à pesquisa foi o dedutivo uma vez que se partiu de uma premissa universal para dedução de uma particularidade; baseando-se no racionalismo. O tipo da pesquisa quanto aos fins de investigação foi de natureza descritiva justamente àquele em que aquela que o pesquisador procura conhecer e interpretar a realidade, sem nela interferir para modificá-la. A abordagem para análise dos resultados foi de natureza quali-quantitativa.

Para o alcance do objetivo almejado neste artigo, a metodologia usufruída foi determinada em etapas. Primeiramente, uma revisão bibliográfica para se ter um embasamento teórico sucinto e conciso sobre tal assunto. Para Vergara (2005), tal tipo é caracterizado por componentes que servem de base para a contextualização do tema através de livros e artigos. Já que o foco foi reunir assuntos que envolvessem a gestão de materiais num contexto de gerência ao terceiro setor.

O Ambiente de pesquisa ou local onde foi observado, descrito, ou explorado o objeto de estudo do pesquisador foi uma ONG na cidade de João Pessoa/PB. A amostra 04 respondentes, neste estudo correspondeu à população-universo, entendida por população um conjunto de elementos (pessoas, empresas, produtos) que possuem as características. Costuma-se, neste caso, selecionar uma parte representativa dela, denominada amostra. Amostra é, portanto, uma parte da população selecionada de acordo com uma regra ou plano. Vergara (2004) destaca os dois tipos de amostras mais conhecidas

O Instrumento de coleta de dados foi o questionário misto aplicado a quatro respondentes nas funções de gestoras e coordenadoras, os demais colaboradores são membros voluntários, não constituindo universo probalístico para pesquisa. Mediante Vergara (2005), o questionário compreende um meio essencial para obtenção de dados que propicie a resolução de problemas. E a consulta a documentação direta e indireta permite o entendimento de um panorama geral, visto que, ele é o primeiro passo da pesquisa.

## 4. ANÁLISE DE DADOS

O levantamento bibliográfico possibilitou o entendimento e visão estratégica da gestão dos recursos materiais e patrimoniais das organizações como todo, e, oportunizou o ordenamento de suas funções também numa entidade filantrópica. Foi observado segundo Gonçalves 2010 (p. 245) que a

função compras exige uma grande responsabilidade, requerendo planejamento e acompanhamento, processos de decisão, pesquisa e seleção de fornecedores, investigação e conferência para assegurar prazos de entrega, inspeção de qualidade e quantidade desejadas, salientando neste instante a questão da proposição deste trabalho em ser um grande desafio tal gestão realizar através de voluntariado esta sequência de operações de produção e serviços. Quando a questão de análise passou a verificação e aquisição de itens em estoque, atentamos ao fato de que este representa o patrimônio constituído pela ONG, mais por doações do que dispêndio financeiro direto, isto nos permite chamar a atenção ao que diz Pozo 2010 (p.190) “O patrimônio de uma empresa representa os recursos necessários para que a mesma realize todas as suas operações”, isto nem sempre acontece numa organização do terceiro setor, na empresa em estudo, verificou-se que nem todos os itens necessários as atividades de produção e serviços estão disponíveis ao tempo de atendimento a estas necessidades.

Sobre a aquisição de doações para o gerenciamento eficaz destas necessidades, enfatizamos o que diz Watanabe (2011), que existem doações privadas, governamentais e por outras ONGs e que primeira é utilizada a partir do momento em que a entidade expõe suas atividades para a população no intuito de divulgar o trabalho e conseqüentemente adquirir doações. Neste aspecto a ONG em estudo está atenta a este apelo, e tem tentado demonstrar sempre que oportunizado sua importância para a sociedade, na ânsia de manter o fluxo de doações no ritmo que permita a continuidade dos seus trabalhos.

A seguir, serão expostos os dados obtidos analisados de forma quali-quantitativa e se fez uso de estatística simples, obedecendo à ordem dos itens propostos pelo questionário estruturado e misto, no programa excel por meios de gráficos e/ou tabelas. São apresentados itens que remetem a gestão de materiais no que tange ao perfil do gestor, prática da gestão de materiais e reconhecimento da área.

Como explicitado na metodologia, foram entrevistadas duas gestoras gerais e duas coordenadoras específicas do CAEHH (Centro de Atividades Especiais Helena Holanda). Não foram entrevistados outros colaboradores devido à atividade de gestão dos materiais estarem centrada nesses colaboradores.

De acordo com o objetivo geral que foi o de verificar como ocorre a gestão de materiais em uma entidade filantrópica. Iniciar-se-ão as análises administrativas gerais, partindo em seguida para os objetivos específicos de análise dos meios possíveis para o recebimento de doações, procedimentos utilizados para as compras, verificação do controle do estoque e exame da relação entre instrumentos doados/próprios.

- Perfil do gestor: Características administrativas gerais e Características demográficas.

Inicialmente analisaremos as questões demográficas relativas aos gestores e coordenadores da organização estudada. Convencionalmente, os trabalhos em ONGs geralmente são exercidos por mulheres com idade superior a trinta anos.

Na primeira questão, que menciona sobre o sexo, tanto para o questionário aplicado aos gestores gerais, como também para os coordenadores, observa-se que o sexo feminino predomina, compreendendo em 100% de sua totalidade. Dessa forma, na gerencia de uma área não há a presença do sexo oposto.

No quesito idade, os coordenadores pesquisados se enquadram na opção 45 anos ou mais, correspondendo a 100%. Já para os gestores observa-se uma diferenciação, posto que, uma enquadra-se no item 45 ou mais e a outra no item 25-35 anos, correspondendo a 50% cada um, sem abstinências.

- Formas de Trabalho

Neste questionamento para os coordenadores, 100% são contratados, enquadrando em um regime de trabalho normal e integral. Sendo um deles responsável por setores diferentes (oficinas terapêuticas, musical, artística, limpeza e alimentação), já o outro é responsável pela área da saúde. Diante disso, a presença de pessoas caracterizadas como voluntária não se faz permanente em atribuições em cargos hierárquicos.

- Público-alvo

Em conformidade com a resposta de uma das gestoras, o atendimento oferecido recebe, em sua grande maioria, deficientes mentais, realizando também atendimentos com deficientes físicos, auditivos, orais, visuais, idosos, sequelados de acidentes e de síndromes conhecidas e desconhecidas, de acordo com a outra gestora.

o Doações

O primeiro objetivo específico desse artigo corresponde à análise dos meios possíveis para a realização de doações. Sobre os mesmos foram obtidas as seguintes informações durante a aplicação dos questionários. No questionamento sobre a frequência em que ocorrem às doações, ambas as respostas obtidas afirmaram que as doações acontecem de forma diária. Já que por ser uma entidade não governamental e não possuir uma sustentação própria, todos os insumos advindos por esse meio são imprescindíveis para o curso de suas atividades. Uma vez que, esses insumos de acordo com Viana (2001), são os meios essenciais para que entidades realizem suas atividades.

A entidade utiliza outros meios para a aquisição de donativos, como a confecção de CDs, livros e também com uma equipe de dança formada pelas pessoas atendidas. Esse tipo de donativos enquadra-se em doações privadas, onde se expõe para a sociedade, visando arrecadar fundo. Corroborando com isso, Watanabe (2011), afirma que doações privadas “é utilizada a partir do momento em que a entidade expõe suas atividades para a população no intuito de divulgar o trabalho e conseqüentemente adquirir doações”.

o Procedimentos utilizados para compras

Já o segundo objetivo específico desse artigo corresponde à análise dos procedimentos utilizados para as compras. De acordo com as respostas obtidas, os principais procedimentos de compras utilizados são licitação, concorrência e editais, conforme exposto no gráfico abaixo:

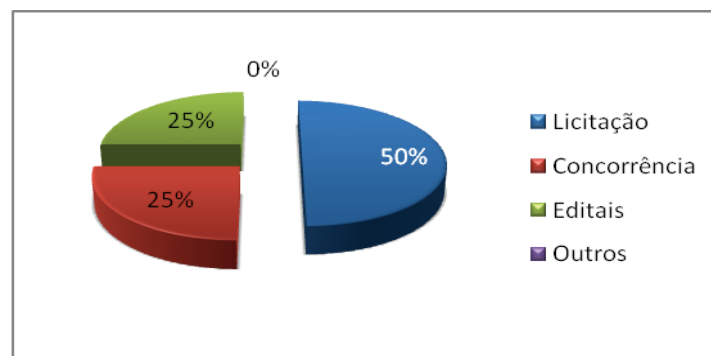


Gráfico 3 - Procedimentos de compras utilizados  
Autoria Própria

A respeito do investimento de capital próprio na aquisição de materiais e equipamentos, as gestoras se contradizem, afirmando que o investimento de capital é pequeno e, na outra resposta, que é médio. Apesar da contradição, pode-se concluir que o nível de investimentos próprios em tais aquisições está entre os dois níveis citados.

o Controle de estoque

O terceiro objetivo desse artigo consiste na análise do controle de estoque da referida entidade. Por não possuir processo produtivo, o estoque do CAEHH é composto apenas por materiais de apoio às atividades de reabilitação. De acordo com os coordenadores, sobre os materiais utilizados no setor, a coordenação de saúde usa materiais de expediente, medicamentos (a coordenadora é farmacêutica) e outros materiais de consumo da área de saúde. Já os setores de oficinas terapêuticas, musical, artística, limpeza e alimentação utilizam os seguintes materiais: permanente, educacional e artístico, material de cozinha e do estoque.

A instituição necessita que os materiais sejam reabastecidos semanalmente na coordenação de saúde, e mensalmente, ou até com intervalo de mais de um mês, nos setores de oficinas terapêuticas,

musical, artística, limpeza e alimentação. Quanto à frequência real deste reabastecimento, segundo a resposta ao questionário aplicado, esta necessidade é a realidade dos setores das duas coordenações.

Sobre o processo de codificação nota-se que há uma diversificação nas respostas, haja vista que, uma das gestoras mencionou que há o processo, no entanto, a outra se posiciona de forma diferente.

Sabe-se que tal procedimento é relevante, porque permite a entidade um maior gerenciamento dos seus recursos visando melhoria nos seus processos e um controle eficaz, como Viana (2001) afirma, sendo ele também um agente para o controle contábil dos estoques. Todavia, para que haja uma codificação veemente faz-se necessário o uso de uma listagem que especifique os itens, contendo um código para sua padronização. Como também, uma classificação para evitar que materiais de uso duradouro estejam no mesmo âmbito de um com durabilidade perecível ou com nível de periculosidade elevada.

No que tange a avaliação geral do controle dos seus estoques, houve mais uma divergência nas respostas, já que uma gestora se posiciona afirmando que a instituição possui uma gestão de controle de estoque eficaz. Porém, a outra se coloca de forma contrária, frente a esta questão, mas menciona que está sendo implantado, salientando sua colocação *“Estão se organizando para maior gestão de estoques, visando o maior controle, menor desperdício.”* O cenário do controle de estoque atualmente encontra-se razoavelmente organizado ao nível de coordenadorias, já o almoxarifado geral, encontra-se precariamente organizado frente às dificuldades que o sistema impõe a organização. Já que, a aquisição de matérias para o seu usufruto é constante e faz com que ele seja utilizado de forma moderada visando à execução de suas atividades. Os coordenadores afirmaram que tanto para a coordenação de saúde quanto para as coordenações dos setores de oficinas terapêuticas, musical, artística, limpeza e alimentação o estoque é sim eficiente.

o Relação entre materiais doados e próprios

Atendendo ao quarto e último objetivo deste artigo, analisar-se-á a seguir a relação entre os materiais doados e próprios na referida entidade.

Como ressaltado pelas gestoras, o investimento de capital próprio está entre pequeno e médio, o que mostra a dependência da entidade quanto às doações efetuadas por amigos, parceiros e demais simpatizantes. Conforme levantamento realizado no início da pesquisa, pôde-se perceber que dentre os principais ativos imobilizados da ONG, pode-se destacar a seguinte relação entre materiais doados e próprios (tabela de autoria própria):

**Tabela 3 - Patrimônio do CAEHH**

<p><b>Doações</b></p>	<p>Sprints (24), freezer duplo, freezer pequeno, geladeiras (2), fogões (2), instrumentos da banda, mesas e cadeiras plásticas, forno, fritador de batata inglesa, porta-alimentos para o self-service, mesas para arte (3; 2,5 X 1,8), todo o material da sala de fisioterapia, computadores (12), mesa e 6 cadeiras da sala da presidência, todo o material do muro lateral esquerdo (do rio), máquina de lavar (1), televisões (3), data-show (1), home-teather, cadeiras pretas para o mini-auditório (40), armário de aço (1), birô (1), gabinete dentário (1), combi (cedida pela Secretária da Saúde - estado ou município???) - ). turbilhão (1), cama etostática (1), tendas (3).</p>
-----------------------	--

<p><b>Aquisições próprias</b></p>	<p>Tatames (camas de fisioterapia) (4), nebulizadores, tubo de oxigênio, ventiladores (14), mesas plásticas (10) e cadeiras (40), cadeiras brancas de acrílico (16), cadeiras de escritório laranja (10), cadeira administrativa (1), birôs (18), arquivos (2), armários de aço (10), máquina de xérox (1), impressoras a laser (2), cadeira do papai (1), conjunto administrativo (1), maca portátil (1), aparelhos de fonoaudiologia, fisioterapia e psicologia, brinquedos, utensílios da cozinha, mesa e cadeiras da cozinha, banners, material de decoração, permanente administrativo e de expediente, material artístico, alimentos, fardamento, crachás, microsystem, DVD, complementos para a banda, consertos gerais, medicamentos, controle do portão, cortador de grama, manutenção dos motores, dos alarmes, 2 piscinas plásticas, material de higiene pessoal.</p>
-----------------------------------	--

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão de materiais tem cunho estratégico dentro da organização, por isso, o objetivo deste artigo foi um estudo para verificar a prática da gestão de materiais em uma entidade filantrópica, à medida que, ela permite o melhor gerenciamento dos seus recursos. Diante do que foi exposto, pôde-se observar a importância de uma gestão de materiais eficaz, em uma organização filantrópica, entendendo que, a gestão diz respeito a condução do processo de gerenciamento do setor de materiais por 04 pessoas voluntárias sem necessariamente formação em gestão, eficiência reportando aos aspectos de processo, uma vez que, a outros atores envolvidos nos trabalhos da ONG, que são voluntários e não têm domínio de todo processo de compras, sim em partes, de acordo com a proximidade das atividades desenvolvidas em atendimento aos portadores de deficiência e por fim a eficácia que diz respeito aos resultados, podendo este último, ser completamente comprometido pelo pouco controle das duas outras variáveis, tudo isto incorre para que o processo de gestão da ONG em estudo tenha dificuldades para atingir seus objetivos sociais, em relação a captação de recursos, se tornando de fato um desafio para os que participam desta atividade.

Sabendo que uma ONG enfrenta dificuldades em seu cotidiano, devido a necessidades de insumos, a empresa pesquisada consegue atuar de forma eficaz, proporcionando aos seus clientes os serviços adequados, voltado a sua reabilitação e inserção na sociedade. Inicialmente utilizou um arcabouço teórico que legitimasse os estudos e servissem como base para análise de dados obtidos in loco, com foco na codificação, especificação, aquisição e doações, processos de compras, como também, o controle de estoque. Na primeira, observou-se que a entidade não possui uma codificação instituída que facilite sua comunicação nas diversas áreas que ela comporta.

Notou-se, também, que as doações ocorrem de forma continuada e diária, sem no entanto está diretamente relacionada ao atendimento direto as atividades programadas, que deveriam acontecer com ou sem as doações, e para isto a ONG se utiliza outros métodos para captação de recursos a exemplo a busca de doativos. Já nos investimentos com capital próprio, pode ser enquadrado como ínfimo se considerando as necessidades a serem atendidas. Respondendo ao objetivo de investigação do processo de compras adotado pela ONG, os principais procedimentos observados são licitação, concorrência e editais, como visto pela literatura, atendem as exigências desta atividade. Quanto ao



controle de estoque, essencial para a eficácia de uma organização, tornou-se evidente a divergência entre as respostas, onde uma afirma que há um controle, por outro lado, a outra menciona que não, mas ressalta que está em processo de implantação.

Percebeu-se, também, a necessidade de melhorias na gestão de materiais da referida entidade, como também, de aprofundamento de estudos sobre como a mesma ocorre em outras organizações não-governamentais. O presente estudo limitou-se a duas gestoras e duas coordenadoras, uma vez que, muitos são responsáveis por diversas áreas na entidade. No entanto, pretende-se estender tal tema, visando obter dados mais concisos sobre o desafio da GM em entidades filantrópicas. Sendo a GM um elemento essencial para que os processos organizacionais sejam realizados com eficácia, propiciando ao consumidor final o pleno acesso aos seus produtos e/ou serviço, o estudo na referida entidade proporciona o âmbito acadêmico e organizacional, elementos que subsidiem novas pesquisas de caráter inovador.

Dessa forma, o questionamento “**A gestão de materiais vem atuando de forma eficaz, frente às dificuldades enfrentadas por uma entidade filantrópica?**” pode ser respondido positivamente para a realidade da entidade em estudo, tendo em vista que o gerenciamento de tais recursos vem alcançando resultados satisfatórios, mesmo com as variáveis de voluntariado que a princípio se tornaria um item de vulnerabilidade, no entanto dado ao esforço da equipe em otimização dos recursos disponíveis, captação de doações e disposição para o aprendizado reverteu tais expectativas. No entanto, a mesma não está sendo eficiente, tendo em vista que não estão sendo utilizados os processos e procedimentos adequados a gestão dos recursos materiais e patrimoniais tendo em vista em vista os envolvidos não tem formação nesta área.

## REFERÊNCIAS

BERNARDES, José Francisco; LAPOLLI, Édis Mafra. **Logística de materiais**: compra de materiais na UFSC. IX Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul, 2009. Disponível em: <[http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wp-content/BD\\_documentos/coloquio9/IX-1110.pdf](http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wp-content/BD_documentos/coloquio9/IX-1110.pdf)> Acessado em 11 de Maio de 2011.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais**: Princípios, conceitos e gestão. 6. ed. São Paulo: Alas, 2010.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI Escolar**: O minidicionário da língua portuguesa. 4 ed. rev . ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

GONÇALVES, Paulo Sérgio. **Administração de Materiais**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MENDES, Francisco Coelho e NUNES, Marisandra Neri. **Gestão escolar**: análise do gerenciamento de recursos em universidades do RJ. Disponível em: <<http://www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/franciscocoelhomendesmarisandrannes.pdf>>. Acessado em 11 de maio de 2011.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei 9790. 23 de Março de 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9790.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9790.htm)>. Acessado em 11 de Maio de 2011.

\

POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais**: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2010.

NAKATA, Lina Eiko. SOUSA, Edielusa Godói de. ARAUJO, Antônio de Pádua. **Educação corporativa no terceiro setor:** um estudo sobre a aderência de um conceito às práticas de uma ONG. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/577.pdf>>.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

VIANA, João José. **Administração de materiais:** um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2010.

WATANABE, Roberto Massuru. **Como fazer para conseguir recursos?** Disponível em: <<http://www.ebanataw.com.br/roberto/ong/dinheiro.htm>>. Acessado em 11 de Maio de 2011.

## O EMPREENDEDORISMO RURAL NA CRIAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE OVINOS E CAPRINOS: O CASO DOS EXPOSITORES DA V EXPOCAPRI DA CIDADE DE SALGUEIRO.

Francisca Wislana Costa Pinto<sup>1</sup> e Orlando Everton de Sousa Ferreira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Sertão - Campus Salgueiro e <sup>2</sup>Instituto Federal do Sertão – Campus Salgueiro  
Wislana.pinto@ifsertao-pe.edu.br – je.cristo@hotmail.com

### RESUMO

A criação de ovinos e caprinos no nordeste é praticada desde a colonização, pelo fato dessas espécies adaptarem rapidamente às condições climáticas e ambientais do sertão. O manejo para criação era feito inicialmente de forma rudimentar, sem o uso de tecnologias, sem planejamento de metas e nem objetivos, a criação era feita de todo jeito e sua produção era apenas para a sobrevivência. Todavia, com o passar dos anos, os produtores vem percebendo a necessidade de adotarem práticas inovadoras e novas formas de gestão para os seus negócios, produzir produtos de maior e melhor qualidade e fortalecer o crescimento da produção ovino-caprinocultura nacional. Esse trabalho tem como propósito identificar as características dos empreendedores rurais de hoje e destacar as práticas inovadoras para manejo e gestão de seus negócios com o intuito de aumentar e melhorar a renda das famílias. Para elaboração desse trabalho aplicamos um questionário aos empreendedores rurais que participaram da V EXPOCAPRI (Exposição Especializada de Caprinos e Ovinos do Município de Salgueiro-PE) para investigar o perfil e características desses empreendedores, seus métodos para criação e comercialização além das suas percepções sobre desenvolvimento sustentável. Com os resultados obtidos verificaram-se mudanças no comportamento dos produtores e nas praticas de gestão de seus negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo rural, Ovinocaprinocultura, Agronegócio, Desenvolvimento Sustentável

## 1. INTRODUÇÃO

As atividades agropecuárias estão sendo desenvolvidas desde a antiguidade, mas vale salientar que as atividades pecuárias em especial eram desenvolvidas com quase ou nenhum tipo de tecnologia, ou seja, uma produção meio que sem ideal, ou objetivos, ou metas a serem alcançadas, sem nenhum interesse em inovar, ou melhorar a atividade pecuária. Mas com o passar dos anos foi-se percebendo a necessidade de melhorar, inovar as técnicas de produção e gestão das atividades pecuárias, com o intuito de aumentar a qualidade e quantidade dos produtos pecuários melhorando assim a renda do produtor, e hoje em dia boa parte dos produtores de produtos pecuários já buscando auxílio para procurarem desenvolver essas técnicas acima citadas, e com isso a ovino-caprinocultura nacional só tem a crescer e com isso melhora também as condições de vida dos produtores e essa atividade se torna auto sustentável e essencial para a economia brasileira.

Dessa forma este estudo se justifica por uma série de razões que demonstram a importância desempenhada pela agricultura familiar em nosso País. Roque e Vivan (1999) evidenciam que produtores rurais em suas bases agrícolas, assim como todos os outros setores da economia nacional devem abrir suas propriedades para uma forma de gerenciamento que exige produtos, serviços e estratégias empresariais compatíveis com os novos padrões vigentes.

O presente trabalho tem como objetivo identificar as características dos empreendedores rurais e destacar as novas práticas inovadoras e de gestão de seus negócios com o intuito de aumentar e melhorar a renda das famílias dos expositores rurais que participaram da V EXPOCAPRI (Exposição de Caprinos e Ovinos) no Município de Salgueiro-PE.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRAFICA

### 2.1 Empreendedorismo Rural

A importância do empreendedorismo tem sido bastante divulgada ao longo dos anos, e nesse processo de divulgação são mostradas as formas dos produtores estarem inovando melhorando as técnicas utilizadas para produção. Pois empreendedorismo é o uso de técnicas inovadoras visando melhorar o meio onde vive e fortalecendo e melhorando as atividades produtivas, mas sem temer os eventuais riscos já previstos que podem acontecer, ou seja, não ter medo de fracassar, mas estar sempre pronto para dar a volta por cima e nunca desistir dos seus ideais, é aí onde entra a parte de gestão do negócio, planejamento estratégico, entre outros. Mas sendo importante salientar que tudo isso visa melhorar a renda dos agricultores e diminuir o êxodo rural, se tratando de empreendedorismo rural.

O termo empreendedorismo é neologismo traduzido livremente do inglês *entrepreneurship*, originada da palavra francesa *entrepreneur*, usada no século 12 para designar “aquele que incentivava brigas” (DOLABELA,1999, p.43). O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados (PINTO, 2011).

A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e modo de pensar e agir.

[...] ser um empreendedor é muito mais que ter a vontade de chegar no topo de uma montanha; é conhecer a montanha e o tamanho do desafio; planejar cada detalhe da subida, saber o que você precisa levar e que ferramentas precisa levar; encontrar a melhor trilha estar comprometido com o resultado, ser persistente, calcular os riscos preparar-se fisicamente, acreditar na sua própria capacidade, começar a escalada (SEBRAE, 2005, p. 9).

Os empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento econômico. Segundo Schumpeter (1982) o empreendedor é o agente de mudanças que desempenha o papel de motor do sistema econômico através da introdução da inovação em alguma atividade e o aproveitamento de

oportunidades de negócios gerando novas oportunidades. As novas atividades rurais, ressalta Schneider (2003), estão desenvolvendo mentalidade do empreendedorismo rural, provocando uma clara mudança no modo de encarar pluriatividade no campo, pois no passado as atividades não-agrícolas não eram consideradas como fatores relevantes para o aumento da geração de renda e do nível de emprego no campo.

Hoje em dia a pluriatividade tem sido um fator fundamental para manutenção das famílias no campo, fazendo com que haja um aumento e diversificação da renda dos produtores rurais. Isso faz com que diminua ou quase não ocorra a saída dos produtores do meio rural para os grandes centros, devido a boa renda e qualidade de vida que eles estão conseguindo no meio rural, fazendo com que ocorra um aumento das oportunidades de trabalho o que aumenta a absorção de mão-de-obra da própria comunidade, fortalecendo assim o desenvolvimento da região onde os produtores estão inseridos.

## 2.2 Ovinocaprinocultura

No mundo todo desde a antiguidade é feita a criação de caprino e ovino devido ao bom desempenho e retorno econômico que essa atividade promove. A exploração de caprinos e ovinos na região Nordeste é uma importante atividade técnica e economicamente viável. Segundo o IBGE (2002) O Brasil detém cerca de 6.590.646 cabeças de caprinos e 13.954.555 de ovinos, dos quais 93,7% e 48,1%, respectivamente, na Região Nordeste (EMPRAPA, 2005).

No Brasil a produção de caprinos e ovinos é feita em muitos casos por pequenos produtores que possuem certas dificuldades para ter acesso a linhas de crédito e orientações técnicas com isso os animais por eles criados chegam muito tarde ao peso de abate com mais de 16 meses de idade estes são chamados de bodes e carneiros (castrados e não castrados), e de acordo com que os animais vão ficando velhos, a carne vai ficando dura e rígida perdendo aceitação pelo mercado consumidor, e no caso dos bodes se forem velhos e não castrados possuem odor característico que limita também o aceitação do mercado. Essa longa idade de abate dá pelo fato de ser fornecido aos animais uma alimentação precária ou de baixa qualidade fornecida aos animais, dessa forma os animais têm um baixo ganho de peso, fazendo com que demorem mais tempo até chegar ao abate. Arelado á isso existem falhas ocasionadas pelo produtor no manejo sanitário que muitas vezes nem é realizado na propriedade. Sem dúvida alguma a principal dificuldade na produção é o controle das verminoses, que causam grandes prejuízos, principalmente na redução do ganho de peso dos animais (Nogueira e Moreira, 2011).

Mas com o uso de um bom manejo alimentar e sanitário e interesse do produtor em mudar e melhorar seu sistema de produzir consegue-se obter animais jovens, cabritos e cordeiros com idade variando entre 6 a 10 meses com mesmo ou até maior peso alcançado com os animais mais velhos. O que diferencia a produção de bodes e carneiros para cabritos e cordeiros são alguns fatores como, menor custo de produção, maior valor agregado pois os animais são abatidos jovens e com isso ficam menos tempo dentro da propriedade, e isso resulta numa carne macia e suculenta, faz com que esse tipo de animal seja melhor aceito pelos consumidores e deixa o mercado de carnes de caprinos e ovinos cada vez mais aquecido.

## 2.3 Agronegócio

O novo rural brasileiro que se desenha a partir do início da última década, não pode ser mais entendido como apenas aquele espaço voltado à atividade agropecuária propriamente dita. Está assumindo uma nova dimensão socioeconômica, cuja principal inovação está por conta da oferta de bens considerados como não tangíveis e de novos produtos, não necessariamente novos em descobertas (GAFFURI, 2011).

O agronegócio da caprinovinocultura de corte vem apresentado um significativo crescimento. O mercado da carne de ovinos e caprinos é altamente comprador e a atividade vem crescendo a passos

largos, em todas as regiões do país, destacando-se as regiões nordeste, centro-oeste e norte. O consumo de carnes e derivados no país é altamente favorável à caprinovinocultura, e encontra-se em pleno processo de expansão, pois as estatísticas oficiais mostram um consumo de 700g habitante/ano, enquanto que o consumo em países do primeiro mundo varia de 20 a 28 kg/pessoa/ano (SILVA 1997). Isso faz com que essa atividade seja cada vez mais promissora e fonte de emprego e renda das regiões onde esta atividade está inserida.

A sobrevivência de qualquer empreendimento, portanto, depende da sua inserção no agronegócio, para que se possa conviver competitivamente no mercado (LEITE, 2005). Com isso o produtor que realmente quer mudar daquela produção antiga e tardia de bodes e carneiros para abate, e enquadrar seus produtos de acordo com a exigência do mercado e passar a produzir cabritos e cordeiros precisa estar melhorando os manejos alimentar e sanitário praticados dentro da propriedade, e para isso este precisa buscar orientações de um técnico da área ou de empresas que promovem cursos e capacitações nessa área como SEBRAE, SENAR e também existem empresas públicas que desenvolvem trabalhos-modelo que servem de referência para outras propriedades como é o caso da Embrapa Semi-Árido e Embrapa Caprinos.

Durante a V EXPOCAPRI (Feira especializada de Caprinos e Ovinos do Município de Salgueiro-PE), pode-se notar que os expositores que ali estavam já estão buscando formas de melhorar a qualidade seus animais, tanto é que os reprodutores caprinos e ovinos que estavam na feira já são de boa qualidade, bem nutridos e aparentemente saudáveis.

## **2.4 – EXPOCAPRI**

A V Expocapri - Exposição e Feira Especializada em Caprinos e Ovinos aconteceu no mês de julho de 2011 e foi realizada pela Prefeitura Municipal de Salgueiro, através da Secretaria de Desenvolvimento Rural e contou com o apoio da Unidade de Negócios Sebrae Sertão Central, Moxotó, Pajeú e Itaparica, além do Governo de Pernambuco, através da Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária, Embrapa Semiárido, FACHUSC e Instituto Federal. (BLOG ALTO DO CRUZEIRO, 2011)

Durante a Exposição aconteceu a Feira de Tecnologias para o Semiárido onde englobou diversos Arranjos Produtivos Locais (APL) que, juntamente com a caprinocultura e a ovinocultura, compõem o cenário produtivo da agricultura na região. Havia setores destinados aos grupos de artesanato apoiados pelo Sebrae na região, através do projeto Artesanato do Sertão do Pajeú, e de um espaço Aprisco destinado a realização de palestras e consultorias, com sala especial para discussão de negócios entre os produtores e o "Curral Tecnológico"- local onde acontecia as clínicas tecnológicas pelos consultores.

Os expositores eram produtores de pequeno e médio porte e, na sua grande maioria, eram da cidade de Salgueiro, os demais eram das cidades circunvizinhas.

## **3. METODOLOGIA**

A metodologia trata-se de métodos para desenvolver a capacidade de observar, selecionar e organizar cientificamente os fatos da realidade além de estimular o desenvolvimento do espírito crítico e observador.

O procedimento metodológico utilizado para execução desse trabalho envolveu duas fases principais: a primeira foi a pesquisa bibliográfica desenvolvida com o objetivo de fundamentar o tema proposto e esta foi feita a partir de materiais já elaborados, sendo esses artigos científicos, livros, o que reforçam e melhoram os conhecimentos. A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame detalhado de um tema sob novo enfoque ou abordagem chegando a conclusões inovadoras reforça Marconi e Lakatos(2008).

No segundo momento foi realizada uma pesquisa de campo que procedeu da seguinte forma, de início foi feito uma análise visual de todo o parque de exposições, o que deu uma visão ampla de todo o evento ali realizado, em seguida depois foi feito a aplicação de um questionário de caráter descritivo e exploratório durante os dias 28 e 29 de julho/11 onde entrevistamos 17 pessoas, de forma aleatória, dos 32 expositores, totalizando 53,12%. O questionário foi elaborado dando ênfase a três quesitos de investigação: o primeiro diz respeito a identificação do empreendedor rural e suas praticas de comercialização, o segundo está relacionado ao perfil e as características dos empreendedores que estão á frente dessas propriedades, e por último identificar as percepções dos empreendedores rurais sobre o desenvolvimento sustentável.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados que iremos apresentar logo a seguir refletem as características empreendedores dos expositores rurais que participaram da V EXPOCAPRI (Exposição de Caprinos e Ovinos) da cidade de Salgueiro-PE.

##### 4.1 - Identificação do empreendedor rural

A idade é um fator representativo do perfil do empreendedor. Conforme a tabela 1, dos 17 entrevistados, 06 pessoas estão entre as idade de 25 a 35 anos; 05 pessoas estão entre as idade de 36 a 50 anos e 05 pessoas possui idade acima de 50 anos. O curioso é que há pessoas bastante jovens já a frente dos empreendimentos rurais.

**Tabela 1 – IDADE**

Idade	Quant.	%
Até 25 anos	02	17,6%
de 26 a 30 anos	02	11,8%
De 31 a 35 anos	02	11,8%
de 36 a 40 anos	00	0,0%
de 41 a 45 anos	03	17,6%
de 46 a 50 anos	02	11,8%
acima de 50 anos	05	29,4%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Pesquisa de campo.

Na tabela 2, temos 14 homens e 03 mulheres. Esse dado mostra a representatividade ainda masculina, mas já observamos a inserção das mulheres nesse universo que era estritamente masculino.

**Tabela 2 - SEXO**

Sexo	Quant.	%
<b>Masculino</b>	14	82,4%
<b>Feminino</b>	03	17,6%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Pesquisa de campo.

Na tabela 3, observamos que o grau de escolaridade é bastante elevado entre os entrevistados. Temos 14 pessoas com o nível de 2º grau e 02 pessoas com nível superior. É um dado bastante expressivo

em relação ao nível de conhecimento, o que comprova que o empreendedor rural está sempre em busca de informação.

O entrevistado nº 1 ressaltou que:

*“se tratando desses animais de pequeno porte eu me considero preparado e habilitado para produzir bons animais, pois participei de um curso mais de 160 horas sobre caprino-ovinocultura, devido a isso já disponha de vastas informações na área, já estou utilizando alimentos alternativos (Leucena ;Leucaena leucocephala e Maniçoba; Manihot sp para a alimentação dos meus animais).”*

**Tabela 3** -- GRAU DE ESCOLARIDADE

Escolaridade	Quant.	%
1ª grau incompleto	01	5,9
2ª grau completo	06	35,3
2ª grau incompleto	08	47,1
Superior completo	01	5,9
Superior incompleto	01	5,9
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa de campo

De acordo com a tabela 4 temos que 100% dos entrevistados trabalham com pecuária e desses 47,05% também trabalha com agricultura. Essa é o panorama que se vem configurando nas atividades rurais. Antes tínhamos o agricultor ou o pecuarista, agora temos a agropecuarista. A ideia é potencializar a área rural para extrair o melhor sustento para a família

**Tabela 4** - TIPO DE ATIVIDADE RURAL

Estabelecimento	Quant.	%
Agricultura e pecuária	08	47,05%
Pecuária	09	52,94%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

Fonte: Pesquisa de campo.

Perguntamos aos entrevistados o que os levou a trabalhar neste ramo de atividade e conforme a tabela 5, a maioria dos entrevistados respondeu que foi pela visão de oportunidade além de dar continuidade no negocio da família. Esse perfil mostra que os expositores estão apostando no negocio na agropecuária, em busca de melhorias e crescimento.

**Tabela 5** – O QUE LEVOU A TRABALHAR NESTE RAMO DE ATIVIDADE?

O que levou a abrir um negócio neste ramo de atividade?	Quant.
Experiência no ramo de atividade	08
Continuidade de um negócio familiar	10
Visão de oportunidade de mercado	14

Fonte: Pesquisa de campo

Alguns entrevistados afirmam que adotaram novas formas de estar melhorando e aumentando a produção dos seus animais”.



*“eu crio animais direcionados á venda, tanto reprodutores, como matrizes(ovinos), sendo que meus animais ficam só no pasto e com pouca frequência recebem outro tipo de alimentação (concentrada ou volumosa), mas se eles recebem uma suplementação frequentemente eles se desenvolveriam bem melhor”.* (Entrevistado 3)

*“Estou obtendo bons resultados com a utilização desses alimentos, principalmente na alimentação das minhas cabras de leite, que estão aumentando a produção de leite”* (Entrevistado 1)

#### 4.2 – Características do empreendedor rural

A tabela 6 refere-se às características pessoais do indivíduo, que o propiciam um comportamento empreendedor. Segundo os estudos de McClelland (1972) essas características são: iniciativa na busca de oportunidades; capacidade de correr riscos; persistência; comprometimento; objetividade no estabelecimento de metas; capacidade para buscar e valorizar informações; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança; exigência na qualidade e eficiência.

No nosso questionário pedimos aos entrevistados que escolhessem apenas 03 das 12 características indicadas. Como resultado, tivemos que 12 pessoas escolheram a característica gostar do que faz, 09 dizem possuir persistência e vontade e 04 informaram que possuem a característica autoconfiança. As outras mais escolhidas foram: criatividade (03) e otimismo (02).

**Tabela 6 - CARACTERÍSTICAS QUE VOCÊ CONSIDERA POSSUIR E QUE FORAM RELEVANTES PARA O SUCESSO DE SEU NEGÓCIO (apenas três)**

Características	Quant.
<b>Persistência</b>	<b>09</b>
Talento	00
Criatividade	03
<b>Gostar do que faz</b>	<b>12</b>
<b>Vontade</b>	<b>09</b>
Carisma	00
Otimismo	02
Tenacidade	00
Autoconfiança	04
Perfil de liderança	01
Espírito empreendedor	00
Ousadia	01

Fonte: Pesquisa de campo

Nesse ponto, os entrevistados ficaram confusos na opção de escolher apenas 03 características: eles queriam escolher mais. A indicação das características mais citadas reflete o perfil da população local. Gostar do que faz, persistência e vontade são características decorrentes das experiências com a atividade rural: Criar e plantar numa área de clima semiárido, escassez de água e falta de incentivos econômico.

De acordo com os depoimentos abaixo, observamos essas características:

*“ possuo animais de não muita genética mas esses animais têm aptidão para leite e carne(caprinos),a exemplo dos animais de leite, estes não produzem muito, ou seja, menos de 2l/dia, isso porque eu não ordenho diariamente, então eles não estão bem adaptados a esse manejo e também por que eu não forneço uma dieta que balanceada e que favoreça uma maior produção de leite. Mas os meus animais sendo*

*bem alimentados tem potencial para produzir mais que isso, mas como o foco da propriedade é produzir animais para o abate; o leite fica sendo só um auxílio na alimentação da família”.*(Entrevistado 4)

#### 4.3 - Percepções dos empreendedores rurais sobre o desenvolvimento sustentável

Boa parte dos entrevistados diz conhecer o que é este tipo de desenvolvimento. A tabela 07 mostra que 14 dos entrevistados dizem conhecer o significado de sustentabilidade, mas 09 afirmam não trabalhar com projetos sociais. Já 15 falam que utilizam práticas sustentáveis e 12 fazem reciclagem de resíduos e materiais.

**Tabela 1 –** Percepções do empreendedor sobre desenvolvimento sustentável

Percepções do empreendedor sobre desenvolvimento sustentável	Sim	Não	Não respondeu
Você sabe o que é desenvolvimento sustentável?	13	03	01
Você trabalha com projetos sociais?	04	09	04
Você utiliza práticas sustentáveis?	15	02	
Você faz reciclagem de resíduos e materiais?	12	04	01

Fonte: Pesquisa de campo

A maioria dos entrevistados afirmou que *desenvolvimento sustentável é não prejudicar o meio ambiente*, outros disseram que *“é trabalhar de maneira correta sem devastar o meio ambiente”*. Em relação a projetos sociais, alguns entrevistados afirmam que falta oportunidade e falta de parceria, além de falta de recursos para isso.

Em relação a utilizar praticas sustentáveis, 10 entrevistados afirma que fazem a queima de materiais, 04 recolhe as embalagens vazias de agrotóxicos e devolve onde comprou, um enterra o lixo e o outro diz não poluir os rios. Para a reciclagem, 12 entrevistados afirma que utiliza o esterco para adubação e reutiliza as garrafas PETI e outros fazem a limpeza com a queima dos resíduos.

*“não uso essas práticas, os materiais de uma vez utilizados já jogados fora e ficam ao léu, até teve uma época que veio um pessoal lá na comunidade onde eu resido tentando mostrar as formas de como reutilizar os resíduos e matérias que são gerados na propriedade, mas esse trabalho não conseguiu prosperar devido a falta de interesse do pessoal lá da comunidade, preferimos ficar do jeito que estávamos”.*  
(Entrevistado 2)

*“eu faço a limpeza e desinfecção das instalações utilizadas pelos animais constantemente. Mas meu vizinho não adotava esse tipo de manejo e ele obteve perdas no rebanho superiores a 100 animais devido a essa falta de higiene. Mas quando ele resolveu adotar esse manejo dentro da sua propriedade essas perdas chegaram a 0 animais”.*(Entrevistado 1)

De acordo com os resultados obtidos oferecemos algumas sugestões de melhorias para os entrevistados; Primeiro, ouvir deles como é processo de criação dos animais até a venda, e depois analisar junto com eles se a forma que eles fazem é suficiente para se obter lucro e atender a demanda. E em seguida apresentar sugestões para algumas práticas feitas por eles e mostrar algumas alternativas para melhorar o manejo de criação, alimentação, cuidados sanitários e comercialização.

Assim como também informar sobre a importância em dar um destino adequado aos resíduos gerados tanto na casa como também no restante da propriedade e dessa forma, possibilitar melhorias nas formas de criar, no aumento da rentabilidade e na diminuição da poluição ao meio ambiente.

## 5 - CONCLUSÃO

De acordo com as informações obtidas pelo estudo deste trabalho, conclui-se que os empreendedores rurais que participaram da V EXPOCAPRI estão produzindo não mais só pelo simples fato de estarem pondo a diante um negócio de família, mas já pelo fato desses terem visão de oportunidade no mercado ao qual eles estão inseridos, e como o espírito empreendedor, ou seja, espírito de mudança, inovação, eles viram que o jeito de criar que era feito antigamente não lhes dão condições competitivas e nem a possibilidade de conseguir novos mercado para o seu produto.

Outros dados importantes citadas por eles foram que eles trabalham nessa área por que gostam, tem vontade de vencer e batalhar por seus ideais dentro da atividade, são persistentes, ou seja, não desistem fácil das suas metas e alvos a serem alcançados e também são autoconfiantes, confiam em si mesmo, pois, e a própria pessoa não confiar nela mesma dizendo que é capaz, tem condições de vencer na vida, quem vai confiar? A maioria deles possui até o 2º grau completo e estão em sempre fazendo curso de capacitação.

Esses resultados nos mostra que os empreendedores rurais estão mudando e buscando formas de estarem inovando e melhorando seus empreendimentos rurais, fazendo com que estes possam estar quantificando e potencializando suas atividades de produção fortalecendo a cadeia produtiva e aquecendo a economia na s regiões estes estão compreendidos, isso faz com que seja dado cada vez mais um olhar diferente ao campo, pois o campo tem suas potencialidades bastas existir pessoas que queiram estar no meio rural tentando inovações e não tendo medo de enfrentar riscos mais sim traçando estratégias de superá-los e seguir em frente.

## 6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOG ALTO DO CRUZEIRO, **Difusão de Tecnologias para a Caprino-Ovinocultura é Destaque na V Expocapri**. Disponível em <http://altodocruzeiro.com.br/noticias-interna.php?id=61>. Acesso em 20/09/11.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor** – a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6 .ed. São Paulo:Cultura.1999.280p.

EMPRAPA **Sistema de Produção de Caprinos e Ovinos de Corte para o Nordeste Brasileiro**. ISSN 1809-1822 Versão Eletrônica. Dez/2005. Disponível em <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/CaprinoseOvinosdeCorte/CaprinosOvinosCorteNEBrasil/mercado.htm>. Acesso em 20/09/11.

GAFFURI, Juliana **Empreendedores rurais como gestores de negócio para o Provimento do desenvolvimento agrícola**. Disponivel em <http://cac.php.unioeste.br/projetos/gpps/midia/seminario2/trabalhos/economia/meco13.pdf>. Acesso em 20/09/11

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

LEITE, E. R. **Cenário para o agronegócio de ovinos e caprinos**. Informativo SEBRAE Caprino-Ovinocultura: Publicação Trimestral Ano 1 nº 1- 2005 4p

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7.ed. São Paulo : Atlas, 2008.

McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NOGUEIRA, D. M. e MOREIRA, J.N. Cabrito Ecológico da Caatinga. Embrapa Semi-Árido. Petrolina-PE, Agosto de 2011.

ROQUE, Andréia Maria e VIVAN, Antônio Marcos. **Turismo no Espaço rural**: uma estratégia para a nova gestão brasileira. Revista de Administração da UFLA.V.1 – Jan/Jun. 1999,p. 5-13.

SCHNEIDER, S. **Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo: v.18, n.51,2003. P.99 – 121.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, J. Graziano da. **O novo rural brasileiro**. Revista Nova Economia: Belo Horizonte; v.7, nº 1, 1997. p. 43-81.

## O MARKETING OLFATIVO: UMA APRECIÇÃO SOBRE A INFLUÊNCIA NO PROCESSO DE COMPRA DO CONSUMIDOR E SUA ATUAÇÃO ENQUANTO ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Tomaz Bezerra Cavalcanti Leite Montenegro<sup>1</sup>, Kathyana Vanessa Diniz Santos<sup>2</sup>, Ediane Lucena Soares<sup>3</sup> e  
Luciane Albuquerque Sá de Sousa<sup>4</sup>

<sup>1,2,3 e 4</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

tomaz\_bclm@hotmail.com – kathyana\_vanessa@hotmail.com – edianesoares@hotmail.com –  
lucianealbuquerque@yahoo.com.br

### RESUMO

Algumas empresas, no Brasil e no mundo, têm utilizado a percepção humana como estratégia de marketing para sensibilizar, atrair e fidelizar clientes através dos cinco sentidos. O olfato, por exemplo, é considerado o sentido mais manipulável do ser humano. Verificou-se que quando uma pessoa sente, repetidamente, um determinado odor, ela é capaz de reviver todas as emoções, associadas ao aroma, vivenciadas anteriormente. Esse processo acontece, pois ao se inspirar um aroma, o cérebro ativa o sistema límbico, o qual é responsável pelas emoções. Assim, tem-se que o Marketing Olfativo, apesar de ser ainda uma denominação nova, consiste numa subdivisão do marketing sensorial (ou experimental) que resulta na utilização de logotipos olfativos como estratégia mercadológica para despertar, através do olfato, emoções nas pessoas, influenciando seus processos de compra. Portanto, este trabalho visa analisar e compreender a aplicabilidade do marketing olfativo e suas conseqüentes repercussões na percepção do consumidor e na rentabilidade organizacional em lojas dos principais shoppings centers na cidade de João Pessoa-PB. A pesquisa tem um caráter descritivo e analisará de forma qualitativa, separadamente, as repostas dadas pelos lojistas e pelos consumidores. A amostra será composta de 15 lojistas e 30 consumidores. O instrumento de pesquisa utilizado será entrevistas individuais de caráter semi-estruturado; tais entrevistas serão gravadas e se desenvolverão através de um roteiro de perguntas, de maneira a permitir uma maior flexibilidade de repostas. Espera-se que os resultados apontem retornos positivos superiores para as organizações que bem utilizem o marketing olfativo em detrimento às organizações que não utilizam tal estratégia mercadológica.

**Palavras-chave:** Marketing Olfativo. Estratégias. Processo de compra.

## 1. INTRODUÇÃO

A satisfação do consumidor é um dos pilares do conceito de marketing. Do início do século XIX até os dias atuais, ela tem sido estudada através de diferentes abordagens que ressaltaram, sucessivamente, diversos aspectos do comportamento do consumidor: suas dimensões econômicas, comportamentais, cognitivas e emocionais. Segundo Levitt (1990) a conceituação do marketing tem como requisito uma orientação voltada pro cliente, com o suporte do marketing integrado, que tem a satisfação do cliente como o ponto primordial ao alcance de um volume de vendas, em longo prazo, lucrativo. A partir da década de 50, essa visão, hoje clássica, passa a orientar a teoria e a prática da disciplina. Sendo assim, a satisfação do consumidor é, para as empresas, o único meio de conseguir e manter clientes. Constitui, portanto, um objetivo imprescindível para as organizações.

Alguma... (2007) diz que, atualmente, a maioria das organizações introduz suas identidades corporativas, na intenção de atrair e reter clientes, através de imagens e sons, deixando em segundo plano os demais sentidos. No entanto, a emoção evocada por um aroma pode ser um fator determinante na decisão de compra dos consumidores. Os aromas que determinadas empresas exalam são planejadamente compatíveis com os valores que uma certa marca visa transmitir. Em 1999, um estudo na Universidade Rockefeller, Nova York, revelou que os seres humanos são capazes de memorizar 35% dos odores que sentiram, ante 5% do que viram, 2% do que ouviram e 1% daquilo que tocaram. Além disso, de acordo com a pesquisa feita pelos cientistas Richard Axel e Linda Buck, vencedores do prêmio Nobel de medicina de 2004, a memória humana consegue reter cerca de até 10.000 aromas distintos, ao passo que reconhece apenas 200 cores.

Rocha (2007) aponta que o olfato é considerado o sentido mais manipulável do ser humano. Quando uma pessoa sente um determinado odor repetidamente é capaz de reviver todas as emoções, associadas ao aroma, vivenciadas anteriormente. Esse processo acontece, pois quando inspiramos um aroma, o cérebro ativa o sistema límbico que é o responsável pelas emoções. Dessa forma, o marketing olfativo surge para criar um logotipo olfativo (ou logolf), de forma que os clientes associem uma marca ou produtos a uma determinada fragrância.

Sendo assim, este estudo visa analisar a aplicabilidade do marketing olfativo e suas conseqüentes repercussões na opção de compra do consumidor e na rentabilidade organizacional das lojas do maior shopping de João Pessoa. Com isso, os alunos/pesquisadores realizaram uma investigação interdisciplinar, analisando aspectos envolvidos nas disciplinas de Psicologia aplicada à administração, estratégia organizacional e marketing.

Diante do exposto, esta pesquisa se propõe a responder a seguinte questão norteadora: O marketing olfativo é utilizado, nas lojas dos Shoppings de João Pessoa, como uma estratégia competitiva que visa influenciar a percepção do consumidor sobre um determinado produto e/ou serviço para consolidar a identidade da empresa e impulsionar as vendas?

Sendo assim, apoiando-se nos estudos teóricos sobre marketing, marketing olfativo, estratégias e percepção do consumidor, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os principais autores que tratam de tais assuntos. A pesquisa tem caráter qualitativo e descritivo e trata da utilização do marketing olfativo como estratégia competitiva.

## 2 MARKETING OLFATIVO: ORIGEM E CONCEITO

Os humanos podem reconhecer, aproximadamente, mais de 400 (quatrocentos) mil odorantes: “os cheiros flutuam pelo ar e, quando os inspiramos, entram pelas nossas narinas e vão para o fundo da cavidade nasal, onde são absorvidos por uma mucosa que contém células especializadas denominadas neurônios olfativos” (MALNIC, p. 17, 2008). Dessa forma, a inserção de um dado cheiro na cavidade nasal ativa receptores protéicos que se localizam nos cílios dos neurônios olfativos, gerando a produção de sinais elétricos nestas células. Tais sinais são transmitidos ao sistema límbico – região cerebral

considerada responsável pelo desencadeamento de emoções e memórias; assim, certos cheiros podem ativar o hipotálamo – região cerebral que estimula a produção de hormônios controladores de uma série de comportamentos inatos, tais como o apetite e a reprodução sexual.

Outra região que pode ser ativada por cheiros é o hipocampo, que é importante para a formação de memórias olfativas. Um cheiro específico pode desenterrar memórias de nossas infância ou de experiências que foram emocionantes, sejam boas ou ruins. (MALNIC, p. 49, 2008)

Segundo Al Ries e Jack Trout (1993 apud CONCEIÇÃO, 2005, p.10), “O marketing é uma batalha de percepções, não de produtos” e os aromas que rodeiam os seres humanos induzem determinadas emoções e comportamentos que diversas vezes não são conscientemente percebidos. Estudos publicados em 1971, na revista científica *Nature*, “apresentaram a primeira evidência científica de que existe comunicação entre seres humanos a partir de cheiros corporais.” (MALNIC, p.16, 2008).

O marketing olfativo, denominação relativamente nova, constitui as ações de marketing que visam “o uso de fragrâncias que atuam nas reações emocionais dos seres humanos” com o intuito de alavancar as vendas das empresas e/ou consolidar a imagem da marca das mesmas no inconsciente dos consumidores. (AROMA, 2004 apud FLÔR e UMEDA, 2009, p.4)

Flôr e Umeda (2009) dizem que a utilização do marketing olfativo é diversificada, podendo ser aplicada junto: ao cheiro do produto, ao ambiente de trabalho dos colaboradores, à ambientação do varejo; além de outras inúmeras opções. Nas ambientações, a aplicação do aroma pode ser realizada por meio da: aspersão, difusão, ventilação, evaporação, volatilização, ou nebulização; a escolha do método vai depender do tamanho do espaço passivo de ambientalização. (AROMA, 2004 apud FLÔR e UMEDA, 2009). O fundamental, na perspectiva de Bottino (2006 apud FLÔR e UMEDA, 2009) é que os sentidos dos consumidores sejam excitados, de maneira a incentivar a compra por impulso ou criar uma identidade exclusiva da marca na mente dos clientes.

### 3 MARKETING OLFATIVO E SUA INFLUÊNCIA NA PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR

A utilização do marketing olfativo tem o intuito de incitar determinados comportamentos individuais, de acordo com o que as organizações aspiram (mais vendas, consolidação da marca), já que a utilização do olfato detém impactos significativos na mente e no emocional do ser humano. (FREDRICKSON, 2000). Aroma de menta e erva doce, por exemplo, reduz a sensação de estar em lugares fechados; aromas frescos ou da natureza aumentam o bom humor; aromas ozônicos dão a impressão de estar ao ar livre como em bosques e praias; e aromas marinhos proporcionam tranquilidade. (SDR, 2008).

“Cresce entre os pesquisadores o interesse em investigar os efeitos de determinados estímulos ambientais em freqüentadores de estabelecimentos comerciais”. (BARBOZA et al, 2010, p.59). Segundo Engel, Blackweel e Miniard (2005), o comportamento do consumidor se configura em um conjunto de atividades e processos anteriores e posteriores a compra, bem como o ato de consumo de uma forma geral. Logo, o marketing olfativo pode ser considerado como uma atividade pré-compra, pois é uma ferramenta que visa atrair a atenção do consumidor, a fim de maximizar o desempenho das organizações, prolongar o tempo de permanência do cliente dentro da empresa e conseqüentemente aumentar o volume de vendas.

O aroma emanado pode ser processado e gerar um efeito, sem que os clientes necessariamente notem o estímulo. Diante disso, os estímulos olfativos representam um elemento que os consumidores não conseguem ignorar. (Turley e Millian, 2000 e Ward e Kooijman, 2003 apud BARBOZA et al 2010, p.60).

Segundo Conceição (2005), os gestores que utilizam o marketing olfativo como estratégia competitiva, procuram, através dessa técnica, conquistar e seduzir o consumidor, mesmo que ele não saiba ao certo o que está estimulando-o. “O consumidor é emocional e a idéia é exatamente aumentar o impulso emocional e diminuir a resistência racional a uma compra” (Conceição, 2005 p.25). Os resultados da utilização da técnica mencionada podem ser visualizados em diversas empresas como, por exemplo: a produtora americana Disney que é uma das pioneiras nessa área. A Disney já vem

implementando o marketing olfativo há 15 anos, cujo objetivo inicial era fazer o cliente se sentir dentro do filme. Depois dessa experiência, a organização decidiu pulverizar cheiro de pipoca nas velas dos parques, despertando o apetite dos frequentadores e aumentando, significativamente, o consumo em suas praças de alimentação. (BLANCO, 2008).

## 4 MARKETING OLFATIVO ENQUANTO ESTRATÉGIA COMPETITIVA

### 4.1 Estratégias competitivas

Segundo Dantas e Filho (2008), a estratégia reflete o comportamento da empresa no mercado através de seu posicionamento e define como a organização pretende conduzir suas ações em relação à concorrência no setor onde atua. A estratégia competitiva ocupa um papel decisivo no sucesso dos negócios da empresa e o sucesso estratégico depende da capacidade que a organização tenha de reconhecer o momento em que se encontra, sabendo identificar e neutralizar as ameaças ou aproveitar as oportunidades que o ambiente lhe oferece.

Porter (apud Oliveira, Cirino, Silva Junior e Martins, 2006), aborda as estratégias competitivas, que visam estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência na indústria, defendendo que a essência da formulação de uma estratégia competitiva envolve relacionar uma organização ao seu meio ambiente que, por ser relevante, é muito amplo e abrangente em termos de atuação de forças sociais, políticas e econômicas. O autor propõe a análise estrutural de indústrias a partir da atuação de cinco forças competitivas: Análise da rivalidade entre concorrentes; Ameaça de entrada de novas empresas; Poder de barganha dos compradores; Poder de barganha dos fornecedores; e; Ameaça de Produtos e Bens Substitutos.

Para Campos (2009), uma empresa pode modelar sua atratividade de acordo com sua posição competitiva. E para isso as empresas precisam desenvolver estratégias diferenciadas para desfrutarem a possibilidade de se estabelecer no mercado. A vantagem competitiva de uma empresa surge do *valor* (aquilo que os clientes estão dispostos a pagar) que se consegue criar para seus consumidores e que ultrapassa o custo de fabricação. A estratégia de uma empresa tem que ser traçada com perspectivas futuras, ou seja, para onde a empresa deseja estar, como deseja chegar e o que precisará fazer para consegui-la.

### 4.2 Logotipo Olfativo e Identidade da marca

Um logotipo olfativo pode ser empregado utilizando-se papel/cartão, tecido, couro ou difundido no ambiente desejado. Desta forma, a logomarca tem a vantagem de ser capaz de ir até a casa do consumidor ou ocupar toda a área na qual está sendo difundido, como em feiras ou eventos patrocinados pela empresa, eventos esportivos ou concertos (eventos carregados de emoções). Assim, é possível criar uma impressão favorável do produto nos espectadores e, ao mesmo tempo, associar o aroma em sua memória com a emoção do evento. Esta memória emocional será disparada quando os consumidores entrarem em contato com o produto ou loja.

Na perspectiva de Belai (2008) uma logomarca aromática precisa ser criada tendo em mente o público alvo. Quanto menor for esta variação para um determinado produto, mas fácil será a criação de uma logomarca olfativa. As maiores preocupações que acompanham um logotipo olfativo são que elas carregam interesses diversificados e seus clientes surgem de várias direções e de camadas sócio-econômicas diferenciadas, tornando a escolha de uma fragrância algo delicado.

O aroma escolhido deve simbolizar não somente os valores da empresa. Ele deve também ser atraente universalmente. Para obter tal resultado, é necessário estabelecer um protocolo que limita a possibilidade de erros e permite que a escolha seja repetidamente testada antes de ser adotada. (BELAI, 2008).



Para Caritá (apud Simões, 2009) “uma boa composição olfativa é capaz de atrair a atenção do cliente, podendo aumentar o tráfego no estabelecimento, o tempo de permanência dentro da loja, despertar a fome e até a libido”. Atualmente, devido à evolução da tecnologia e à busca constante de diferenciais para produtos e marcas, milhares de aromas podem ser reproduzidos artificialmente, transformando-se em um instrumento de marketing na disputa pela fidelidade do consumidor. Com a comunicação olfativa é possível devolver ao consumidor cheiros que ele deixou se sentir, seja por causa da poluição ambiental ou da adoção de embalagens a vácuo.

### **4.3 Marketing Olfativo e a rentabilidade organizacional**

Segundo Maluf (2010), pesquisas realizadas na Alemanha concluíram que o uso de fragrâncias personalizadas em pontos de venda traz inúmeros benefícios. O levantamento aponta números significativos: 16% de prolongamento no tempo de permanência das pessoas no local; aumento de 15% na probabilidade de compra; crescimento de vendas de no mínimo 6%. Esses resultados são atribuídos à capacidade do aroma permitir o poder de negociação, ao induzir a mudanças de humor e de comportamento – tanto da clientela como da equipe interna de trabalho.

Para Vieira (2010), cerca de 20 empresas especializadas no marketing olfativo já movimentam quase 100 milhões de dólares por ano em todo o mundo. Suas fragrâncias são fortemente disputadas por grandes empresas, tais como: a Samsung, a Rolls-Royce e até o “O Boticário”. Segundo o autor, esse setor tem crescido mais de 70% ao ano e os resultados obtidos são surpreendentes.

A rede de vestuário americana Abercrombie & Fitch começou a perfumar os corredores de suas lojas com uma fragrância à base de rosas e laranja. Essa prática fez tanto sucesso que a empresa decidiu engarrafar a essência e vendê-la aos clientes: a fragrância funciona como uma extensão do perfume Fierce e já rendeu mais de 250 milhões de dólares à empresa.

A rede brasileira “O Boticário” foi uma das pioneiras no país a investir nesse tipo de estratégia. Em agosto de 2009, a companhia lançou o primeiro cartão de crédito perfumado do mundo, em parceria com o Bradesco. Ao passar o cartão pelo terminal eletrônico (P.O.S. – “Point of sale” – ponto de venda) ou esfregá-lo com as mãos, o atrito libera um odor com notas de rosas e jasmim. A iniciativa deu tão certo que, no primeiro semestre de 2010, as vendas do cartão aromatizado cresceram 20% - ante a média de 12% do mercado.

Apesar da boa aceitação da estratégia de marketing olfativo, seu conceito ainda é novo no Brasil, e encontra-se um pouco disperso, ocasionando usos errôneos do termo. Esta nova ferramenta de comunicação ainda está em sua fase de consolidação no mercado e poucos profissionais sabem propriamente o que esta ação significa ou deveria significar, banalizando o termo Marketing Olfativo com o uso de sprays aromatizantes. Associado a isso está a difícil mensuração do retorno do dinheiro investido devido a poucas pesquisas sobre a influência no processo de compra dos clientes frente a esta estratégia. (FLÔR e UMEDA, 2009).

## **5 MÉTODO**

### **5.1 Tipo de pesquisa**

O presente estudo tem caráter descritivo, abordado qualitativamente. E tendo em vista a característica desta investigação, em que foram estudadas as relações entre a aplicabilidade do marketing olfativo e suas conseqüentes repercussões no processo de compra do consumidor e na rentabilidade organizacional, a pesquisa foi dividida em duas etapas: Estudo 1 – com os lojistas e Estudo 2 – com os consumidores.

### **5.2 Estudo 1: Lojistas**

#### **5.2.1 Método**

### **5.2.1.1 Participantes da pesquisa**

O levantamento da pesquisa de campo foi realizado junto aos lojistas do Manaira shopping na cidade de João Pessoa – PB. A escolha dos indivíduos entrevistados foi realizada através de critérios de inclusão devido à intenção de selecionar uma amostra homogênea e significativa. Para tal foi considerando como critério o fato de só poderem fazer parte da amostra funcionários de empresas que utilizam logotipos olfativos em suas dependências e que estejam trabalhando na área há, pelo menos, seis meses. A amostra foi composta por 15 lojistas.

### **5.2.1.2 Instrumento de coleta de dados**

O estudo foi realizado através de entrevistas semi-estruturadas, previamente agendadas, e contou com a utilização de um questionário para sua realização. O questionário foi composto de 5 questões objetivas passíveis de comentários subjetivos.

### **5.2.1.3 Procedimento**

A coleta dos dados foi realizada através de entrevistas com funcionários e/ou donos da empresa que forneceram dados/informações relacionados às variações da rentabilidade organizacional anteriores e posteriores a implementação das estratégias de marketing olfativo na empresa. As entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas literalmente para que os dados tivessem maior fidedignidade. O período de aplicação do instrumento aconteceu no mês de Novembro de 2010 e se deu nas instalações das respectivas organizações participantes de acordo com a disponibilidade dos lojistas entrevistados.

### **5.2.1.4 Análise dos dados**

O tratamento dos dados coletados incluiu técnicas de análise de conteúdo temática. A escolha de tal análise se deve a possibilidade de interpretação das informações dadas pelos entrevistados, cujo conjunto de informações visa à formulação de inferências e interpretações através da análise do uso da palavra sobre o objeto de estudo, realizando um recorte dos conteúdos retirados dos discursos em questão, a fim de definir categorias sobre as quais organizamos os elementos, agrupando-os por parentesco de sentido. Sendo assim, as informações foram separadas e selecionadas de maneira a serem significativas por termos comuns nas respostas, verificando-se a frequência e o parentesco destas.

A análise dos resultados foi feita através da técnica de análise de conteúdo temática, com o objetivo de descobrir quais as vantagens que a utilização das práticas do Marketing Olfativo pode proporcionar à empresa e conseqüentemente a sua rentabilidade.

## **5.3 Estudo 2: Consumidores**

Inicialmente esta pesquisa tinha dentre seus objetivos a abordagem de consumidores nos shoppings da cidade de João Pessoa-PB. Esta abordagem ocorreria no sentido de compreender a percepção de tais clientes ao que se refere ao tema dessa pesquisa (Marketing Olfativo). No entanto, as entrevistas junto aos consumidores não foram realizadas devido à política da organização abordada. Os shoppings de João Pessoa-PB não permitem a abordagem de clientes, sem exceções. Foi estabelecida comunicação com a administração do shopping no sentido de recorrer a essa decisão de não abordagem, mas a posição da mesma se manteve. Sendo assim, a parte da pesquisa que abrange a percepção dos consumidores não foi possível de se realizar devido às normas internas do shopping.

## **5.4 Análise de Resultados e Discussões**

Posteriormente à análise dos resultados separadamente por grupos, foi elaborada uma análise conjunta, com o objetivo de investigar se a utilização do marketing olfativo pelos lojistas está sendo percebida pelos consumidores e conseqüentemente assim, influenciando no processo de compra.

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

### Estudo 1: Lojistas

Como o objetivo principal do estudo foi pesquisar apenas as lojas que utilizam logotipos olfativos em suas dependências, e de acordo com a disponibilidade de seus gestores, foram pesquisadas quinze lojas no Manaira Shopping, sendo 73,33% do segmento moda e vestuário; 13,33% Calçados Masculinos e Femininos; e 6,66% de outros segmentos.

Foram constatadas durante o estudo que as empresas pesquisadas são franquias, sendo assim, utilizam o marketing olfativo desde a sua concepção, não sendo possível para a maioria destas constatarem aumento das vendas por implantação de tal estratégia na empresa. Apenas duas lojas – 13,33 %, que implantaram a estratégia de marketing olfativo a menos de seis anos perceberam um aumento nas vendas, que se deu entre 20-25% e duas empresa – 13,33 % que utiliza o aromatizante de ambiente a mais de oito anos destacaram que a utilização de tal estratégia proporcionou o aumento na venda de seus produtos.

Segundo Maluf (2010), pesquisas realizadas na Alemanha concluíram que o uso de fragrâncias personalizadas em pontos de venda traz inúmeros benefícios, dentre eles, a possibilidade de provocar o prolongamento no tempo de permanência das pessoas no local; aumento na probabilidade de compra e crescimento no número de vendas. Esses resultados são atribuídos à capacidade do aroma permitir o poder de negociação, ao induzir mudanças de humor e de comportamento – tanto na clientela como na equipe interna de trabalho.

Foi constatado que 93,33% dos entrevistados afirmaram utilizar Logotipos olfativos no interior de suas lojas, recebendo das suas matrizes as fragrâncias prontas, destacado assim a importância de todas as lojas de uma rede de franquias possuírem a mesma fragrância. De acordo com Simões (2009), a comunicação olfativa deve ser personalizada e só cumpre o seu papel quando evoca a lembrança de determinada marca ou lugar.

Apenas 6,67%, ou seja, apenas uma loja, utiliza Aromatizante do tipo aerossol, comprado em lojas e supermercados, caracterizando assim uso errôneo do termo marketing olfativo, pois segundo Maluf (2010) a identidade olfativa é fundamental e para sua criação e escolha, ela deve ser baseada na filosofia da empresa e da marca, combinada ao nicho de mercado e ao produto oferecido. Portanto, a essência do marketing olfativo é criar fragrâncias que o cliente associe com a marca ou produto de uma determinada empresa e, ao se optar por comprar aromatizantes do tipo aerossol em lojas e supermercados, implica apenas em se ter um ambiente perfumando, contradizendo assim os conceitos do que seja marketing olfativo.

A análise dos dados revelou que 66,66% dos entrevistados utilizam sprays manuais e de forma aleatória, como estratégia de marketing olfativo. De acordo com Flôr e Umeda (2009) esta opção não revela um uso estratégico do marketing olfativo, pois ao depender do acionamento manual, a aromatização não atinge o espaço da loja por igual, nem há mecanismos para garantir a continuidade da ação.

Apenas 26,66% das lojas utilizam Aromatizantes de ambiente, de tempo programado – inseridos nos sistemas de ventilação da loja e 6,66% utilizam aromatizantes em seus produtos – na pré-lavagem nas peças de roupas, caracterizando uma técnica aceitável para o marketing olfativo. Conforme Aroma (2004) *apud* Flôr e Umeda (2009), a utilização do marketing olfativo deve ser diversificada, podendo ser aplicada junto: ao cheiro do produto, ao ambiente de trabalho dos colaboradores, à ambientação do varejo, entre outros. Assim, a aplicação do aroma pode ser realizada por meio da: aspersão, difusão,

ventilação, evaporação, volatilização, ou nebulização. Logo, a escolha do método vai depender do tamanho do espaço passivo de ambientalização.

Verificou-se que nenhuma das empresas realizou algum tipo de pesquisa para verificar se tal estratégia de marketing é percebida por seus clientes, ou seja, aquelas lojas utilizam os aromatizantes de ambiente por ser uma estratégia característica da matriz, não se preocupando em fazer pesquisa de opinião com seus clientes. Não obstante, em duas lojas foi informado que tal pesquisa é realizada por sua matriz, porém estes dados não se referem ao nicho de mercado da Paraíba. Além disso, apenas duas empresas fizeram menção de que seus clientes comentam acerca do aroma agradável no interior da loja.

A empresa que opta por utilizar o marketing olfativo só alcança o seu objetivo quando elabora um planejamento estratégico com o objetivo de fazer com que o cliente vá sentir a fragrância, seja no ar ou no produto – papel/cartão, tecido, couro. Desta forma, verifica-se que até a escolha e o desenvolvimento de uma fragrância é fundamental para que se garanta a característica do perfil da marca e do seu público-alvo. Caso a empresa que optar por esta estratégia não tiver um dimensionamento de retorno do investimento (tanto por parte do aumento das vendas quanto na percepção e satisfação dos clientes), certamente estará pagando por um serviço (marketing olfativo), mas na verdade estará apenas colocando um “cheirinho” na sua empresa. Neste caso seria melhor aromatizar o local com incenso ou velas perfumadas, pois o objetivo da empresa não será alcançado, mas pelo menos o custo será menor. (VELENTIM, 2007).

## **Estudo 2: Consumidores**

As entrevistas junto aos consumidores não foram realizadas devido à política da organização abordada. Os shoppings de João Pessoa-PB não permitem a abordagem de clientes, sem exceções. Foi estabelecida comunicação com a administração do shopping no sentido de recorrer a essa decisão de não abordagem, mas a posição da mesma se manteve. Sendo assim, a parte da pesquisa que abrange a percepção dos consumidores não foi possível de se realizar devido às normas internas do shopping.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Marketing Olfativo (como estratégia competitiva) tem influenciado a percepção dos consumidores e, em consequência, gerado resultados positivos para as lojas dos Shoppings em João Pessoa – PB.

No entanto, a quantificação desses bons resultados na maioria das lojas entrevistadas não foi possível. Como afirmado anteriormente, durante o estudo verificou-se que as empresas pesquisadas são franquias, sendo assim, utilizam o marketing olfativo desde a sua concepção, não sendo possível para a maioria destas constatarem aumento das vendas por implantação de tal estratégia na empresa. Apenas duas lojas – 13,33 %, que implantaram a estratégia de marketing olfativo a menos de seis anos perceberam um aumento nas vendas, que se deu entre 20-25% e duas empresa – 13,33 % que utiliza o aromatizante de ambiente a mais de oito anos destacaram que a utilização de tal estratégia proporcionou o aumento na venda de seus produtos; porém não divulgou a porcentagem de tal aumento.

Dessa forma, diante das pesquisas (bibliográfica e empírica) realizadas, conclui-se que o Marketing Olfativo (como estratégia competitiva) tem influenciado a percepção dos consumidores e, em consequência, gerado resultados positivos para as lojas dos Shoppings em João Pessoa – PB. Contudo, a quantificação dos resultados e a opinião dos consumidores a respeito dessa estratégia é praticamente inexistente. Sugerimos às empresas que visem quantificar melhor os resultados positivos advindos da utilização de logotipos olfativos no sentido de perceber a validade dessa estratégia organizacional; além disso, outro alerta as organizações estudadas ocorre no sentido de não designar aleatoriamente aromatizantes para suas empresas; pesquisas de opinião junto aos consumidores e consulta a

especialistas são alternativas viáveis àqueles que intentam extrair os melhores resultados do Marketing Olfativo.

## REFERÊNCIAS

ALGUMAS... **QUE CHEIRO TEM SUA MARCA?** DISPONÍVEL EM:  
[HTTP://WWW.ADMINISTRADORES.COM.BR/INFORME-SE/INFORMATIVO/QUE-CHEIRO-TEM-SUA-MARCA/12541/](http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/que-cheiro-tem-sua-marca/12541/) . ACESSADO EM: 27 DE OUTUBRO DE 2010.

BARBOZA, Marluza Vieira; CARNEIRO, Juliana Vieira Corrêa; Arruda, Danielle Miranda de Oliveira; ROLIM, Francisco Mozart Cavalcante. **Estímulos Olfativos Influenciam no Poder de Compra ? Um Experimento em Varejo de Alimentos.** Disponível em:  
[www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/viewFile/2065/1539](http://www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/viewFile/2065/1539). Acessado em: 01 de Outubro de 2010.

BELAI, Suzi. **Marketing Olfativo.** Disponível em:  
<http://espacoflordocerrado.wordpress.com/2010/08/20/marketing-olfativo/>. Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

CAMPOS, Wagner. **O QUE É ESTRATÉGIA COMPETITIVA?.** Disponível em:  
<http://fundamentosedemarketingfatecindaiatuba.blogspot.com/2009/04/o-que-e-estrategia-competitiva.html>. Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

CONCEIÇÃO, Tatiana da. **Marketing Olfativo como ferramenta no ponto de venda.** Rio de Janeiro : Universidade Candido Mendes, 2005.

DANTAS, Cleber Luiz Ferreira; FILHO, Rodolfo Araújo de Moraes. **Estratégia Competitiva para Empresas Produtoras de Hortícolas no Sistema Orgânico: o Caso do Sítio Vertentes.** Disponível em:  
[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1809-22762006000200007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1809-22762006000200007&script=sci_arttext). Acessado em: 06 de Junho de 2010.

FLÔR, Priscilla Paoli; UMEDA, Guilherme Mirage. **A comunicação do varejo através da experiência holística: o marketing olfativo como possibilidade de diferenciação.** Escola Superior de Propaganda e Marketing : São Paulo, 2009.

GARCIA, Yaya. **Estratégia Competitiva.** <http://pt.shvoong.com/exact-sciences/1675851-estrat%C3%A9gia-competitiva/>. Acessado em: 06 de Junho de 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.

LEVITT, T. **A Imaginação de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1990.

MALNIC, Bettina. **O cheiro das coisas – O sentido do olfato: paladar, emoções e comportamentos.** Rio de Janeiro : Vieira & Lent, 2008.

MALUF, Sâmia. **Marketing Olfativo está em evolução no mercado corporativo.** Disponível em:  
[http://consumidormoderno.uol.com.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2280&Itemid=134](http://consumidormoderno.uol.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=2280&Itemid=134). Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

OLIVEIRA, Rafael da Silva Galveas; CYRINO, Alvaro Bruno; JUNIOR, Annor da Silva;

MARTINS, Priscilla de Oliveira. **Estratégias Competitivas de IES Privadas Capixabas: Uma Análise Setorial dos Cursos de Administração.** Disponível em: [http://www.aedb.br/seget/Result\\_pos.html#AE](http://www.aedb.br/seget/Result_pos.html#AE). Acessado em: 06 de Junho de 2010.

PINHEIRO, Edna Gomes; SILVA, Alzira Karla Araújo da; LIMA, Izabel França de; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; SILVA, Rosa Zuleide Lima da. **MARKETING OLFATIVO: um jeito inovador de sentir a biblioteca universitária - do visível ao invisível.** Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2622.pdf>. Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

ROCHA, Bruna. **Marketing Olfativo.** Disponível em: <http://casadogalo.com/marketing-olfativo>. Acessado em: 03 de novembro de 2010.

SIMÕES, Katia. **Aromas que vendem.** Disponível em: <http://fundamentosedemarketingfatecindaiatuba.blogspot.com/2009/04/aromas-que-vendem.html>. Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

VALENTIM, Rubens. **Afinal, o que é Marketing Olfativo?** Disponível em: [http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Afinal\\_o\\_que\\_e\\_Marketing\\_Olfativo.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Afinal_o_que_e_Marketing_Olfativo.htm). Acesso em: 01 de Fevereiro de 2011.

VIEIRA, Clara. **O segredo está no cheiro.** Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0973/marketing/segredo-esta-cheiro-586533.html>. Acessado em: 27 de Setembro de 2010.

## O TREINAMENTO FAZ A DIFERENÇA? UM ESTUDO NOS HOTÉIS DA CIDADE DE CURRAIS NOVOS/RN

D. C. Gomes<sup>1</sup>, G. C. F. Silva<sup>2</sup> e M. F. D'Anjour<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Currais Novos, <sup>2</sup>Universidade Estadual Vale do Acaraú e

<sup>3</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Natal-Zona Norte  
danilo.cortez@ifrn.edu.br, gilrianeefelix@hotmail.com e milerdanjour@ifrn.edu.br

### RESUMO

Atualmente o treinamento é visto como um importante diferencial frente ao competitivo mercado turístico. Os hotéis abordados para o estudo foram o Tungstênio Hotel e Hotel D'Almeida, que fazem parte da rede hoteleira do município de Currais Novos/ RN. Desse modo, este trabalho tem por objetivo analisar a percepção dos gestores e/ou funcionários a respeito do treinamento para o desenvolvimento de pessoas nos estabelecimentos hoteleiros do município de Currais Novos/RN. Sendo assim, foram aplicados questionários a 14 pessoas (2 gerentes e 12 funcionários) a respeito da importância do treinamento. Os resultados encontrados apresentaram que há entre os gerentes e funcionários questionados uma percepção clara a respeito da relevância e necessidade do treinamento, todavia, a prática dessa ação não é posta em evidência no cotidiano dessas empresas, principalmente quando os gestores dos hotéis não vêem o treinamento como um investimento ou uma forma de melhorar a qualidade dos serviços oferecidos em seus estabelecimentos, além de não incentivar seus funcionários a adquirir e expandir seus conhecimentos e experiências.

**Palavras-chave:** hotelaria, turismo, treinamento.

## 1. INTRODUÇÃO

Frente à globalização e às mudanças no âmbito empresarial, as organizações precisam preparar-se continuamente para os desafios da inovação e da concorrência, investindo na capacitação profissional de seus colaboradores e fazendo disto o seu diferencial frente ao mercado, oportunizando meios que envolvam as pessoas, relacionamentos, informações e a busca do sucesso empresarial. As pessoas são atualmente o capital que mais dá retorno à empresa e devido a isso, a sua valorização deve ser constante.

Atualmente, para manter a qualidade e nível de seus serviços, e conseqüentemente, agregar valor ao negócio do cliente, o segmento da hotelaria brasileira tem enfrentado um grande desafio: contratar, treinar e reter seus recursos humanos, buscando o melhor para seus clientes, preparando seus funcionários para atender bem e acima de tudo estarem atentos à necessidade de cada cliente em especial.

Observa-se que a rede hoteleira do município de Currais Novos apresenta um número considerável de clientes que buscam serviços de hotelaria e para ofertar um bom atendimento a seus consumidores, entretanto, ainda não existem treinamentos específicos para os funcionários; a falta de preparação dos colaboradores das empresas para uma relação cliente - hóspede acaba acarretando problemas à imagem das organizações.

Em virtude do exposto, este trabalho foca a importância do treinamento no desenvolvimento das pessoas que fazem parte da rede hoteleira do município de Currais Novos, como um diferencial competitivo no setor turístico local, utilizando-se de recursos para verificar o índice de capacitação dos funcionários com relação à qualidade dos serviços ofertados. Em busca de esclarecimentos sobre o tema proposto, questiona-se: Qual a percepção dos gestores e/ou funcionários a respeito do treinamento para o desenvolvimento de pessoas nos estabelecimentos hoteleiros do município de Currais Novos/RN?

Desse modo, o principal objetivo desse artigo é analisar a percepção dos gestores e/ou funcionários a respeito do treinamento para o desenvolvimento de pessoas nos estabelecimentos hoteleiros do município de Currais Novos/RN. Contudo, é necessário discutir sobre os recursos humanos no turismo; a qualidade em serviços e o treinamento como diferencial competitivo.

Destaca-se como justificativa para a relevância da discussão do tema em meios acadêmicos e empresariais, que é de suma importância a qualificação e a gestão de recursos humanos para a construção do diferencial de qualquer organização, principalmente no setor turístico, onde além de manter as características marcantes da região, desenvolvendo-as, valorizando-as, e criando diferenciais, é imprescindível no setor turístico que exista qualidade nos serviços e para isso é preciso que os gestores capacitem seus colaboradores e valorizem o seu capital intelectual. A qualidade na prestação desse serviço é a melhor garantia da fidelidade do cliente, a mais forte defesa contra a competição acirrada e o único caminho para o crescimento adicionar valor e gerar riqueza.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na atividade turística, as empresas hoteleiras merecem especial destaque, pois os mais diversos tipos de turistas possuem necessidades distintas que vão desde a hospedaria propriamente dita à alimentação, que se caracteriza como complemento de um serviço oferecido pela rede hoteleira. Nesse sentido, com o crescimento do turismo no país, os turistas passam a procurar ainda mais os serviços oferecidos pela distinta rede hoteleira, que busca potencializar as características de cada localidade. A explosão desse setor proporcionou uma expansão espetacular das empresas hoteleiras, exigindo do elemento humano



uma formação especializada para todos os níveis de ocupação que compõem a estrutura organizacional do hotel, acompanhando o seu posicionamento socioeconômico face às oscilações conjunturais.

O principal destaque do Brasil no setor turístico é a diversidade de seus atrativos naturais, porém é imprescindível que as características marcantes de cada região sejam desenvolvidas e valorizadas, criando diferenciais competitivos para que o turista sinta-se atraído e motivado a retornar àquela localidade. A qualificação e a gestão dos recursos humanos são fundamentais para a construção desse diferencial.

O governo, visando ao desenvolvimento do turismo local, criou o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), com o intuito de colocar em evidência a importância da capacitação dos recursos humanos para a qualidade e sustentabilidade da atividade turística. Com isso, a gestão de recursos humanos nos dias atuais, no setor do turismo, vem promover a eficiência, a qualidade dos produtos e serviços e a melhoria da qualidade de vida no trabalho, demonstrando que as empresas devem articular-se ao negócio, dirigindo as escolhas sobre o que fazer, de acordo com as mudanças no mercado.

Um dos determinantes na qualidade é a atitude das pessoas que estão à frente lidando com o cliente. Uma empresa do setor turístico, seja um hotel, pousada, um restaurante, uma agência de eventos ou de viagem, que pretende ser ou manter-se competitiva, deve procurar desenvolver a melhor atitude em seus funcionários por meio de um programa adequado de gestão de pessoas.

Existem dois fatos a serem questionados: o primeiro, interessante, mas também preocupante, é que as empresas do setor turístico, de um modo geral, são criadas por pessoas que não têm formação profissional na área; o segundo, para atender à característica da sazonalidade da demanda, a saída é a contratação dos trabalhadores temporários que, nessa condição, tendem a não receber um treinamento adequadamente elaborado para desempenhar melhor suas funções. Um fator importante que afeta a habilidade competitiva de uma unidade empresarial é a qualidade de seus produtos e serviços em relação à de seus competidores.

A qualidade não permite uma única conceituação e visão, pois varia de acordo com a área ao qual está sendo direcionada. É possível encontrar diferentes enfoques sobre o assunto, pois apresenta uma variedade de significados e cada área enfatiza os aspectos que lhe são próprios. Ao se tratar a questão da qualidade dentro da organização, o enfoque principal será sempre o consumidor, por ser a extremidade oposta ao início das ações pertinentes à administração e o seu comportamento diante dos produtos que lhe são oferecidos.

Ao se analisar uma organização, observamos a sua qualidade, a maneira como está sendo administrada internamente e de que forma ela se reflete no mercado externo. Para tanto, é necessário levar em consideração todos os indivíduos da cadeia administrativa – funcionários e administradores -, ressaltando a importância de cada um na conquista do objetivo comum, que é a qualidade. Ao aplicar esse conceito à hotelaria, observa-se que o colaborador e os administradores desse ramo precisam estar conscientes da importância do papel do funcionário, como parte ativa de um grupo, e da sua importância individual e de seu bom desempenho para a prestação de serviços de qualidades oferecidos por essa organização.

Apesar de existirem fatores que contribuem para a qualidade nos serviços, o colaborador é peça determinante no processo de qualidade, bem como sua preparação para desenvolver o serviço com excelência. Outro fator contribuinte para a qualidade é a atenção dada ao processo de atendimento. A perfeição nos processos de interação entre cliente e organização, os chamados momentos da verdade, devem estar presentes nas organizações que buscam alcançar a qualidade nos serviços prestados, conquistando assim, a confiança de seus clientes. Processos bem planejados e executados por pessoas bem treinadas geram produtos confiáveis. A qualidade, quando elevada, cria uma boa reputação para a empresa – difícil de ser obtida de qualquer outra maneira, permitindo, na maioria das vezes, o estabelecimento de um preço mais alto e a obtenção de maiores lucros. O serviço é a alma de todo e

qualquer negócio, e no setor hoteleiro isso não é diferente. Dentre suas características destacamos inseparabilidade, intangibilidade e heterogeneidade.

Um serviço é um processo, consistindo em uma série de atividades mais ou menos intangíveis que, normalmente, mas não necessariamente sempre, ocorrem nas interações entre o cliente e os funcionários de serviço e/ou recursos ou bens físicos e/ou sistemas do fornecedor de serviços e que são fornecidas como soluções para problemas do cliente. (GRONROOS, 2003, p. 65).

No setor de serviços, estes são prestados diretamente ao cliente que avalia imediatamente a sua qualidade. Depois de um serviço mal prestado, não é possível voltar no tempo, refazê-lo, consertá-lo; essa característica confere grande responsabilidade aos profissionais do setor, em relação ao desempenho da empresa.

O profissional de turismo em cargos de gerência deveria desempenhar suas atividades primando pela eficiência, sem uso do empirismo, que termina muito mais usado, uma vez que é recente a preocupação com a profissionalização no setor.

[...] comprometimento da alta gerência, reveste-se de extrema relevância, especialmente no setor de serviços turísticos, dado que, nesse segmento, a própria performance dos funcionários é percebida como parte integrante do produto. Em outras palavras, a atitude engajada da alta gerência tem o condão de influenciar o comportamento do restante dos funcionários, estimulando-os a aderir aos objetivos e metas traçados pela organização, o que no final pode contribuir de maneira determinante para a melhoria da qualidade do produto ou serviço. (ARAUJO, 2003, p. 48).

Na verdade, as pessoas que atuam no serviço hoteleiro tornam-se o “cartão de visitas” de um estabelecimento hoteleiro, os colaboradores representam a imagem do meio de hospedagem porque, além de ser o principal contato com o cliente/hóspede, é ele que através de suas atribuições irá demonstrar os serviços da empresa, fazendo com que a qualidade se transforme em satisfação e conseqüentemente fidelização da carteira de cliente do estabelecimento. Por essa razão, os colaboradores deverão atender a requisitos especiais relativos à sua apresentação, qualificação e disponibilidade, para que possam atender a todas as necessidades e solicitações dos clientes com habilidade e eficácia de uma empresa que estará preparada para permanecer nesse mercado globalizado, exigente e concorrente.

Para uma imagem positiva frente ao mercado, o prédio onde está localizado o estabelecimento e suas dependências, as instalações e equipamentos existentes; essa estrutura física irá favorecer ou não a qualidade dos serviços prestados? É necessário, portanto aos empreendedores, definir o grau de modernidade, elegância e bom gosto, simplicidade ou sofisticação, facilidades de uso e circulação, aparência, manutenção e limpeza das instalações e equipamentos, pois são esses quesitos que constituem o suporte para os serviços disponibilizados.

Nesse contexto, vale destacar novamente a importância do treinamento no aumento de conhecimentos e perícia do trabalhador. Ademais, o treinamento não é válido apenas para a empresa, haja vista que empregado também recebe os benefícios dessa prática, ou seja, as vantagens são para ambas as partes, de modo que, olhando de um lado e de outro, pode-se apresentar duas vantagens: para o empregado (maior eficácia de seu desempenho) e para a empresa (maior e melhor produção). No tocante ao empregado, seu trabalho realiza-se de forma racional, com menor esforço, resultando no aumento de

sua eficácia. Quanto à empresa, que teve a preocupação de racionalizar o trabalho de seus empregados, obterá um aumento da produtividade, resultando na maior e melhor produção.

O treinamento é uma fonte de lucratividade ao permitir que as pessoas contribuam efetivamente para os resultados do negócio, agregando valor às pessoas, à organização e aos clientes e enriquecendo o patrimônio humano organizacional. É o responsável pela formação do capital intelectual nas instituições. (CHIAVENATO, 2010, p. 367).

Atualmente, por mais que o discurso seja voltado para a importância do treinamento empresarial, este nem sempre é difundido de forma adequada nas empresas, em especial no setor turístico. Os principais motivos são a sazonalidade e a grande concorrência, que implica na alta rotatividade de profissionais, gerando percepções distorcidas sobre o investimento em treinamentos, resultando em lentidão no processo de melhoria na qualidade dos serviços, baixa satisfação e fuga de clientes para outros destinos, afetando a sustentabilidade do negócio de turismo, em geral. Em contrapartida, é importante ressaltar que o treinamento é um fator determinante na qualidade dos produtos e dos serviços, como afirma Chiavenato (2010, p. 367):

O treinamento é a experiência aprendida que produz uma mudança relativamente permanente em um indivíduo e que melhora sua capacidade desempenhar um cargo. Pode envolver uma mudança de habilidades, conhecimento, atitudes ou comportamento. Isso significa mudar aquilo que os empregados conhecem, como eles trabalham, suas atitudes perante o seu trabalho ou suas interações com os colegas ou supervisor.

O treinamento pode proporcionar mudanças internas (melhoria da eficiência dos serviços, aumento da eficácia dos resultados, melhor qualidade de vida no trabalho, maior produtividade, melhor atendimento ao cliente e valor agregado) e externas (maior competitividade organizacional, assédio de outras organizações aos colaboradores da empresa e melhor imagem da empresa) à organização. O desenvolvimento de pessoal é significativamente relevante para a empresa manter-se competitiva e o cuidado com essa competitividade, por si só, já seria uma boa razão para se investir em treinamento.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa científica tem por objetivo descobrir e analisar a manifestação dos fenômenos relativos aos vários campos do conhecimento, visando propiciar a interação teoria e prática. A pesquisa realizada é de cunho exploratório-descritivo e teve como objetivo analisar a percepção dos gestores e/ou funcionários a respeito do treinamento para o desenvolvimento de pessoas nos estabelecimentos hoteleiros do município de Currais Novos/RN. Inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico na tentativa de adquirir informações e refletir respeito da temática proposta. Segundo Cervo e Bervian (2002, p. 66): "a pesquisa bibliográfica constitui parte da pesquisa descritiva ou experimental, quando é feita com o intuito de recolher informações e conhecimentos prévios acerca de um problema para o qual se procura resposta ou acerca de uma hipótese que se quer experimentar".

Vale salientar que o referencial teórico foi utilizado em todos os estágios da pesquisa. Quanto aos objetivos, esta pesquisa pode ser considerada como exploratória e descritiva. Segundo Gil (1991, p. 45), a pesquisa exploratória, "tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com

vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses”, constituindo-se na primeira fase de um trabalho que se encaminha ao aprofundamento. De acordo com Gil (1991, p. 46), as pesquisas ou estudos descritivos “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Para Lakatos e Marconi (2001, p. 108), população “é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”. Para este estudo a população em análise esteve relacionada às empresas ou hotéis existentes em Currais Novos/RN. Com a definição da população, a próxima etapa é a técnica de coleta dos dados. Para Lakatos e Marconi (1996), estes métodos e técnicas consistem na seleção de vários processos que vão fornecer base para que uma pesquisa científica possa atingir seu propósito. Para efeito desta pesquisa, os dados foram coletados por meio da aplicação de questionários com 12 perguntas no total, com questões variadas, algumas de caráter aberto que possibilitou ao entrevistado responder um pouco além dos limites propostos pela pergunta inicial, e outras perguntas objetivas, centralizadas em determinado assunto abordado pelo entrevistador. As perguntas versaram principalmente sobre a utilização ou não do treinamento e a importância deste para o desenvolvimento das atividades na empresa.

O contato com as empresas foi feito diretamente com os gestores e funcionários, sendo 02 gerentes (que atuam como gestor-proprietário) e 12 funcionários dos Hotéis Tungstênio e D’Almeida da cidade de Currais Novos/RN. Tendo já definido a maneira como os dados foram coletados, a etapa seguinte consiste na análise dos mesmos. Para Best *apud* Lakatos e Marconi (1996, p. 152), essa fase da pesquisa “(...) representa a aplicação lógica dedutiva e indutiva do processo de investigação”. Para efeito desta pesquisa analisou-se os dados de forma qualitativa, que permitiu atingir o objetivo central desse estudo. Por fim, trata-se de uma pesquisa quantitativa, por ter como preocupação central, mensurar a satisfação dos funcionários dos estabelecimentos em estudo com relação à percepção da importância do treinamento.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A pesquisa foi realizada nos Hotéis Tungstênio e D’Almeida a respeito da importância do treinamento nos dias atuais no setor turístico e especificamente na rede hoteleira local. Desse modo, apresentam-se os resultados, que revelam fatores importantes a serem observados e analisados.

Em relação ao perfil dos entrevistados, observou-se que as mulheres estão cada vez mais conquistando o mercado de trabalho e no setor turístico isso também se confirma, pois elas são ágeis, organizadas, detalhistas e sensíveis, características imprescindíveis à área. No setor hoteleiro local isso não é diferente, pois a maioria dos colaboradores são mulheres, com percentual de 58% e homens apenas 42%.

Quanto à faixa etária, diagnosticou-se que 42% dos funcionários apresentam a faixa etária predominante de 18 a 30 anos, seguido de 33% para os que apresentam de 31 a 43 anos e 25% para os de 44 a 56 anos, demonstrando assim que o mercado de trabalho está sendo dominado pelos mais jovens, que começam a trabalhar cada vez mais cedo em busca de sua independência financeira, muitas vezes não se importando com a má remuneração e seu nível de conhecimento.

No tocante ao grau de escolaridade, vale destacar que para se alcançar a qualidade dos serviços, a empresa precisa muito mais que modernizar a estrutura física do hotel ou adquirir novas tecnologias, precisa também preparar seu quadro funcional para essas mudanças. De nada adiantará deixar a empresa de acordo com as exigências do mercado se não existir uma equipe preparada a oferecer um serviço de qualidade que venha a agregar valor à imagem da organização. Quanto mais instruído for o trabalhador, mais eficiente será o seu desempenho frente às atividades que lhe são confiadas; a qualificação dos funcionários reflete no desempenho da empresa. Sendo assim, 50% dos entrevistados

apresentam o 2º grau completo, 42% são analfabetos e 8% têm o 1º grau completo, evidenciando assim a baixa qualificação dos colaboradores. Alguns empresários vêem a baixa qualificação de seus colaboradores como uma forma de redução de despesa, não percebendo que isto pode vir a influenciar negativamente a qualidade de seus serviços. Os cargos encontrados são distribuídos da seguinte forma: 42% são recepcionistas, 34% camareiros, e 8% (cada) exerce a função de cozinheiro (a), lavadeira e garçom.

A definição do cargo permite que cada pessoa se situe em relação ao seu trabalho (o que é sua atribuição e responsabilidade) e ao trabalho dos outros (o que não é). Cada cargo corresponde a um conjunto de atividades, responsabilidades, de direitos e deveres específicos, que devem ser desempenhados pela pessoa que o ocupa. As empresas analisadas, por serem de pequeno porte, trabalham com um número reduzido de colaboradores e isso ocorre por estarem sujeitas à sazonalidade da demanda que acarreta a variação do quadro de funcionários (reduzindo-os ou aumentando-os de acordo com a procura pelos seus serviços e/ou produtos).

A necessidade de treinamento é uma decorrência natural da exigência de aperfeiçoar-se, de se formar uma pessoa para desempenhar o seu papel na organização com qualidade. De acordo com os dados obtidos ao serem questionados sobre receber treinamentos quando foram contratados, 67% dos colaboradores responderam que sim e 33% responderam que não. Isso demonstra a importância que o treinamento oferece para algumas empresas, sejam elas do setor turístico ou não, mesmo que esse tenha sido ofertado no momento inicial da contratação. O treinamento busca ensinar aos novos empregados as habilidades básicas que eles necessitam para desempenhar seus cargos de maneira excelente, auxiliando no aumento da produtividade dos indivíduos em suas funções, exercendo influências sobre seus comportamentos.

Entretanto, observou-se que todos os colaboradores pesquisados não recebem treinamentos periodicamente, o que é um fator preocupante para a qualidade do serviço. Ademais, nesse serviço específico de hotelaria, é preciso alimentar as informações, habilidades e/ou atitudes de todos que fazem parte da organização, com o intuito de executar melhor as atividades da empresa e com mais qualidade a serem oferecidas a seus clientes.

Uma necessidade de treinamento é uma área de informação ou de habilidades que um indivíduo ou grupo precisa desenvolver para melhorar ou aumentar a sua eficiência, eficácia e produtividade no trabalho. Existem alguns fatores que indicam a necessidade de algum tipo de treinamento ou reciclagem, como: admissão de novos empregados, redução do número de funcionários, substituições ou movimentação de pessoal, comercialização de novos serviços, mau aproveitamento do espaço disponível, erros na execução das ordens e modernização dos equipamentos e novas tecnologias.

Um hotel possui um sistema complexo, formado por diversos setores, cada um deles responsável por executar os serviços que são oferecidos. Os profissionais desse ramo de atividade devem agir eticamente e receber por parte dos seus gestores treinamentos e técnicas de aprimoramento do serviço, com o intuito de causar um impacto mais positivo frente à imagem da hotelaria local e regional, pois transmitir qualidade significa renovar-se, atualizar os produtos e serviços e a melhor e mais adequada forma para isso é o treinamento, pois, através dele, promovem-se a inovação, os aperfeiçoamentos, as novas técnicas ou as mais recentes tecnologias. Nessa perspectiva, foi diagnosticado que 50% dos funcionários receberam o devido treinamento para a execução de seu cargo, 3% não receberam nenhum e 3% responderam “mais ou menos”. Vale salientar que qualquer instrução de trabalho pode ser considerada um treinamento, inclusive sendo importantíssimo que isso ocorra frequentemente, favorecendo assim o estreitamento dos laços entre os níveis organizacionais.

Demonstrando a visão que os empresários do ramo têm em relação à qualificação de seus colaboradores, pode-se perceber, pelos dados encontrados, que os hotéis em estudo não investem em treinamentos, haja vista que 67% responderam que as empresas nunca investem no desenvolvimento dos colaboradores, 25%, que raramente e 8% não quiseram opinar. Isso deixa evidente que a percepção dos gestores não enxerga a expansão do conhecimento dos funcionários como capital intelectual a ser

investido e valorizado continuamente, o que pode influenciar negativamente na competitividade da empresa.

A respeito do pouco treinamento que os funcionários receberam, foi-se questionado se estas informações os capacitavam a desenvolver melhor suas atividades, todavia, 75% dos entrevistados não quiseram opinar, apenas 17% responderam que quase sempre e 8% que sempre o treinamento capacita-os a fazer bem o seu trabalho.

Infelizmente, ainda há uma certa cultura organizacional na qual muitos gestores enxergam o treinamento como uma perda de tempo e de dinheiro. Frente a isso, observa-se que a percepção dos questionados não é adequada aos moldes apresentados por uma gestão que se pauta em melhor qualificar seus funcionários no intuito de oferecer serviços com mais presteza, qualidade e credibilidade, pois segundo afirmações dos respondentes, quase sempre (50%) e raramente (50%) a empresa proporciona oportunidades e dá abertura para os colaboradores colocarem em prática na organização o conhecimento que foi recebido nos treinamentos. De acordo com Chiavenato (2010, p. 373), “a falta de cultura interna favorável ao aprendizado e ao comportamento de mudança é um dos obstáculos a serem vencidos pela organização”, pois de nada adiantarão altos gastos financeiros se a empresa não oferecer espaço, suporte ou oportunidades para as pessoas aplicarem suas competências e conhecimentos adquiridos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se apresentar nesse artigo uma análise da percepção dos gestores e/ou funcionários a respeito do treinamento para o desenvolvimento de pessoas nos estabelecimentos hoteleiros do município de Currais Novos/RN, especificamente as empresas hoteleiras Tungstênio Hotel e Hotel e Pousada D’Almeida, evidenciando a importância de produzir o conhecimento para o desenvolvimento organizacional. Nesse sentido, observa-se que as mudanças nas empresas não ocorrem de forma brusca, mas paulatinamente, sendo necessária a atualização de novos conhecimentos e estratégias no intuito de melhorar e adequar os serviços oferecidos no contexto empresarial tão competitivo no qual estamos inseridos.

Atualmente as empresas precisam buscar meios que as destaquem no mercado, uma forma de incorporar novos hábitos, atitudes, conhecimentos e destrezas que venham a somar ao seu crescimento. E uma das áreas preponderantes para essa mudança é a gestão de pessoas, através de treinamentos específicos que permitam a aquisição de novos conhecimentos e as condições necessárias para a mudança e o desenvolvimento organizacional. Desse modo, o treinamento torna-se um processo importante, que objetiva melhorar continuamente as competências dos funcionários.

A pesquisa realizada comprova as dificuldades encontradas na formação e qualificação do profissional que atua no setor turístico na cidade de Currais Novos, bem como a falta de habilidade ou interesse dos gestores no sentido de investir em tal prática que certamente contribuiria para melhorar os serviços prestados aos seus clientes, possibilitando tornar-se mais competitiva frente ao mercado em que atua. Nas empresas hoteleiras do município de Currais Novos, percebeu-se certa precariedade quanto à infraestrutura e qualidade nos serviços oferecidos, bem como o aperfeiçoamento necessário que seus funcionários e gestores precisam ter, isto é, qualificação e preparação contínua no intuito de melhor atender as demandas do setor turístico local e regional. Em alguns momentos, os gerentes usaram a justificativa de alguns colaboradores serem analfabetos e por isso não precisarem de capacitação, o que não é uma prática tão adequada para os moldes atuais de um mercado exigente e competitivo.

De um modo geral, os gestores questionados ainda vêem o treinamento como perda de tempo e de dinheiro, destacando assim a visão não tão adequada sobre a importância de tal prática. Ademais, os gestores não entendem o treinamento como um investimento que deve ser explorado, no sentido que

este proporciona melhorias substanciais na qualidade dos serviços, agregando valor ao seu negócio, haja vista que o aperfeiçoamento dos funcionários auxilia a organização a alcançar os seus objetivos, além de possibilitar a valorização das pessoas que atuam na empresa.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Cíntia Möller. **Ética e Qualidade no Turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

CERVO, Amado Luiz, BERVIAN, Alcino. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

\_\_\_\_\_. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa, bibliografia, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

## **PAINEL DE GOVERNANÇA AMBIENTAL: GESTÃO E MONITORAMENTO DO MEIO AMBIENTE DE FORMA EFICIENTE**

**J. D. Melo<sup>1</sup> e M. Dratovsky<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Alagoas e <sup>2</sup>Universidade de Santa Cruz do Sul  
damiao@damiaomelo.com.br – mdratovksy@gmail.com

### **RESUMO**

O cenário mundial no início ao século XXI presencia o despertar de uma nova consciência da sociedade em relação à gestão e ao monitoramento ambiental, que ganha dimensão por causa da importância que tem sido atribuída a proteção ao meio ambiente. O compromisso e a responsabilidade com a questão ambiental tem sido matéria de discussão em todas as áreas do conhecimento, no mundo inteiro. Este artigo apresenta resultado de pesquisa exploratória, cujo objetivo foi verificar os limites e possibilidade da concepção de uma solução gerencial na forma de um Painel de Governança Ambiental - PGA, alimentado com informações proveniente de várias bases de dados governamentais, que monte cenários relativos ao meio ambiente, refletindo ameaças ao equilíbrio ambiental e apoiando a estrutura de gestão nas ações corretivas e preventivas, possibilitando aos gestores identificar os eventos mais críticos e tomar decisões com rapidez.

**Palavras-chave:** governança, meio ambiente, risco, gerenciamento de processos.



## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil possui em sua extensa área cerca de 172,3 milhões de hectares de florestas onde quase 77 milhões de hectares são áreas nativas (TUBINO, 2008). O complexo denominado Ecossistema representa aproximadamente 20% do total de terras do globo. No entanto, as mudanças indesejáveis da vegetação e a degradação das florestas têm sido frequentemente atribuídas ao uso indiscriminado dos recursos naturais pelo homem ao longo dos últimos 150 anos. Neste cenário, as áreas naturais e cultivadas do Brasil não são exceções (HODGSON & ILLIUS 1996). A participação do cidadão, antes praticamente irrisória, obteve um grande impulso a partir da mesma, ampliando assim o leque de direitos do cidadão, regulamentando muitas matérias, e, inovando, principalmente, as relacionadas à coletividade.

O que se propõe neste artigo é apresentar, de forma exploratória, uma possibilidade para melhorar as práticas utilizadas para o monitoramento do meio ambiente através da definição dos processos de gestão, métodos de coleta de dados, classificação de risco de ocorrências e da apresentação de cenários ambientais, para que os gestores possam com base em informações, tomarem decisões preventivas ou corretivas a fim de conter a devastação, o desmatamento e a destruição do meio ambiente, de forma a proteger as áreas consideradas de preservação ambientais e as comunidades localizadas em áreas consideradas de risco. Adotamos os princípios metodológicos da pesquisa bibliográfica e documental, em uma abordagem qualitativa, considerando o caráter exploratório da pesquisa e a novidade relativa que a temática possui.

O viés prático derivado desta pesquisa pode ocorrer com a possibilidade da elaboração de um Painel de Gestão Ambiental - PGA como uma solução com possibilidades de inclusão de informações, capazes de compor cenários complexos, possibilitando aos gestores públicos e usuários do Painel obter informações sobre ocorrências que ameaçam ao meio ambiente, subsidiando a tomada de decisão, no entanto, estes pontos poderão ser abordados em trabalhos posteriores.

A relevância da discussão acerca de painéis para a consolidação de informações gerenciais se baseiam no fato que objetivamente a concepção e adoção de uma solução automatizada de apoio gestão ambiental possuem o potencial de promover o monitoramento das condições do meio ambiente em tempo real, agilizando a tomada de decisão e diminuindo ou mesmo prevenindo os danos que são causados por acidentes ambientais e catástrofes naturais. Outro objetivo é de caráter informativo, prevenindo as comunidades de contaminação e intoxicação, provenientes dos dejetos gerados pelas atividades humanas, comerciais, e industriais.

Neste trabalho formulamos a proposição do Painel de Governança Ambiente e elencamos possíveis fontes de informações e processos de negócio alvo de acionamento quando da tomada de decisão pelos gestores públicos. Para todas as informações identificadas deve existir a forma de coleta, se manual ou automatizada, dependendo das condições físicas, organizacionais e tecnológicas dos envolvidos. O essencial é que existam alternativas de coleta para alimentação do Painel e os prazos para inclusão das informações estejam bem definidos de forma a permitir que decisões sejam tomadas e processos sejam executados em tempo hábil permitindo salvar vidas e evitar danos à natureza.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 MODELO DE GERENCIAMENTO AMBIENTAL ATRAVÉS DO DESEMPENHO SUSTENTÁVEL

Para produzirem efeitos benéficos, as políticas governamentais necessitam de instrumentos institucionais eficientes, e entre estes a legislação, as estruturas organizadas, corpo técnico capacitado, recursos orçamentários, legitimação e a participação da sociedade, têm obtido destaque em nosso

passado recente. No âmbito do Estado de Sergipe, a Lei nº 9.509 de 20 de março de 1997 que traz em seu texto os preceitos sobre a Política Estadual do Meio Ambiente, passando a vigorar como um instrumento a serviço da sociedade para tornar compatível o desenvolvimento econômico e social com a preservação da qualidade do meio ambiente pode ser citada como exemplo positivo, elencando que planejamento e a gestão do manejo florestal das unidades de conservação e das demais áreas protegidas devem obedecer a critérios técnicos, científico e jurídico institucional, a propriedade privada e a cultural local desenvolvida pelos povos tradicionais.

Ainda nesse viés, temos que o conceito de “desenvolvimento sustentável” passou a existir no vocabulário depois de várias publicações realizadas por WCED (United Nations World Commission on Environment and Development), fazendo uso de duas definições de desenvolvimento sustentável conforme disponibilizado também pela União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) como “... aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades”. (SEABRA, 2001, p. 27)

De acordo com estudos estatísticos elaborados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE que em 2002 divulgou sua primeira pesquisa específica sobre o estado do meio ambiente no Brasil, resultado de entrevistas com gestores públicos de 5.560 municípios relativamente ao tema meio ambiente, como os maiores problemas ambientais reconhecidos pelos gestores municipais são:

- Assoreamento de rios, lagos e açudes, com 53% do total;
- Alterações ambientais com efeitos sobre a qualidade de vida, com 41% do total. Os principais problemas a concorrerem para este estado são o esgoto a céu aberto (46%), o desmatamento (45%) e as queimadas (42%);
- A poluição da água, apontando o despejo de esgoto doméstico (75%), o uso de agrotóxicos e fertilizantes (42%) e a criação de animais (39%);
- Alterações que afetam negativamente a paisagem por conta da erosão (35%), da ocupação irregular do solo (33%) e de empreendimentos imobiliários (28%);
- A contaminação do solo, os fatores apontados são o uso de fertilizantes e agrotóxicos (63%), a destinação inadequada de esgoto doméstico (6%) e o chorume (38%);
- A poluição do ar, causada, primeiramente, por queimadas (64%), vias não pavimentadas (41%) e atividade industrial (38%) e
- A degradação de áreas protegidas pelo desmatamento (69%), pelas queimadas (51%) e pela caça de animais silvestres (38%).

Estes dados quando observados em perspectiva histórica, permitem uma visualização de cenários estáticos, unidimensionais e dissociados do momento de sua ocorrência. A criação de instrumental de diminua essa problemática é proposta nos itens seguintes, através do Painel de Governança Ambiental.

## 2.2 PAINEL DE GOVERNANÇA AMBIENTAL

Os painéis de instrumentos ou Dashboards fornecem uma representação ilustrada do desempenho dos negócios em toda a organização, enquanto os controles de resultados ou Scorecards fornecem uma representação visual dos indicadores chave de desempenho, os quais precisam ser cuidadosamente selecionados que ajudam as organizações a medir e gerenciar o desempenho. A disponibilidade de Dashboards e Scorecards permite que qualquer número de usuários possa, com segurança, ter acesso aos relatórios de que necessitam. Ambos fornecem informações imediatas sobre o desempenho dos negócios em toda a empresa e são gerados para os gestores que precisam de uma visão geral dos processos de negócio e consideram primordial dispor de uma visualização intuitiva e oportuna dos dados estratégicos, financeiros e operacionais.

Estas técnicas aplicadas sobre software específico para geoprocessamento possuem o potencial de permitir a realização de análises complexas, através da integração de dados de diversas fontes e ao criar bancos de dados georeferenciados. Em se tratando de geoprocessamento diferentes camadas

temáticas, tais como vegetação, hidrografia, uso do solo, planos de drenagem, identificação de áreas urbanas, rodovias, limites de municípios e das Unidades de Conservação, são utilizadas para possibilitar análises individualizadas ou sobrepostas, permitindo composição de cenários.

Apresentamos na Figura 1 representação da dinâmica do PGA com as entradas de dados previstas para alimentar o painel e os processos de decisão possíveis de serem acionados, considerando como contexto o Estado de Sergipe.

## Painel de Governança Ambiental

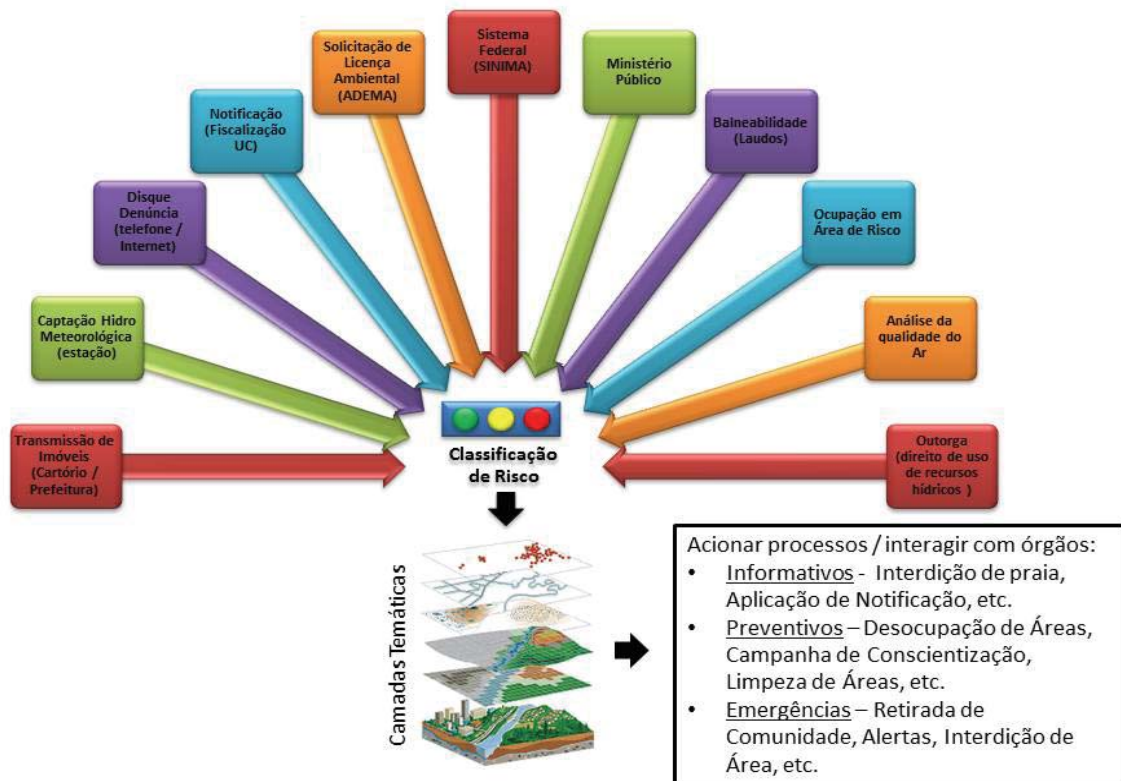


Figura 1 – Painel de Governança Ambiental

As diversas entradas de dados representadas na figura acima devem ser analisadas e adaptadas para cada região, de acordo com as perspectivas do gestor e possibilidades de capturas dos dados. No caso de Sergipe, menor estado brasileiro, as possibilidades são muito boas, pois o universo a ser trabalhado é de fácil domínio e a relação entre as unidades e órgãos envolvidos é cooperativa, além da presença dos órgãos reguladores e fiscalizadores serem expressivas e atuantes.

### 2.3 IDENTIFICAÇÃO, CADASTRAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DE RISCOS DOS DADOS.

Todos os dados que alimentarão o PGA deverão ser identificados previamente para criação da forma mais adequada de cadastramento. As integrações que deverão ser desenvolvidas para capturar e cadastrar os dados dependerá da maturidade da organização envolvida no que diz respeito ao uso da tecnologia da informação e as possibilidades de utilização de ferramentas e técnicas de consumo de serviço disponível. De acordo com as informações recebidas pelas diversas possibilidades de entrada de dados previstas, regras de negócios definidas em softwares para Business Intelligence - BI serão aplicadas para classificar os riscos em relação ao equilíbrio do meio ambiente. Além disso, a camada temática relacionada ao tipo de ocorrência será identificada com pontos das coordenadas relativa à posição geográfica das ocorrências e representada através de ícones específicos e sinalizadas com cores

correspondentes ao seu nível de risco. Todas estas regras deverão ser parametrizadas de acordo com as características das áreas, dos tipos de ocorrências e definição do próprio órgão gestor. Ao final teremos cenários ambientais capazes de representar de forma individual ou conjunta, focos de ocorrências, permitindo ao gestor disparar processos de cunho informativo, preventivo ou emergencial.

## 2.4 FONTES DE DADOS DO PAINEL DE GOVERNANÇA AMBIENTAL

Muitas informações poderão alimentar o PGA, pois como seu objetivo é prover informações importantes, em tempo real, para subsidiar a tomada de decisão em prol da manutenção do equilíbrio e conservação do meio ambiente e segurança da comunidade, fica evidente a necessidade de disponibilização de informações cartográficas (mapas, cartas topográficas e plantas) em uma solução de tecnologia da informação específica para cadastrar as coordenadas das ocorrências e ilustrar as camadas de publicação das mesmas. A seguir elencamos algumas possibilidades.

- **Transmissão de imóveis:** Na camada temática relativa ao uso do solo, podem ser cadastradas as áreas de preservação ambiental e todas as áreas protegidas do Estado e seus limites de área de abrangência georeferenciados. Para este tipo de entrada de dados, o que se sugere é automatizar o processo de notificação da compra e venda de imóveis localizados próximos das áreas de preservação ambiental, originadas e geradas pelos cartórios ou prefeituras dos municípios.
- **Clima e tempo:** No Estado de Sergipe existem 10 Plataformas de Coleta de Dados (PCD) distribuídas entre os 75 municípios, totalizando assim, o funcionamento de 13 estações meteorológicas. As plataformas têm a função de garantir maior segurança na análise pormenorizada dos dados relativos à previsão climática.
- **Hidrometeorologia:** O cenário meteorológico de Sergipe é criado a partir do uso de tele pluviômetros, aparelhos que além de transmitir dados meteorológicos de tempo e clima, servem ainda para monitorar a questão hidrometeorológica, oferecendo informações de entrada ou saída de água nas bacias dos rios monitorados, fonte de informação importante para alimentar o PGA na camada temática relativa à hidrografia do estado.
- **Disque Denúncia:** Através do Disque Denúncia Ambiental, que poderá receber através de telefone e pela internet, informações oriundas das comunidades que servirão de fonte para fiscalização ambiental. Uma vez que a denúncia ou registro de ocorrência, devidamente fiscalizada, comprove crime ambiental, a ocorrência será cadastrada no PGA, permitindo através de símbolo gráfico específico, ser visualizado na camada temática específica.
- **Fiscalização das Unidades de Conservação – UC:** Todas as UC's de Sergipe possuem gestores com suas equipes que monitoram as áreas permanentemente. Como resultado deste monitoramento pode gerar necessidade de investigação, ações fiscalizadoras, aplicação de multas, etc.
- **Solicitação de Licença Ambiental:** Quando da solicitação ao órgão licenciador para emissão de licença ambiental para qualquer tipo de empreendimento, dados relativos à sua localização de forma automática no PGA.
- **Sistema Federal:** O Ministério do Meio Ambiente disponibiliza diversas bases de dados relativas ao meio ambiente e indicadores de referência a nível federal. Dados importantes para serem utilizados como comparativo sobre a gestão estadual e efetividade das ações realizadas pelo Estado.
- **Ministério Público:** Diversas ações públicas são geradas pela população em relação ao descaso dos órgãos público quanto à manutenção e limpeza de áreas públicas, na realização constante de invasão de áreas, na emissão de poluentes, etc. Todas estas informações serão alimentadas para localização e acompanhamento dos avanços e persistência das ocorrências.

- **Balneabilidade:** Semanalmente são coletadas e analisadas amostras do mar e rios para verificar os respectivos níveis de balneabilidade. A depender dos resultados das análises pode-se proibir o uso de águas dos rios para consumo e até de banhos de mar.
- **Ocupação em área de risco:** Através de fiscalização, rondas, informativos nas mídias e denúncias, informações são identificadas quanto à ocupação de áreas consideradas de risco, como encostas, as margens de rios, etc., dados importantes para alimentar o PGA.
- **Análise da qualidade do ar:** Coletas de amostras do ar são analisadas periodicamente, a fim de saber o nível de poluição, através de equipamento especializado, os quais podem alimentar automaticamente o PGA.
- **Outorga:** Todo o uso de águas dos rios para produção e criação deve ter consentimento de órgãos públicos, tanto quanto a seu volume quanto em sua destinação. É feito um requerimento informando os dados relativos ao usuário, localização do ponto de captação da água, volume requerido e seu destino.

## 2.5 O CONTROLE E AS AÇÕES CORRETIVAS

A medição é um dos pontos essenciais da postulação do Painel de Governança Ambiental, só podemos gerir o que medimos, e é com base nesta afirmativa que o PGA deverá se comportar. O controle é a base de tudo. Para Idalberto Chiavenato (2007), a essência do controle consiste em verificar se a atividade controlada está ou não alcançando os resultados desejados. O sistema de controle deve incluir os seguintes aspectos essenciais:

- **Objetivo:** o controle requer um objetivo, um fim predeterminado, um plano, uma linha de atuação, uma norma, uma regra decisória, um critério ou uma unidade de medida.
- **Medição:** o controle requer um meio de medir a atividade desenvolvida. O que não se pode medir não pode administrar.
- **Comparação:** um procedimento para comparar tal atividade com o critério definido.
- **Correção:** algum mecanismo que corrija a atividade em curso para permitir-lhe alcançar os resultados desejados.

O controle consiste fundamentalmente em um processo que guia e monitora a atividade exercida para um fim previamente determinado. O controle no âmbito do PGA consiste no monitoramento das ações humanas e reações da natureza, de acordo com métricas definidas, visando o equilíbrio do meio ambiente. Durante a medição e comparação dos indicadores diante dos critérios definidos, e a depender dos resultados desta comparação, processos podem vir a ser disparados com caráter informativo, preventivo ou emergencial para correção das ações prejudiciais ao meio ambiente. Elencamos na tabela abaixo uma aproximação inicial acerca de quais processos poderiam ser disparados de acordo com seu grau de risco.

Tabela 1 - Processos disparados de acordo com o risco das ocorrências

Risco	Tipo de Processo	Possíveis Processos a serem Acionados
Baixo	Informativo	Avisos à comunidade
		Notificação
		MSM
		Cartazes e Faixas
		Publicação em sites
		Jornais e televisão
Médio	Preventivo	Interação com outros órgãos públicos
		Retirada da comunidade de áreas de risco
		Notificação
		Limpeza de terrenos

		Campanhas de conscientização
		Atividades comunitárias
		Plantio de árvores em áreas
		Interação com outros órgãos públicos
Alto	Emergencial	Interdição de áreas
		Alertas de emergência
		Bloqueio de estradas
		Desocupação de áreas
		Aplicação de auto de infração
		Interação com outros órgãos públicos

As rápidas mudanças que vêm impactando as organizações são um desafio contínuo à sua adequada gestão. A relativa estabilidade econômica, a abertura de mercados, as reorganizações empresariais e o aumento da concorrência levam as empresas a buscarem formas de se adequarem à nova realidade. Portanto, têm-se novas regras de competição, tipos de organização, maiores desafios para a administração. Em decorrência dessa maior complexidade, assim como do maior dinamismo do contexto social, as organizações enfrentam situações incertas, tanto na definição dos objetivos como no conhecimento do processo de transformação e de tomada de decisão.

A existência de maior incerteza supõe, também, que as decisões e os comportamentos tenham caráter pouco rotineiro e que sejam complexos de se estruturar e analisar em termos racionais e lógicos. Assim, neste novo ambiente tornou-se mais difícil dizer aos tomadores de decisão qual o melhor conjunto de diretrizes estratégicas que irá viabilizar a consecução dos resultados planejados. Nesse sentido, muitas empresas encontram dificuldades para se adaptarem a esse cenário hostil, pois implica, não raras vezes, submeterem sua gestão a mudanças bruscas e repentinas.

Decorrem disso alterações que afetam sensivelmente a eficiência de seus sistemas de controle, implicando na necessidade de se adaptar a novos conceitos e técnicas que possibilitem o adequado controle das atividades. Isso dificulta a formulação do planejamento, a avaliação de desempenho e a tomada de decisão.

### 3. CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento industrial, notadamente após a Revolução Industrial, os recursos naturais da Terra começaram a se deteriorar de forma assustadora e rápida. Nas últimas décadas, em todo o mundo, começaram a surgir movimentos de conscientização e preservação dos mesmos. Movimentos estes que se tornaram uma verdadeira consciência ecológica de toda a sociedade mundial.

Para que pudessem lutar contra estes problemas ambientais foram criadas condições que dessem abertura necessária para as transformações culturais e sociais que resultam em novos estilos de desenvolvimento para as sociedades humanas, esse desafio requer a participação efetiva de pessoas devidamente preparadas para atuar conscientemente como cidadãos e profissionais em todas as etapas desse processo.

Evidentemente, as considerações feitas acima sobre as consequências ambientais negativas sobre o meio ambiente são baseadas numa visão um tanto quanto estática da relação entre o desenvolvimento tecnológico e consumo. Sem dúvidas, a busca de alternativas viáveis no plano tecnológico e político estão apenas começando. A compreensão crítica do mundo só é possível se levarmos em conta a sua complexidade decorrente do emaranhado de interações entre os seus componentes físico químicos, biológicos e humanos.

Várias nações, umas realmente preocupadas com o meio ambiente, outras nem tanto, criaram diversas legislações de proteção ambiental. No Brasil, país de inúmeros recursos ambientais, não foi diferente. Um país com inúmeros recursos naturais não podia se dar ao luxo de desprezar os mesmos, negando proteção legal a este tesouro ambiental. Para um país, estado ou município poder exercer uma gestão protetora, conservadora e evolutiva em relação ao equilíbrio do meio ambiente, necessita de ferramentas de apoio para a tomada de decisão de qualidade e com agilidade e confiança. A aplicação de tecnologia adequada subsidiando o gestor a visualizar a complexidade dos possíveis cenários ambientais e seus efeitos, permitirá acionar, de forma preventiva, ações a serem executadas a fim de evitar perdas irrecuperáveis.

Aliando tecnologia a processos automatizados, comunicação efetiva entre órgãos públicos e uma legislação eficiente, pode-se construir uma solução de apoio à decisão, que, bem alimentada, produzirá a garantia que as futuras gerações poderão usufruir dos bens naturais de forma sustentável. Nossa pesquisa se baseia nessas premissas para buscar a aproximação necessária e postular o Painel de Governança Ambiental como alternativa viável e possível dentro do rigor metodológico e buscando contribuir com a construção de conhecimento científico.

Para trabalhos futuros elencamos a construção do PGA, a qual deve ser trilhada com base nos pressupostos metodológicos de gestão de projetos e em gerenciamento de processos de negócio. Deverão ser modelados, analisados e desenhados todos os processos que originam as entradas de dados, identificados e parametrizados os requisitos e as regras de negócios para classificação de riscos e modelados, analisados e desenhados todos os processos que serão acionados pelo PGA, para subsidiar a tomada de decisão do gestor, inclusive para outros órgãos públicos envolvidos.

Não esgotamos a temática e nem era essa a pretensão deste estudo, dessa forma abre-se espaço para que pesquisas semelhantes sejam elaboradas, lembrando que adotar ações para garantir às futuras gerações o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, de uso comum é fundamental para a existência de nossa espécie.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ARCHIBALD, R. D. Managing high technology programs and projects. New York: John Willey, 1996.
- BALARINE, O. F. O. Etapas no processo de pesquisa. *Análise*, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 155-170, 1999.
- CAMPBELL, Paul (Supervisão). Como se tornar um profissional em gerenciamento de Projeto: livro-base de preparação para certificação PMP. RJ, Editora QualityMark, 2003
- DISMORE, P. C. Gerência de programas e projetos. São Paulo: Editora Pini, 1992
- HODGSON, J; ILLIUS, A.W. In: Hodgson, J.; Illius, A.W. (Eds). The ecology and management of Grazing systems. CAB International, 1996
- PRADO, Ivanor Nunes do; MOREIRA, Fernanda Barros. Suplementação de bovinos no pasto e alimentos alternativos usados na bovinocultura. Maringá: Eduem, 2001
- NARDELLI, Aurea Maria Brandi and Griffith, James Jackson. Mapeamento conceitual da visão de sustentabilidade de diferentes atores do setor florestal brasileiro. *Rev. Árvore*, Mar./Apr. 2003, vol.27, no.2.
- TUBINO, N. Uma fazenda chamada Amazônia. Disponível em: < <http://www.ecoagencia.com.br>. 2008. > Acesso em: 08 de agosto de 2011.
- BENITEZ, Frank. A tributação do risco torna-se verde. Madrid: Instituto Piaget, 1982.
- SEABRA, Giovanni F. Ecos do Turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas. Campinas: Editora Papirus. 2001
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração Teoria, Processo e Prática. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda. 2007
- MEMBROS DA ABPMP. Guia para o Gerenciamento de Processos de Negócios: Corpo Comum de Conhecimento. Versão 2.0. 2009



## PARAÍBA SEM FRONTEIRAS: MAPEAMENTO DA INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA GLOBALIZAÇÃO EM CAJAZEIRAS

N. N. Rodrigues<sup>1</sup>, H. K. B. Duarte<sup>2</sup> e C. F. Sousa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus Cajazeiras - Docente e

<sup>2</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus Cajazeiras – Bolsista do CNPq

nadja.rodrigues@ifpb.edu.br – hingredy\_cz@hotmail.com, kristina\_una@hotmail.com

### RESUMO

Visando entender a influência das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) sobre o processo de Globalização, em cidades onde essas tecnologias ainda são emergentes, este artigo reflete os principais resultados de um projeto de pesquisa realizado na cidade de Cajazeiras - PB. O objetivo principal do projeto foi investigar a influência das TICs no processo de globalização e mapear o desenvolvimento deste processo em Cajazeiras, de forma a motivar e promover a inclusão de suas empresas no mundo globalizado. Para guiar a execução do projeto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: mapear os aspectos e características da globalização na cidade, e a influência destes elementos sobre as suas empresas e clientes reais e potenciais; mapear os recursos de TICs que estão apoiando a globalização na cidade, e a aplicação de cada um deles aos principais aspectos e características deste processo. Inicialmente, foram realizadas revisões da literatura relacionada aos principais aspectos da globalização e recursos de TICs que podem apoiar este processo. Em seguida, foram realizadas entrevistas com os sujeitos envolvidos com a pesquisa: representantes das empresas com sede em Cajazeiras. Essas entrevistas buscaram identificar os principais aspectos e características da globalização que estão influenciando o processo e os recursos de TICs que estão apoiando a globalização em Cajazeiras. A análise dos dados provenientes das entrevistas resultou na construção do panorama da globalização em Cajazeiras, como forma de refletir o status de globalização nesta cidade. A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o uso das TICs e o processo de globalização na cidade de Cajazeiras. Entendendo que a globalização é um cenário irreversível, e a importância das TICs como elementos essenciais ao processo, este estudo confirmou que Cajazeiras participa da globalização e sugere estratégias viáveis para que suas empresas se sintam motivadas a integrar o mundo globalizado. Os dados referentes aos aspectos de globalização, coletados e analisados pelo projeto, demonstraram que as empresas da cidade estão atentas aos diversos benefícios proporcionadas àquelas que integram o mundo contemporâneo, cada vez mais globalizado. Embora esses dados não tenham demonstrado um grande volume de transações realizadas com outros países, as iniciativas de ultrapassar as barreiras da Paraíba já são tomadas pela grande maioria das empresas entrevistadas. Espera-se que este seja um passo importante para um futuro sem limites com relação às estratégias de negócios no cenário de economia, sociedade, cultura e política globalizada. Os dados sobre uso de TICs pelas empresas estudadas revelam que os investimentos nessas tecnologias têm sido feitos de forma alinhada aos grandes mercados comerciais. Ou seja, as TICs utilizadas por boa parte das empresas de Cajazeiras espelham o uso de TICs alinhado às estratégias de negócio das empresas do mundo globalizado.

**Palavras-chave:** globalização, Tecnologias de Informação e Comunicação, estratégias de negócio.

## 1. INTRODUÇÃO

A globalização é o processo econômico e social que estabelece a integração do mundo todo. Neste processo, as pessoas, os governos e as empresas trocam idéias, realizam transações financeiras e comerciais e expandem aspectos culturais além das suas fronteiras. No contexto da globalização, as transformações inerentes a esse processo reconstróem cada país, região e cidade, de acordo com suas características e a forma como pessoas e instituições definem suas participações no processo.

Segundo Freitas (2010), esta integração decorrente do processo de globalização ocorreu em razão de alguns fatores, dentre eles, as inovações tecnológicas, principalmente nas telecomunicações e na informática, que tornaram possível a difusão de informações, ligando os mercados do mundo.

Para Laudon e Laudon (2007), a globalização da economia, a competição e o constante crescimento das empresas, tende a fazer da informação um recurso cada vez mais crítico. “O cenário competitivo obriga as empresas a pensarem em novas maneiras de gerenciamento, diante de um novo mundo, novas políticas, novas formas de relacionamento, novas organizações, nova Economia, globalizada.” (RODRIGUES, 2002, p. 23). As tecnologias de informação, através dos processos digitais e da inteligência em rede, são fundamentais para o sucesso das organizações, nesse novo cenário.

Segundo Fernandes Neto (2006), no Brasil, a globalização possui várias vantagens, embora poucas empresas brasileiras se enquadrem no conceito de globalizadas. Se os empresários investirem para globalizar suas organizações, serão criadas instituições mais sólidas no mundo empresarial. Uma vez que, em alguns setores da economia brasileira o crescimento do mercado interno ou local está aquém das expectativas empresariais, vender para outros mercados seria uma boa estratégia.

De acordo com o SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO (2011), Cajazeiras é a cidade que mais cresce na Paraíba. Uma vez que se prospectam as oportunidades advindas deste favorável status, considerou-se a importância de mapear e avaliar o cenário de globalização que está sendo desenvolvido na cidade, além de fornecer informações sobre como poderiam ser montadas estratégias para fortalecê-lo.

Diante deste cenário, este estudo se propôs a investigar a influência das TICs na globalização e a mapear este processo em Cajazeiras. Para guiar a execução do projeto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: mapear os aspectos e características da globalização em Cajazeiras, buscando entender como este processo está sendo construído na cidade; mapear os recursos de TICs que estão apoiando a globalização na cidade, buscando entender as estratégias de globalização a partir do uso de TICs; apresentar o panorama da globalização na cidade, através da análise dos dados coletados, buscando motivar e promover a inclusão das suas empresas no mundo globalizado. A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o uso das TICs e o processo de globalização em Cajazeiras, avaliando, de forma qualitativa ou quantitativa, os aspectos relacionados ao trabalho.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na seção 2 é apresentada a fundamentação teórica do trabalho; a seção 3 descreve a metodologia utilizada; a seção 4 apresenta os principais resultados do estudo e a análise dos mesmos; finalmente a seção 5 apresenta algumas considerações finais.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta alguns conceitos e definições usados como base para o desenvolvimento da pesquisa, analisando aspectos relacionados aos elementos fundamentais do projeto.

### 2.1 Entendendo a Globalização

Entende-se globalização como sendo um meio de unir pessoas e empresas de diferentes lugares a fim de realizar algo, sendo um processo mundial e irreversível. A globalização motivou e reforçou a troca de capitais nos mercados financeiros, através da potencialização do comércio entre nações. “O processo de globalização promoveu a intensificação dos fluxos internacionais de capitais nos mercados financeiros e a abertura das economias nacionais ao comércio global.” (TERRA et al, 2010a, p.66).

Terra et al (2010a) explicam que “O fato de podermos encontrar nos supermercados produtos do mundo inteiro mostra a integração dos mercados mundiais; mas esse é apenas um dos aspectos da globalização”. (TERRA et al, 2010a, p. 84). Freitas (2010) explica que a globalização consiste na integração de caráter econômico, social, cultural e político entre diferentes países. Para o autor, a globalização é oriunda de evoluções ocorridas, principalmente, em meios de transportes e telecomunicações, encurtando as distâncias no mundo.

Segundo Freitas (2010), no caso brasileiro, a abertura econômica e a globalização foram fundamentais no combate à inflação e para a modernização da economia. Com a entrada de produtos importados, o consumidor foi beneficiado, podendo contar com produtos importados mais baratos e de melhor qualidade, além de que, essa oferta maior de produtos ampliou também a disponibilidade de produtos nacionais com preços menores e mais qualidade. Esses fatos podem ser constatados em vários setores, como eletrodomésticos, carros, e em serviços, como restaurantes.

Apesar de o Brasil participar do cenário de globalização, constata-se que a economia brasileira ainda tem um déficit em relação a outras economias do mundo. Segundo Terra et al (2010a), mesmo com o crescimento das exportações, o Brasil participa dos fluxos comerciais globais com pouco mais de 1% do total. “Apesar de todo o esforço exportador, a economia brasileira permanece com pouca capacidade de produzir e exportar produtos ligados à revolução tecnocientífica, detentores de maior valor no comércio mundial.” (TERRA et al, 2010a, p.70). Por outro lado, segundo Fernandes Neto (2006), a sociedade brasileira está despertando para a necessidade de potencializar a globalização. O autor explica que, a partir desse fato, o país está procurando recuperar o tempo perdido e aproveitar as oportunidades existentes na globalização.

## 2.2 As Tecnologias da Informação e Comunicação

As Tecnologias da Informação e Comunicação ou TICs são tecnologias usadas especialmente para interação e comunicação, por pessoas e empresas, com o objetivo de construir relacionamentos e compartilhar informações. No cenário atual, as TICs são geralmente utilizadas nas empresas para automatização de rotinas diárias de negócio. Por exemplo, as TICs são muito utilizadas como meio para divulgar os produtos de uma empresa e para apoiar os seus processos de venda.

A divulgação acontece por meio das propagandas, na televisão, nos rádios, ou na Internet, por exemplo. “A publicidade na Internet continua a crescer mais que 30 por cento ao ano, tendo rendido mais de 11 bilhões de dólares em 2005.” (LAUDON E LAUDON, 2007, p. 6). Já os processos de venda precisam de tecnologia específica. Nesse caso, as empresas geralmente se apóiam nos Sistemas de Informação (SIs). “Um SI é um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam, manipulam e disseminam dados e informações para atingir um objetivo.” (STAIR e REYNOLDS, 2008, p. 4).

Laudon e Laudon (2007) comentam a importância dos SIs para as empresas. Para eles, as empresas investem em tecnologias e SIs visando: excelência operacional; novos produtos, serviços e modelos de negócio; relacionamento mais estreito com clientes e fornecedores; melhor tomada de decisões; vantagem competitiva; sobrevivência. Os autores ainda relacionam o uso de tecnologia e sistemas à eficiência organizacional. “Das ferramentas que o administrador dispõe, as tecnologias e os sistemas de informação estão entre as mais importantes para atingir altos níveis de eficiência e produtividade nas operações, especialmente quando combinadas com mudança nas práticas de negócio.” (LAUDON e LAUDON, 2007, p.6). Para Stair e Reynolds (2008) podem ser separadas as empresas bem sucedidas das mal sucedidas conforme as TICs que são aplicadas a elas.

Outras tecnologias utilizadas são as redes sociais. Conforme Boyd e Ellison (2008), redes sociais são serviços baseados na Web que permitem aos seus usuários construir um perfil dentro de um sistema, articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma ligação, e ver e percorrer a sua lista de ligações. Liccardi et al. (2007) define uma rede social como uma estrutura social de nós que representam indivíduos ou organizações e o relacionamento entre eles em um determinado domínio. Atualmente existem diversas redes sociais com diferentes propósitos e domínios.

De forma geral, pode-se dizer que as TICs contribuem para que as necessidades de consumidores de produtos diversos e das próprias TICs sejam satisfeitas. Para que isso aconteça, na concepção de Stair e Reynolds (2008) os computadores e sistemas de informação estão em constante alteração, inclusive na forma em que são aplicados dentro das empresas e dos seus conceitos rotineiros, redefinindo os modelos utilizados pelas organizações para guiar seus negócios.

### 2.3 As TICs e a Globalização

Segundo Stair e Reynolds (2008), ser capaz de adaptar-se mais rapidamente e superar estrategicamente os concorrentes pode ser a marca de diferenciação entre vencedores e perdedores, em um cenário baseado em competitividade. As empresas necessitam de infra-estruturas de TICs preparadas para oferecer os recursos necessários para suportar as características desse ambiente.

Com a globalização, tecnologias como celulares, computadores, Internet, redes sociais, e outras TICs estão cada vez mais presentes nas empresas, nas residências. Segundo Terra et al (2010b), as novas invenções permitiram uma revolução nos processos produtivos e gerenciais. “Esses avanços tecnológicos trouxeram ainda maior rapidez nas informações acelerando o ritmo dos transportes e diminuindo tempo e distâncias em uma escala jamais alcançada.” (TERRA et al, 2010b, p.93).

“A globalização criou novas oportunidades para usar os sistemas de informação a fim de coordenar o trabalho de diferentes partes da empresa e possibilitar a comunicação com clientes e fornecedores.” (LAUDON e LAUDON, 2007, p.84).

A globalização extrapola o contexto das empresas, das relações comerciais e financeiras. As pessoas estão cada vez mais descobrindo na Internet uma maneira rápida e eficiente de realizar várias atividades. A geração dessa cultura de as pessoas utilizarem processos virtuais, através das TICs, resulta na formação de clientes reais ou potenciais, para as empresas globalizadas. Gomes (2007) acredita que é impossível falar de globalização sem falar da Internet. Através da Internet, milhões de negócios são fechados por dia. Lemos et al (2011) dizem que mais de 65% das empresas já utilizam as redes sociais como ferramentas de comunicação com clientes e prospects.

Outro aspecto a ser considerado é que com a globalização as empresas se tornam cada vez mais competitivas, fazendo com que elas apostem nas TICs para buscar serviços e produtos de qualidade. Segundo Medeiros (2010), a globalização trouxe um maior dinamismo ao mercado, tornando mais fácil o acesso à informação e contribuindo para o aumento da concorrência. “As empresas que se destacam nesse mundo globalizado são as que usam ferramentas ligadas à informática e às telecomunicações.” (TERRA et al, 2010a, p.18). Para aumentar a sua fatia de mercado, empresas com negócios voltados apenas a uma determinada classe, vêm repensando os seus clientes potenciais. Para Terra et al (2010b), as TICs têm contribuído para aproximar pessoas e empresas, em tempos de globalização. “Com as novas tecnologias de informação, os custos e os preços caíram, tornando acessíveis produtos anteriormente difíceis de serem adquiridos por uma parcela da população.” (TERRA et al, 2010b, p.93).

Por um lado, as empresas têm apostado nas TICs como instrumentos estratégicos para a globalização. Por outro lado, a popularização dessas tecnologias junto às pessoas tem ocorrido devido aos diversos benefícios proporcionados por pelo seu uso. O resultado desses fatores são as oportunidades, para as empresas, de marketing, vendas e transações em geral, e para os clientes, de compras e realização de diversas atividades, através das TICs, especialmente, da Internet.

### 3. METODOLOGIA

Cajazeiras se beneficia da sua excelente posição geográfica, fazendo fronteira com Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte, além de estar bem próxima a outros estados do Nordeste. Segundo o INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (2011), devido à sua localização, Cajazeiras abrange um mercado consumidor de aproximadamente 160.000 pessoas, formado por 14

municípios que integram o Alto Piranhas. Ainda de acordo com este instituto, Cajazeiras possui 1.287 empresas atuantes, com 1.342 unidades estabelecidas, nos mais diversos ramos de atividades.

Remetendo aos objetivos do estudo, foi utilizada uma pesquisa de campo, realizada através da aplicação de questionários. O questionário foi aplicado em uma amostra composta de 25 empresas (aproximadamente 2% da população em estudo), conforme apresentado na Figura 1.



Figura 1 – População e amostra de empresas

As entrevistas nas empresas buscaram identificar os principais aspectos e características da globalização que estão influenciando o processo nesta cidade, os recursos de TICs que estão apoiando a globalização na cidade de Cajazeiras, e aplicação de cada um deles aos principais aspectos e características deste processo. A expectativa dos pesquisadores, em torno dos questionários, foi relacionada à idéia inicial de motivar as empresas a refletirem sobre a globalização, e ao mesmo tempo identificar as características deste processo na cidade. Os questionários ainda apresentaram, indiretamente, sugestões de TICs que podem ser exploradas como ferramentas estratégicas para o processo de globalização. Por fim, os questionários puderam capturar as expectativas das empresas em torno do uso de TICs, no processo de globalização. Neste caso, essas informações podem ser potencialmente utilizadas para derivar estratégias de ação para aproximar empresas, ou empresas e clientes, tanto para realização de transações comerciais como para marketing online.

A pesquisa teve natureza descritiva buscando relacionar o uso das TICs e o processo de globalização na cidade de Cajazeiras, avaliando, de forma qualitativa, diversos aspectos ao longo do questionário, como opiniões dos sujeitos. Por outro lado, alguns dados foram tratados de forma quantitativa, por refletirem aspectos mais objetivos do trabalho.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta seção apresentará a análise dos dados coletados através da pesquisa, a partir dos questionários aplicados junto à amostra de empresas.

##### 4.1 Análise do Perfil da Amostra

A pesquisa contou com uma amostra de empresas de diversos setores, como veículos, motocicletas, alimentos, móveis e eletrodomésticos, móveis planejados, drogarias, construção civil, pneus e peças, informática, farmácias de manipulação e supermercados.

O primeiro aspecto investigado foi o tempo de mercado das empresas: 21% da amostra possuem de 0 a 10 anos; 29%, de 11 a 20 anos; metade da amostra (50%) possui mais de 20 anos de mercado. Referente ao tamanho, a pesquisa contou com 7% de microempresas, 7% de pequenas empresas, 50% de médias e 36% de grandes empresas. Metade da amostra é composta por empresas que possuem unidades instaladas apenas na Paraíba. As demais possuem matriz ou filiais em outros estados no país.

##### 4.2 Análise dos Aspectos e Características Referentes à Globalização

Avaliando a opinião das próprias empresas sobre a globalização, percebeu-se que 86% acreditam que participam do processo, enquanto 14% dizem não participar, conforme Figura 2. Entretanto, as empresas que não se consideram como integrantes da globalização afirmaram realizar transações comerciais com diversos estados, nas várias regiões do Brasil.



Figura 2 - Participação das empresas na Globalização

Todas as empresas afirmaram acreditar nas vantagens de participar da globalização e citaram algumas justificativas, como: satisfação do cliente, divulgação de produtos, agilidade no atendimento, lucro, maior rentabilidade, aquisição de conhecimento, ampliação dos negócios, aumento na qualidade dos serviços, crescimento econômico e social, disponibilidade de informações sobre produtos e preços, diversidade de produtos e amplitude de acesso. Com relação às desvantagens, 64% acreditam que não há, enquanto 36% temem o aumento da concorrência inerente ao processo. 93% das empresas afirmaram comprar produtos a outros estados brasileiros ou países (ver Figura 3). 79% informaram que realizam transações de vendas com outros estados ou países (ver Figura 4).

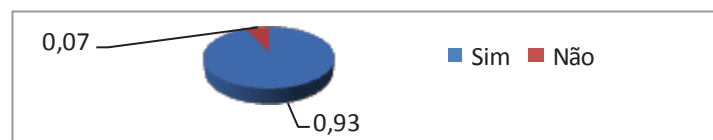


Figura 3 - Empresas que compram a outros estados ou países

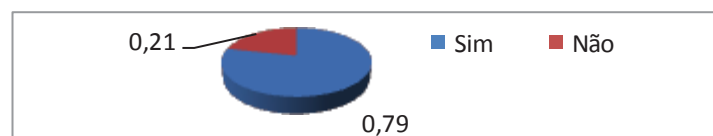


Figura 4 - Empresas que vendem a outros estados ou países

Os dados coletados e analisados até este momento demonstraram que as empresas de Cajazeiras estão atentas aos diversos benefícios provenientes àquelas que integram o mundo contemporâneo, cada vez mais globalizado. Embora esses dados não tenham demonstrado, especificamente, o volume de transações realizadas com outros países, sabemos que elas existem, e que as iniciativas de ultrapassar as barreiras do estado ou do país, já são tomadas pela grande maioria das empresas entrevistadas. Espera-se que este seja um passo importante para um futuro sem limites com relação às estratégias de negócios no cenário de economia, sociedade, cultura e política globalizadas.

#### 4.3 Análise do Uso de TICs na Globalização e Apresentação do Panorama de Globalização

Para identificar os recursos de TICs que poderiam ser utilizados no processo de globalização, a pesquisa investigou os recursos de TICs que as empresas usam nos seus processos rotineiros.

No questionário, os recursos foram divididos em grupos: Internet (rede mundial de computadores); Navegadores web (programas que possibilitam interação com a Internet, através de páginas da web); Correio eletrônico (programa que permite escrever, enviar e receber mensagens através de sistemas eletrônicos de comunicação, especialmente através da Internet); Sites de busca (programas desenvolvidos para encontrar informações armazenadas em um sistema computacional a partir de palavras-chave indicadas pelo usuário, reduzindo o tempo de busca); Sites de notícias (portais construídos com objetivo específico de informar, de publicar notícias); Redes sociais (programas que permitem a criação de estruturas sociais, através de nós que representam indivíduos ou organizações, e do relacionamento entre eles, dentro de um domínio); Ferramentas para comunicação online (aplicativos que usam texto, voz e/ou imagem, para comunicação em tempo real); Ferramentas para escritório (programas como processador de texto, planilha de cálculo, banco de dados, apresentação gráfica, entre outros); Sistemas de informação específicos (sistemas de prateleira ou desenvolvidos

especialmente para a empresa, podendo ser construídos a partir de páginas web, com finalidades específicas).

Para cada grupo, foram especificados os recursos pertencentes a ele. Por exemplo, no grupo de Navegadores web, foram identificados os navegadores mais populares entre os usuários de Internet. No questionário, o sujeito entrevistado pôde identificar e assinalar aqueles grupos ou recursos que ou usa para desenvolver suas atividades na empresa. Os dados constataram que 100% da amostra usam pelo menos um dos recursos relacionado aos grupos tratados na pesquisa, conforme apresentado na. Esses dados revelam que todas as empresas usam TICs em seus negócios (ver Figura 5).

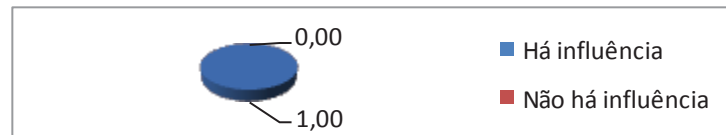


Figura 5 - Influência dos recursos de TICs nas empresas

Uma análise mais detalhada dos recursos encontrados nas empresas aponta para os seguintes números: 57% delas possuem de 1 a 10 computadores, em suas instalações; 21% possuem de 11 a 20 computadores, enquanto os outros 21% possuem mais de 20 computadores em suas instalações físicas. Sobre os demais recursos, informações mais detalhadas podem ser vistas na Figura 6.

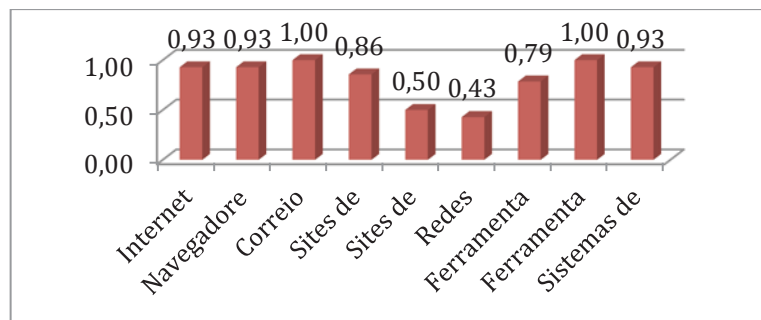


Figura 6 - Uso dos recursos de TICs nas empresas

Algumas curiosidades e particularidades sobre o uso dos recursos podem ser comentadas. Internet: as empresas que não possuem este recurso declararam a possibilidade de adquiri-lo. Navegadores web: usados pela maioria das empresas, os mais populares são o Google Chrome, o Mozilla Firefox e o Internet Explorer; apenas aquelas que não têm Internet não utilizam esse recurso. Correio eletrônico: 64% usam para contato com outras empresas; 36% usam para contato com empresas e também clientes; 43% utilizam emails corporativos, além dos gratuitos. Sites de busca: as empresas usam especialmente o Google; a maioria disse buscar informações sobre sites corporativos e nacionais; entre as empresas que não usam, algumas disseram não ter interesse, outras que não permitem o uso deste recurso para não tirar a atenção dos colaboradores. Sites de notícias: o uso varia desde acesso a informações locais, do Brasil ou do mundo. Redes sociais: as mais populares são o Twitter e o Facebook; são usadas principalmente para divulgação de informações sobre produtos e serviços. Ferramentas para comunicação online: Msn e Skype foram as mais citadas; 14% das empresas usam ferramentas próprias; geralmente são utilizadas entre matriz e filiais, para contato com clientes e fornecedores; algumas empresas não permitem seu uso para não tirar a atenção dos colaboradores. Ferramentas para escritório: 36% das empresas disseram compartilhar os arquivos gerados através dessas ferramentas com outras empresas ou clientes. Sistemas de informação específicos: 36% das empresas usam sistemas produzidos por empresas nacionais e internacionais; 64% utilizam apenas sistemas brasileiros.

O questionário investigou, ainda, a(s) finalidade(s) associada ao uso de recursos de TICs pelas empresas. Todas as empresas (100%) relacionaram o uso desses recursos ao contato com seus clientes. A maioria delas ainda usa esses recursos para elaboração de outros tipos de estratégias

empresariais, como divulgação de produtos e serviços, busca de novos clientes, ou informatização de rotinas diárias. Mais detalhes sobre esses dados podem ser visualizados na Figura 7.

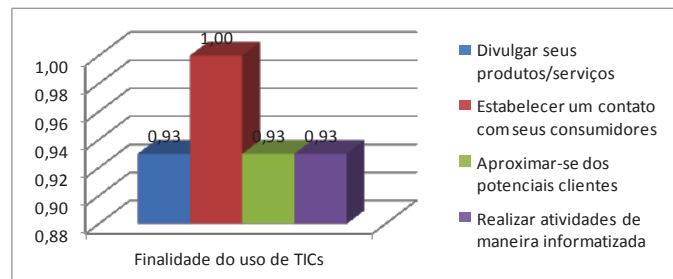


Figura 7 - Finalidade de uso de recursos de TICs pelas empresas

Com relação à realização de operações na web, os questionários apontam que apenas 36% das empresas fazem divulgação dos seus produtos e serviços neste meio, conforme apresenta a Figura 8, embora várias empresas tenham dito que gostariam de fazê-lo.

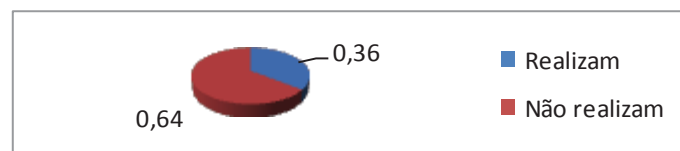


Figura 8 - Operações na web - divulgação de produtos e serviços

Já as transações de compra na web apresentam um indicador mais significativo: 71% das empresas compram através da web, conforme pode ser visto na Figura 9. Todas estas empresas declararam que realizam transações de compras com empresas de outros estados no Brasil. Destas, apenas 21% ainda compram de empresas do exterior, através da web.

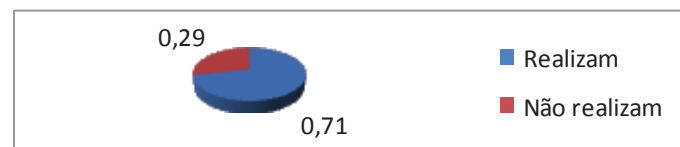


Figura 9 - Operações na web - compras

As transações de venda na web, por sua vez, são realizadas por 36% da amostra de empresas, o que pode ser visualizado melhor através da Figura 10. Todas estas empresas declararam que realizam transações de vendas com empresas de outros estados no Brasil. Destas, apenas 11% ainda vendem a empresas do exterior, através da web.

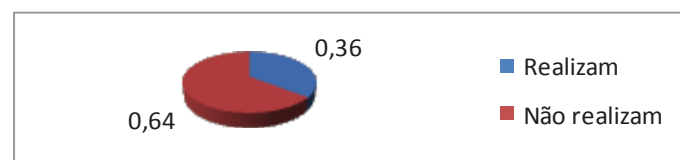


Figura 10 - Operações na web - vendas

Os dados sobre uso de TICs por parte das empresas estudadas revelam que os investimentos nessas tecnologias têm sido feitos de forma alinhada aos grandes mercados comerciais. Ou seja, as TICs utilizadas por boa parte das empresas de Cajazeiras espelham o uso de TICs alinhado às estratégias de negócio das empresas do mundo globalizado.

A expectativa por parte da equipe do projeto é a de que este estudo revele às demais empresas estudadas, e em geral, a todas as empresas desta cidade, o potencial que elas têm a desenvolver para



não só acompanhar, mas principalmente, participar, cada vez mais, das transformações inerentes ao cenário mundial, essencialmente dinâmico.

Espera-se ainda que as empresas continuem percebendo as TICs não mais como simples ferramentas para informatização de rotinas de trabalho, mas sim como aliadas essenciais para a elaboração de estratégias de negócios cada vez mais inteligentes. Como resultado dessa percepção, o investimento em ações de globalização casadas com TICs será planejado e consciente, evitando subutilização de seus recursos, e um potencial aumento no retorno sobre esses investimentos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da globalização, vive-se em uma era de corporações “virtuais”, ciclos de vida rápidos de produtos e alianças entre negócios em constante mudança. Esse cenário de transformação contínua requer que as empresas e instituições como um todo se redefinam permanentemente, construindo novas formas de relacionamentos e negócios com seus fornecedores, parceiros e clientes. Um requisito imprescindível para o sucesso, nessa realidade, é que o processo de mudança transcorra com agilidade.

Agilidade, em um nível organizacional, está relacionada à rapidez com que uma organização pode adaptar-se, em resposta às mudanças ocorridas no ambiente em que se encontra inserida. O contexto organizacional exige que as empresas sejam não apenas eficientes, com relação aos parâmetros de produtividade, quando comparadas às demais, mas também eficazes, buscando o alcance de objetivos estratégicos, e redefinindo-os continuamente, em nome de um melhor posicionamento de mercado.

Esse projeto partiu do princípio de que a globalização é um processo irreversível e que as empresas devem integrar esse novo cenário, como forma de garantir sua sobrevivência. Assim sendo, o projeto considerou a premissa de que ao invés de temer esse contexto, as empresas devem conhecê-lo e estabelecer estratégias para integrá-lo de forma competitiva, através da escolha e uso de recursos adequados. Como forma de contribuir para o sucesso das iniciativas de globalização em uma cidade onde as TICs ainda são emergentes, em diversos aspectos, o projeto identificou as características que têm definido a globalização na cidade de Cajazeiras, incluindo os recursos de TICs que têm sido usados no processo, e a forma como eles têm se alinhado aos negócios. Os resultados do projeto demonstraram que Cajazeiras participa ativamente do cenário de globalização. Além disso, o projeto comprovou que as empresas da cidade estão usando as TICs incorporadas às estratégias organizacionais. Especificamente no que diz respeito às ações inerentes à globalização, várias empresas usam as TICs alinhadas aos negócios de forma semelhante aos grandes mercados comerciais.

O projeto acreditou no fato de que apresentar a realidade da globalização, a partir de um cenário específico, como uma cidade, significa mostrar como é possível fazer parte dele. Mostrar que várias empresas da cidade estão participando da globalização deve motivar tanto as demais empresas a integrar o cenário, e assim abrir as portas do mundo para que o processo se desenvolva ainda mais, nesta cidade, como mostrar aos demais mercados que Cajazeiras participa ativamente deste cenário.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BOYD D.; ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, pp. 210-230.

FERNANDES NETO, Álvaro Francisco. A Importância da Globalização para as Empresas Brasileiras. São Paulo: THESIS, 2006. Disponível em: <<http://www.cantareira.br/thesis2/n5a3/alvaro.pdf>> Acesso em: 09 nov. 2010.

FREITAS, Eduardo. Globalização. Brasil Escola, 2010. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/geografia/globalizacao.htm>>. Acesso em: 09 nov. 2010.

GOMES, Cristina. Globalização. Info Escola, abr. 2007. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/geografia/globalizacao>>. Acesso em: 09 de novembro de 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cajazeiras –PB – Síntese das Informações. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidades>>. Acesso em: 11 mar. 2011.

LEMOS, Alexandre Paiane et al. A importância das Redes Sociais na contextualização da globalização. Blog da Profa. Cristina Jung, abr. 2011. Disponível em: <<http://cristijung.blogspot.com/2011/03/importancia-das-redes-sociais-na.html>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane. Sistemas de Informação Gerenciais. Tradução da 5. ed. São Paulo: Makron Books Editora, 2007.

LICCARDI, I. et al. The role of social networks in students ' learning experiences. ACM SIGCSE Bulletin, 2007, vol. 39, pp. 224-237.

MEDEIROS, Haroldo de Sá. Ferramentas do Marketing de Relacionamento. Webartigos.com, mar. 2010. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/articles/33636/1/FERRAMENTAS-DO-MARKETING-DE-RELACIONAMENTO/pagina1.html>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

RODRIGUES, Nadja da N. Virtualização bancária: a experiência em João Pessoa – PB. João Pessoa: UFPB, 2002. 157 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2002.

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO. Cajazeiras. Disponível em: <<http://www.sescpb.com.br/cajazeiras.html>>. Acesso em: 11 mar. 2011.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. Princípios de Sistemas de Informação. Tradução da 6. ed. São Paulo: Thompson, 2008.

TERRA, Lygia; ARAÚJO, Regina; BORGES, Raul. Conexões Estudos de Geografia Geral e do Brasil: Estudos da globalização. São Paulo: Moderna, 2010a.

TERRA, Lygia; ARAÚJO, Regina; BORGES, Raul. Conexões Estudos de Geografia Geral e do Brasil: Formação Territorial e Impactos ambientais. São Paulo: Moderna, 2010b.

## PERCEPO DO QUE  QUALIDADE PARA OS ALUNOS DE ADMINISTRAO DO IFPB

E. M. Toscano<sup>1</sup>; R. L. Bezerra<sup>2</sup>; L. S. Lima<sup>3</sup> e M. R. H. M. Peres<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Discentes do curso de Administrao do Instituto Federal da Paraíba  
emanuella09@gmail.com - prettywitch1912@hotmail.com  
lidianelima\_nina@hotmail.com - mariarita@anamarturismo.com.br

### RESUMO

As grandes e profundas mudanças ocorridas nos cenários econômico, político e social trouxeram novas tendências administrativas tornando a administrao um compêndio de conhecimentos tácitos e explícitos significativos  vida das pessoas, principalmente daquelas partícipes das organizaes. Vale salientar que, paralelamente a essas transformaes, surge o conceito de qualidade e conseqüentemente a busca incansável das organizaes para oferecer produtos e serviços com esta característica, não como fator de vantagem competitiva, mas como uma condio para a sobrevivência no ambiente em que a empresa está inserida. Este estudo tem como objetivo verificar o grau de percepo sobre a qualidade nos alunos de nível superior do curso de Bacharelado em Administrao do Instituto Federal de Educao, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB. A metodologia aplicada no estudo fez uso de pesquisa de campo e bibliográfica. Foi utilizada uma amostra aleatória de 53 indivíduos no período de maio a junho de 2011. O tratamento dos dados se deu de maneira quali-quantitativa, com auxílio da estatística descritiva através do programa Excel2007. Este estudo se destaca pela importância em se discutir e se perceber a qualidade, tomando como base alunos do Curso de Administrao, pois estes possuem um contato contínuo com aspectos relevantes de qualidade em sua aprendizagem acadêmica e sugere que a disciplina de gestão da qualidade seja trabalhada nos período introdutórios do curso para que possa diminuir a lacuna existente entre os conhecimentos teórico e prático sobre qualidade percebida pelos resultados da pesquisa.

**Palavras-chave:** percepo, qualidade, alunos de administrao

## 1. INTRODUÇÃO

As grandes e profundas mudanças ocorridas nos cenários econômico, político e social trouxeram novas tendências administrativas tornando a administração um compêndio de conhecimentos tácitos e explícitos significativos à vida das pessoas, principalmente daquelas partícipes das organizações.

Vale salientar que, paralelamente a essas transformações, surge o conceito de qualidade e conseqüentemente a busca incansável das organizações para oferecer produtos e serviços com esta característica, não como fator de vantagem competitiva, mas como uma condição para a sobrevivência no ambiente em que a empresa está inserida.

Quanto mais nos aproximamos da qualidade total, mais nos convencemos da importância do caminho percorrido e da necessidade do sentimento de identificação desenvolvido como elemento imprescindível à gestão da qualidade, já que esse sentimento é responsável por buscar, propor e capacitar para as transformações organizacionais. À medida que essas transformações vão ocorrendo, impulsionam-se a gestão do conhecimento, do capital intelectual e do crescimento da empresa, idealizando e construindo uma estrutura organizacional e social mais justa, responsável e digna, garantindo a sobrevivência das organizações, os empregos para as pessoas e o desenvolvimento sustentado para a sociedade.

A esse respeito Oliveira (2004) ressalta em seus estudos como principal característica desta era, a responsabilização das empresas pela garantia da qualidade dos produtos e/ou serviços. Para tanto, é necessário que se pense sobre os processos relacionados à gestão da qualidade de forma sistêmica, de tal modo que os processos inter-relacionados e interdependentes sejam considerados por todos os níveis da empresa, ou seja, que todos os funcionários e todos os setores estejam envolvidos.

Segundo Paladini (2010, p. 27) foi da gestão de processos que se obtiveram os primeiros e mais vistosos resultados que consolidaram a era da qualidade nas empresas. A avaliação com base no processo consiste no meio mais simples, com mecanismos eficientes, que possibilite avaliar quantitativamente o impacto das mudanças no processo.

Este estudo tem como objetivo verificar o grau de percepção sobre a qualidade nos alunos de nível superior do curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Definições de Qualidade

Existem variados conceitos e definições de qualidade na literatura. De acordo com Garvin (2002, p.48 *apud* MARSHALL, 2008) “existem cinco abordagens principais para a definição de qualidade: transcendental, baseada no produto, baseada no usuário, baseada na produção e baseada no valor”.

#### Transcendental

“uma condição de excelência que implica ótima qualidade, distinta de má qualidade... Qualidade é atingir ou buscar o padrão mais alto em vez de se contentar com o malfeito ou fraudulento” (TUCHMAN, 1980, p.38 *apud* MARSHALL, 2008).

#### Baseada no produto

“Qualidade refere-se às quantidades de atributos sem preço presentes em cada unidade do atributo com preço” (LEFFLER, 1982, p.956 *apud* MARSHALL, 2008).

#### Baseada no usuário

“Qualidade é adequação ao uso” (JURAN, 1974, p.2 *apud* MARSHALL, 2008).

Baseada na produção

“Qualidade [quer dizer] conformidade com as exigências” (CROSBY, 1979, p.15 *apud* MARSHALL, 2008).

Baseada no valor

“Qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente. Essas condições são: a) o verdadeiro uso; e b) o preço de venda do produto” (FEIGENBAUM, 1961, p.1 *apud* MARSHALL, 2008).

O caminho mais seguro para se definir qualidade em uma empresa é através de sua política de qualidade, que pode incluir mais de uma das abordagens indicadas (MARSHALL, 2008).

## 2.2 A Importância da Qualidade

De acordo com Marshall (2008), cabe destacar a importância da disciplina gestão da qualidade, tendo em vista o papel decisivo por ela assumido em face do processo de globalização, da abertura dos mercados e da conseqüente competição entre organizações, na busca da competitividade.

Apesar da acirrada competição entre empresas, há aquelas que ainda questionam se é compensador implantar a qualidade total.

“Fazer com que uma organização realmente se preocupe com o cliente é um desafio muito grande (...) Não é barato ou fácil e nem se consegue sem muito esforço. Não é uma solução fácil e simples” (ALBRECHT, 1992, p.3 *apud* LAS CASAS, 2008).

“Uma pesquisa revelou que o crescimento médio anual das empresas voltadas ao cliente que aplicam qualidade total é na ordem de 10%, enquanto outras empresas sem esta preocupação não apresentaram crescimento. As empresas que têm orientação ao cliente tiveram 12% de crescimento nos lucros contra 1% dos clientes que não tem. Portanto, há evidências de que o esforço é compensatório” (WHITELEY,1992, P.20 *apud* LAS CASAS, 2008).

## 2.3 Princípios da Qualidade

Para conduzir e operar com sucesso em uma organização, é necessário dirigi-la e controlá-la de maneira transparente e sistemática. O sucesso pode resultar da implementação e manutenção de um sistema de gestão concebido para melhorar continuamente o desempenho, levando em consideração, ao mesmo tempo, as necessidades de todas as partes interessadas. A gestão de uma organização inclui, entre outras disciplinas de gestão, a gestão da qualidade.

Oito princípios de gestão foram identificados, os quais podem ser usados pela Alta Direção para conduzir a organização à melhoria do seu desempenho e formam a base para as normas de sistema de gestão da qualidade na família ABNT NBR ISO 9000.

a) Foco no cliente

Organizações dependem de seus clientes e, portanto, convém que entendam as necessidades atuais e futuras do cliente, os seus requisitos e procurem exceder as suas expectativas.

b) Liderança

Líderes estabelecem unidade de propósito e o rumo da organização. Convém que eles criem e mantenham um ambiente interno, no qual as pessoas possam estar totalmente envolvidas no propósito de atingir os objetivos da organização;

c) Envolvimento de pessoas

Pessoas de todos os níveis são a essência de uma organização e seu total envolvimento possibilita que as suas habilidades sejam usadas para o benefício da organização;

d) Abordagem de processo

Um resultado desejado é alcançado mais eficientemente quando as atividades e os recursos relacionados são gerenciados como um processo;

e) Abordagem sistêmica para a gestão

Identificar, entender e gerenciar processos inter-relacionados como um sistema, contribui para a eficácia e eficiência da organização, no sentido do atendimento de seus objetivos;

f) Melhoria contínua

Convém que a melhoria contínua do desempenho global da organização seja o seu objetivo permanente;

g) Abordagem factual para a tomada de decisão

Decisões eficazes são baseadas na análise de dados e informações;

h) Benefícios mútuos nas relações com os fornecedores

Uma organização e seus fornecedores são interdependentes e uma relação de benefícios mútuos aumenta a habilidade de ambos em agregar valor aos seus produtos ou serviços.

## 2.4 Pilares da Gestão da Qualidade

Segundo Vieira (2007) os sete pilares da gestão da qualidade e seus conceitos são:

1. Orientação: posicionamento estratégico formal da empresa, contendo o balizamento de sua visão de negócios, diretrizes permanentes e macro-objetivos.
2. Informação: sistema de captação de dados e processamento de informações, em todas as áreas, para alimentar o processo decisório e gerencial ao longo dos pilares que se seguem.
3. Planejamento: desdobramento da decisão e orientação estratégica em termos de objetivos operacionais, contendo a descrição dos caminhos, meios e prazos para seu atendimento, assim como orçamentos e instrumentos e processos de controle pertinentes.
4. Organização: mobilização de recursos (naturais, humanos e físico-financeiro) para que o planejamento possa ser executado com máxima eficácia e eficiência
5. Comunicações: troca de informações e coordenação interpessoal e interdepartamental para assegurar a fluência dos processos que envolvem a participação de diferentes departamentos e pessoas
6. Motivação: provimento de ações adequadas à movimentação dos processos de conscientização, envolvimento e comprometimento requeridos em todos os níveis
7. Liderança: acionamento, monitoramento e controle de todos os processos desencadeados e promoção da capacitação contínua e progressiva de todas as pessoas envolvidas.

## 2.5 O Que Não É Qualidade

Apesar de ser a qualidade um conceito bastante difundido entre as pessoas, muitas vezes o seu entendimento pode acabar ocorrendo de forma distorcida, diante disso, tem-se que para Paladini (2010, p.20) “o problema não está no equívoco cometidos ao definir qualidade, mas nos reflexos críticos desses equívocos no processo de gestão”. O mesmo autor ainda afirma que “definir qualidade de forma errônea leva a gestão da qualidade a adotar ações cujas conseqüências podem ser extremamente sérias para a empresa”. Algumas dessas definições errôneas, segundo o mesmo autor, seriam: “qualidade é algo abstrato, sem vida própria, indefinido”, “qualidade é algo inatingível, um estado ideal, sem contato com a realidade”, “qualidade é sinônimo de perfeição”, “a qualidade nunca muda”, “qualidade é um aspecto subjetivo das pessoas”, “qualidade é um requisito mínimo de funcionamento”.

Para Messias (2010) a não qualidade “é tudo aquilo que aconteceu e que não estava planejado, gerando custos adicionais à empresa e ao produto ou serviço executado”. O mesmo autor cita como não

qualidade: o retrabalho, os refugos, os retardos, as reclamações, o recall, e a remuneração adicional. Reafirma ainda que a não qualidade é um custo oculto para a empresa.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia empregada para atingir os objetivos do presente trabalho foi composta de duas etapas: a pesquisa bibliográfica, como afirma Prestes (2008, p. 26), “a pesquisa bibliográfica é aquela que se efetiva tentando-se resolver um problema ou adquirir conhecimentos a partir do emprego predominante de informações provenientes de material gráfico, sonoro ou informatizado” e a pesquisa de campo, utilizando questionários semi-estruturados contendo quatro questões, sendo duas objetivas e duas subjetivas. Os questionários foram aplicados a uma amostra de cinquenta e três alunos do curso de Administração do IFPB, escolhidos aleatoriamente. Os dados foram analisados de maneira qualitativa e quantitativa através da utilização do programa Excel 2007.

### 4. RESULTADOS E DICURSSÕES

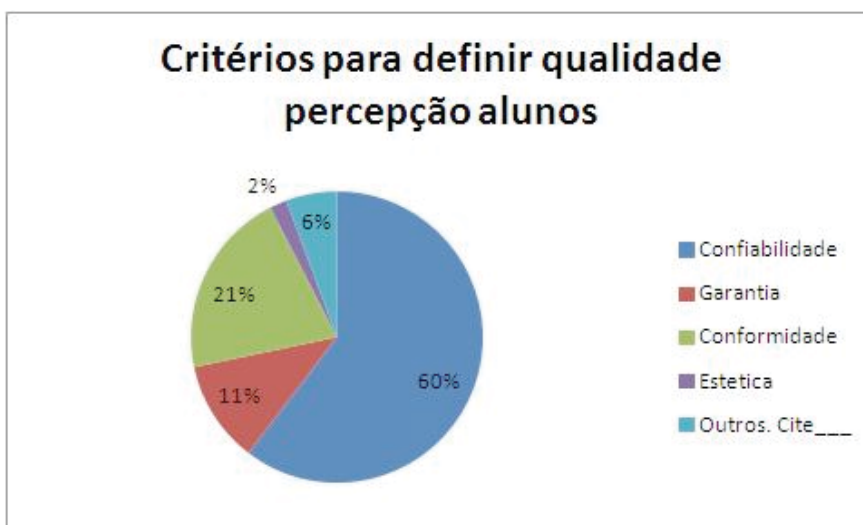
Foram entrevistados 53 alunos do total de 220 alunos regularmente matriculados no curso de administração no semestre 2011.1, destes, 53% eram do sexo masculino e 47% eram do sexo feminino. Foram entrevistados alunos de todos os períodos, sendo a representatividade mais expressiva dos alunos do 5º ao 8º período representando por 64% dos entrevistados.

A idade dos entrevistados está compreendida na faixa de 18 a 40 anos, sendo que 94% representam a faixa de 18 a 30 anos de idade.

Foi solicitado a cada entrevistado: 1) O que ele entendia por qualidade; 2) O critério, na opinião pessoal, que melhor define qualidade para um produto e, ou serviço; 3) Um exemplo de produto ou de serviço que ele entendia como de qualidade; e 4) E por fim, o que não era qualidade na opinião dele.

Para a primeira pergunta, foi percebido que existiram várias formas de definir o que é qualidade, sendo as mais relevantes, as seguintes: “*satisfação das necessidades do cliente*”, “*superação das expectativas do cliente*”, “*adequação ao uso*”, “*conformidade com as especificações*”, “*conjunto de características que agregam valor ao produto e, ou serviço*”. Com isso, é possível notar que os entrevistados possuem um nível bom de entendimento e definição a respeito do que seja qualidade para eles, conforme a semelhança de definições dadas por autores renomados que trabalham qualidade em suas obras.

Quando questionados a respeito dos critérios que definem a percepção deles em relação à qualidade presente em produtos e, ou serviços; foi observado que 60% atribuem à confiabilidade, 21% à conformidade, 11% à garantia oferecida, 6% a outros fatores como “*eficiência*”, “*utilidade*”, “*durabilidade*”, e 2% à estética. Como pode ser notado pelo gráfico abaixo:



**Gráfico 1: Percepção dos alunos segundo os critérios de qualidade observados em produtos e, ou serviços.**

Quando questionados sobre um produto e, ou serviço que eles adquiriram e que possuía qualidade, houve por parte dos entrevistados uma dificuldade para citar o aspecto questionado, muitas vezes pedindo auxílio ao pesquisador.

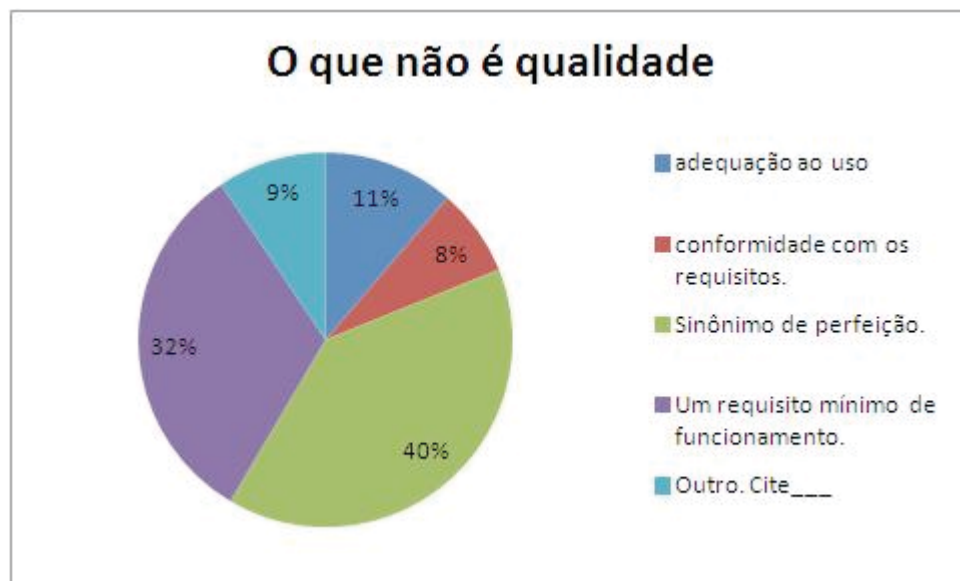
Neste momento, foi verificado que apesar de saberem definir corretamente qualidade, de saberem identificar algumas das características de produtos ou serviços com qualidade, existe uma lacuna de percepção entre o teórico e o prático em relação à qualidade.

Foi observado também que eles buscavam produtos e, ou serviços ao seu redor, recorrendo ao campo visual e não ao reflexivo para identificar a qualidade em seu consumo cotidiano, demonstrando certa dificuldade para definição concreta em relação à qualidade presente em um produto e, ou serviço adquirido por eles.

Dentre os produtos mais lembrados estão computadores, celulares, e relógios, justificados pela satisfação das necessidades pessoais e, entre os serviços, destacaram-se os de rádio-táxi, os de telefonia fixa e de internet banda larga. Demonstrando ainda que, na prática, o contato com a qualidade, para os entrevistados, ainda é insipiente. Há o consumo, mas não há uma reflexão se o bem ou serviço adquirido de fato possui qualidade ou se apenas atende à necessidade momentaneamente.

Sobre o que não é qualidade, as respostas obtidas foram: 40%, qualidade não é perfeição; 32%, qualidade não é um requisito mínimo de funcionamento; 11%, qualidade não é adequação ao uso; 8%, qualidade não é conformidade com os requisitos; e 9%, outros aspectos como “ausência de falhas”, “ausência de garantia”, por exemplo. Tais respostas, podem ser melhor visualizadas por meio do gráfico abaixo:





**Gráfico 2: O que não é qualidade na percepção dos alunos.**

Dessa maneira, pode-se verificar que apesar de 19% dos entrevistados ainda responderem de forma equivocada a percepção que tem do que não é qualidade, a grande maioria (81%) soube identificar adequadamente a não qualidade.

Foi observado que o equívoco de percepção é cometido pelos alunos entrevistados pertencentes aos períodos anteriores à disciplina de Gestão da Qualidade, o que demonstra que ainda estão no processo de aperfeiçoamento e aprendizagem sobre qualidade. Para os demais alunos, foram satisfatórias as definições, compreensões e nível de criticidade observadas.

## 5. CONCLUSÃO

Este estudo se destaca pela importância em se discutir e se perceber a qualidade, tomando como base alunos do Curso de Administração, pois estes possuem um contato contínuo com aspectos relevantes de qualidade em sua aprendizagem acadêmica.

Demonstra, ainda, que, apesar de pouco ser discutido mais profundamente o assunto qualidade, existe um bom nível de entendimento e criticidade, por parte dos alunos, a respeito do mesmo.

O estudo sugere, também, que para ser trabalhada, adequadamente, a disciplina Gestão da Qualidade com o alunado é necessário abordar as questões teóricas aliadas às práticas a fim de reforçar a percepção e entendimento sobre qualidade nos produtos e serviços, com o objetivo de se diminuir a lacuna, existente e constatada, entre os conhecimentos teórico e prático sobre qualidade.

## REFERÊNCIAS

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARSHALL Junior, Isnard. **Gestão da qualidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. 204 p.

MESSIAS, Reinaldo Miguel (2010). Disponível em:<<http://www.artigos.com/artigos/sociais/administracao/planejamento-estrategico/a-empresa-e-a-questao-da-nao-qualidade-11076/artigo/>> Acesso em 04 junho 2011.

OLIVEIRA, O. J. *Introdução à história e fundamentos*. In: OLIVEIRA, O. J. (org.). **Gestão da qualidade:tópicos avançados**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 339 p.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos, da escola à academia**. 3.ed., 1. Reimp. – São Paulo: Editora Rêspel, 2008.

VIEIRA FILHO, Geraldo. **Gestão da Qualidade Total: uma abordagem prática**, 2. ed., Campinas, SP: Editora Alínea,2007.

## PROCEDIMENTO JUST IN TIME DE ENCHIMENTO DE GARRAÇÕES COM ÁGUA MINERAL EM UMA EMPRESA DE PEQUENO PORTE

C. B. H. A. Vieira<sup>1</sup>, I. O. L. Verde<sup>2</sup>, J. N. Ferreira<sup>3</sup>, L. F. O. Silva<sup>4</sup> e O. Carneiro<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

camilleaspvieira@gmail.com - ilzair@hotmail.com - hello-jessy@hotmail.com - louis.feroli@gmail.com - odiloncan@yahoo.com.br

### RESUMO

A contemporaneidade tem exigido cada vez mais das organizações processos que visem à melhoria contínua. O presente artigo analisou através do método de estudo de caso uma empresa de água mineral situada no município de Santa Rita – PB que adotou o Just in time (JIT) como uma forma de otimizar o seu processo produtivo e também como forma de conquistar novos mercados consumidores. Comparou o processo adotado pela empresa a luz das seguintes abordagens teóricas: Planejamento e Controle da Produção (PCP), Planejamento das Necessidades de Produção (MRP) e o Sistema Just in Time. Ao abordar o JIT foi enfatizada a importância de eliminar os desperdícios, adotando sete processos que corroboram com o sucesso das organizações que adotam o método, além de tentar despertar aos gestores que mesmo no JIT se faz necessário a adoção de um estoque mínimo de segurança para possíveis imprevistos, evitando assim a descontinuidade do processo produtivo. E por fim tenta demonstrar como pode se tornar possível a adoção do Just in time.

**Palavras-chave:** Processo produtivo. Just in time. Melhoria contínua.

## 1. INTRODUÇÃO

O mundo contemporâneo requer uma contínua, intensa e incessante produção de bens e serviços para que as pessoas possam se alimentar, vestir, repousar, educar-se, movimentar-se, viver, enfim. Torna-se necessário produzir e abastecer continuamente um mercado que não pára de exigir, e cujas necessidades se tornam cada vez mais complexas e sofisticadas. Para tanto, pessoas, cidades, estados, países e continentes estão continuamente intercambiando produtos e serviços nos quais cada parte vende o excedente daquilo que sabe produzir e compra, segundo suas necessidades, aquilo que tem pouco ou que não sabe produzir. Esse intenso mecanismo de trocas depende necessariamente de organizações capazes de criar, projetar, produzir e colocar no mercado uma infinidade de produtos e serviços que possam atender toda a essa demanda. (CHIAVENATO, 2005).

Para isso o presente artigo se propõe estudar o processo Just in Time de enchimento de garrações com água mineral em uma empresa de pequeno porte. Os aportes teóricos se fundamentam nos seguintes pontos: PCP (Planejamento e Controle da Produção), MRP (Planejamento das Requisições de Materiais), Lote Econômico da Produção, Just in Time, como eliminar desperdícios e os sete elementos, Estoques e, por fim como tornar possível o processo Just in Time.

Diante do exposto, esta pesquisa apresenta a seguinte problemática: em que medidas o processo produtivo da empresa pode ser caracterizado como o processo Just in time? Como objetivo geral busca analisar as atividades do processo produtivo de uma empresa distribuidora de água mineral com vistas à identificação de uma produção Just in time, mediante aos seguintes objetivos específicos:

- ✓ Descrever o processo produtivo da empresa;
- ✓ Comparar o processo produtivo da empresa a luz do referencial teórico;
- ✓ Propor melhorias ao processo produtivo da empresa.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

Antes de dar início ao estudo de caso, convém realizar a revisão teórica sobre alguns conceitos da Administração da Produção e do *Just in time*.

### 2.1 Planejamento e controle da produção (PCP)

Sabe-se que a produção é um processo através do qual bens ou serviços são gerados, através da transformação de recursos, e que esses sistemas são constituídos de entradas, transformação e saídas. Dessa forma, pode-se afirmar que dificilmente encontraremos dois Sistemas de Planejamento e Controle da Produção iguais, devido aos diversos fatores que influenciam na sua concepção, como o tipo de sistema de produção, o tamanho da fábrica e as diferentes gerências administrativas (FUSCO; SACOMANO, 2007).

O Planejamento e Controle da Produção é estruturado através da descrição de inter-relações de funções, relacionando-as ao nível estratégico, ou seja, ao nível de decisões. Para avaliar o nível de seus progressos, os administradores devem considerar a evolução existente nos sistemas de planejamento e controle de produção:

- ✓ 1º passo - sistemas informais: não são mais predominantes em empresas de grande porte, pois são típicos de empresas com escassos recursos de informática, nas quais o tempo de produção é elevado e o controle das exigências é menos rigoroso.
- ✓ 2º passo - sistemas básicos de planejamento das necessidades materiais: informa as necessidades de cada componente a partir das notas de encomendas, que devem ser precisas, e de planos de montagem e produção, que devem ser executados também com precisão.
- ✓ 3º passo - sistemas de planejamento das necessidades materiais aperfeiçoados: utilização de programas de computador disponíveis no mercado para o planejamento e controle da produção básico, e uso de sistemas especialistas para as situações mais específicas.
- ✓ 4º passo - planejamento de recursos de produção: levam em consideração todos os recursos da manufatura, detalhando o planejamento da capacidade e utilizando os planos de montagem e os registros detalhados dos sistemas de planejamento das necessidades materiais.

- ✓ 5º passo - aperfeiçoamento contínuo: com o avanço da produção de pequenos lotes por encomenda, a atribuição de responsabilidades para equipes de operários, e a manutenção de baixos níveis de estoque no processo, os sistemas de planejamento e controle de produção adquiriram uma dimensão de ênfase no aperfeiçoamento na cultura da empresa.
- ✓ 6º passo - integração da cadeia de fornecedores: visando reduzir os custos, qualificar o fornecedor e reduzir atividades que não agregam valor ao produto, vem havendo uma maior integração entre fornecedores e unidade produtiva.

## 2.2 Planejamento das necessidades de produção (MRP)

O Planejamento das necessidades de materiais (MRP) executa seus cálculos baseado na combinação de pedidos firmes contratados e pedidos futuros estimados. Os sistemas de planejamento das necessidades de materiais normalmente exigem certos registros de dados que o programa MRP checa e atualiza. As informações necessárias para processar o MRP são: lista de materiais, ordens de compras, plano de materiais, ordens de trabalho, registro de estoque, previsão de vendas, programa-mestre de produção e carteira de pedidos. (SLACK, 2009)

Segundo Slack (2009), para o processo de cálculo das necessidades de materiais do MRP, é de particular interesse os registros do que, exatamente, cada cliente pediu, em que quantidade e em que momento. Todavia, tais pedidos podem mudar depois de terem sido registrados e, dado que o serviço ao consumidor e flexibilidade são fatores competitivos cada vez mais importantes, o MRP torna-se uma forte ferramenta de competição e precisa ser capaz de reagir a isso.

O processo MRP necessita de um ciclo de realimentação para checar se o plano é atingível e se tem sido realmente atingido. O encerramento do ciclo de planejamento em sistemas de MRP envolve a confrontação dos planos de produção com a capacidade disponível e no caso em que os planos propostos não sejam viáveis em algum nível eles futuramente são revisados. (SLACK, 2009)

Segundo o mesmo autor, as filosofias de operação do MRP e do JIT aparentam ser fundamentalmente opostas. O JIT incentiva um sistema de planejamento e controle “puxado”, enquanto o MRP é um sistema “empurrado”. O JIT tem objetivos que vão muito além da atividade do planejamento e controle da produção, enquanto o MRP é essencialmente um “mecanismo de cálculo” para esse planejamento e controle. Todavia, as duas abordagens podem reforçar uma a outra no mesmo sistema produtivo, desde que suas respectivas vantagens sejam preservadas.

A programação JIT objetiva conectar a nova rede de processos de suprimentos internos e externos por meio de esteiras invisíveis, de modo que os componentes movimentem-se em resposta a sinais sincronizados e coordenados derivados da demanda do consumidor final. O MRP procura atender à demanda projetada do consumidor indicando que peças e componentes só sejam produzidos quando necessários para atender a demanda. (SLACK, p. 473, 2009)

## 2.4 Sistema just in time

A necessidade de produzir rapidamente e disponibilizar produtos no mercado tornou-se uma obsessão com duas vertentes: obter-se inovações, obrigando-se a constantes melhorias de produtos ou serviços e o combate à elevação dos custos (GONÇALVES, 2010).

Com isso, surgiu a ideia de uma otimização de estoques com origem no Japão na década de 70, a qual foi chamada de *Just in time* e a partir dos anos 80 ele foi sendo assimilado pela indústria ocidental. Em japonês, as palavras para *Just in time* significam “no momento certo”, “oportuno”. *In time*, em inglês, significa “a tempo”, ou seja, “não exatamente no momento estabelecido, mas um pouco antes, com certa folga”. No entanto, o termo, conforme Shingo (1996 *apud* Rossetti et al., 2008), sugere muito mais que se concentrar apenas no tempo de entrega, pois isso poderia estimular a superprodução antecipada e daí resultar em esperas desnecessárias. Cada processo deve ser abastecido com os itens necessários, na quantidade necessária, no momento necessário – *just-on-time*, ou seja, traduzindo, no tempo certo.

## 2.5 Como eliminar o desperdício

A partir dos objetivos do *Just in time* há a criação da expressão “eliminação de desperdício”. Segundo expõe Dias (2010, p.133), esses objetivos são:

- Minimização dos prazos de fabricação dos produtos finais;
- Redução contínua dos níveis de inventário através dos problemas da manufatura;
- Redução dos tempos de preparação de máquina, a fim de flexibilizar a produção;
- Redução ao mínimo do tamanho dos lotes fabricados, buscando sempre o lote igual à unidade;
- Liberação para a produção através do conceito de “puxar” estoques, ao invés de “empurrar”, em antecipação à demanda;
- Flexibilidade da manufatura pela redução dos tamanhos dos lotes, tempos de preparação e tempo de processo.

Toda atividade que consome recursos e não agrega valor ao produto é considerado um desperdício. Dessa forma, estoques que custam dinheiro e ocupam espaço, transporte interno, paradas intermediárias, refugos e retrabalhos são formas de desperdício e conseqüentemente devem ser eliminadas ou reduzidas ao máximo. *Just in Time* significa que, em um processo de fluxo, as partes corretas necessárias à montagem alcançam a linha de montagem no momento em que são necessários e somente na quantidade necessária, afirma Ohno (1997 *apud* Rossetti et al., 2008). Uma empresa que estabeleça esse fluxo integralmente pode chegar ao estoque zero. Do ponto de vista da produção, esse é um estado ideal.

## 2.6 Os sete elementos do JIT

Um sistema JIT deve apoiar-se em sete elementos básicos, sem os quais serão muito pequenas as chances de sucesso (POSSETTI, 2006):

- Programa mestre (*master plan*): permite que os trabalhos a serem executados sejam planejados;
- Kanban: Sistema simples que retira as peças em processamento de uma estação de trabalho e as “puxa” para a próxima;
- Tempos de preparação (*setup time*): com tempos de preparação mais curtos e um menor número de peças em processo, o sistema torna-se muito mais flexível às mudanças na demanda do produto final;
- Colaborador multifuncional: requer uma maior amplitude das habilidades dos colaboradores, pois não há lugar para um preparador de máquinas;
- Layout*: o estoque é mantido no chão da fábrica entre as estações de trabalho e não em almoxarifados. É mantido em recito aberto, de modo a facilitar seu uso nas estações seguintes;
- Qualidade: os defeitos constituem desperdício e podem levar o processo a uma parada, o sistema é projetado para expor os erros e não os encobrir com os estoques;
- Fornecedores: são nossos parceiros e não adversários.

## 2.7 Estoques no JIT

Estoques é a composição dos materiais que não são utilizados em determinado momento, mas que existem em função das futuras necessidades (CHIAVENATO, 2005). No processo produtivo, muitas empresas optam por estoques com uma forma de suprir de imediato a necessidade dos seus clientes, evitando demoras ou atrasos no ato do fornecimento e também por proporcionar uma maior flexibilidade no processo produtivo. Vale salientar que estoques em grandes escalas significa capital parado, uma má utilização do espaço e pode até ocasionar a obsolescência do produto.

Muitas empresas no processo Just in time trabalham sem estoque, mas segundo Oliveira (2006), os estoques têm sido utilizados para evitar discontinuidades no processo produtivo. Essas discontinuidades podem ser classificadas em três grandes grupos de problemas:

- Problemas de qualidade: quando se utiliza do estoque para suprir deficiência de qualidade nos processos produtivos, tais como refugo, produtos que devam ser retrabalhados etc.;
- Problemas de quebra de máquina: quando se utiliza o estoque intermediário, com a finalidade de manter o fluxo produtivo (por período limitado) em função da parada não programada de alguma máquina na linha de produção;
- Problemas de preparação de máquina (*setup*): quando uma máquina processa operações em mais de um componente ou item, é necessário prepará-la a cada mudança de componentes a ser processado, o que força a sua paralisação por um determinado tempo. O estoque tem, nesse caso, a função de minimizar os prejuízos dessas paralisações.

Ainda falando de estoques no Just in time, Viana (2009), relata que existem alguns elementos que são fundamentais neste processo, a saber: ter somente o estoque necessário e melhorar a qualidade tendendo a zero de defeito. De forma ampla, aplica-se a todas as formas de manufaturas, seções de trabalho e processos, bem como atividades repetitivas.

## 2.8 Como tornar possível o JIT

Slack (2009) cita algumas técnicas que possibilitam a aplicação adequada do JIT, a saber:

- Adoção de práticas básicas de trabalho: aplicação de processos produtivos enxutos, sendo necessário o envolvimento de todos os funcionários.
- Projeção do produto que facilite o processamento;
- Foco na operação;
- Uso de máquinas simples e pequenas;
- Arranjo físico de fluxo suave: para reduzir tempo de transporte e gastos com estoques intermediários. Incluem situar os postos de trabalho uns próximos dos outros, situar de forma que os postos que fabricam o mesmo componente estejam visíveis uns aos outros, usar linhas em formato de U, para facilitar a locomoção dos colaboradores entre os postos de trabalho e equilibrar a capacidade produtiva, além da adoção do arranjo celular;
- Adoção da manutenção produtiva total (TPM): que visa eliminar a variabilidade do processo de produção causada por quebras não planejadas;
- Redução dos tempos de *setup*: também chamado de troca de ferramenta de minuto singular (SMED – *Single Minute Exchange of Dies*), a ideia é fazer com que o processo produtivo não pare para a sua realização, mas que seja um processo contínuo realizado enquanto as máquinas estão operando;
- Garantia de visibilidade: de produtos bons e defeituosos, produtos da empresa e da concorrência, como também, o uso de sinais que indiquem problemas no processo produtivo, de forma que os mesmos possam ser solucionados imediatamente.

De acordo com POZO (2010), a aplicação do JIT em uma empresa está diretamente ligada à qualidade. Segundo o mesmo, a qualidade não depende do JIT, no entanto, o JIT depende da qualidade.

Ao se falar em qualidade no JIT, não estamos falando da abordagem tradicional conhecida como avaliação após o fato ter ocorrido, mas sim da ênfase em fazer correto da primeira vez, evitando assim desperdícios no processo produtivo.

Para sair da avaliação do erro para a sua prevenção, POZO (2010), realça três passos importantes:

- 1º passo: definição das necessidades. De acordo com Philip Crosby, um dos principais gurus da qualidade, a verdadeira definição de qualidade é a satisfação das necessidades dos clientes (sejam eles internos ou externos). Para tal realização, é necessária a atuação integrada de todos os departamentos da empresa.
- 2º passo: como controlar o processo. Para o controle efetivo do processo, é necessário o envolvimento do operador, como também, a coleta de dados para a solução dos problemas.

- 3º passo: como manter o processo sob controle. O controle estatístico do processo é de suma importância para a manutenção do processo sob controle. POZO destaca três medidas necessárias, duas além do Controle Estatístico do Processo (CEP): envolvimento maior do operador no processo, CEP e a prevenção contra falhas. Acrescenta ainda a necessidade de mecanismos que interrompam o processo de produção quando ocorrerem erros que prejudiquem a qualidade do produto.

Por fim, no JIT, deve-se operar o equipamento nos índices em que o produto é produzido, reduzindo o ritmo de trabalho ou interrompendo a produção se for necessário para a solução de possíveis falhas, ato também destacado por Slack, 2009:

Uma técnica particularmente importante para assegurar visibilidade quanto a problemas de qualidade é usar sinais para indicar quando um problema ocorre e geralmente interrompe o trabalho. [...] Embora isso possa parecer reduzir a eficiência da linha no curto prazo, o efeito é menor do que as perdas acumuladas ao permitir que os defeitos continuem no processo. A menos que os problemas sejam resolvidos imediatamente, eles nunca serão corrigidos.

Como também, deve-se garantir o comprometimento dos colaboradores, problema não enfrentado pelos japoneses, de acordo com POZO (2010), mas bem comum nas organizações ocidentais.

## 2. METODOLOGIA

A fim de analisar os dados de uma empresa de água mineral, localizada no município de Santa Rita/PB e identificar a aplicação do *Just in time* na mesma, foi escolhido para a pesquisa o uso de revisão bibliográfica, com o objetivo de verificar os conceitos formais que existem a cerca do JIT e suas aplicações.

Após tal etapa, foi realizado um estudo de caso, para avaliar se os conceitos formais estão sendo aplicados no processo produtivo dos garrafões de água mineral da referida empresa.

Dessa forma, pode-se concluir que a metodologia utilizada baseia-se no método qualitativo, com análise de informações bibliográficas e de campo.

As informações coletadas foram obtidas através de entrevista semi-estruturada procurando seguir o atendimento dos objetivos específicos do trabalho.

## 3. ANALISE DOS DADOS

Os dados obtidos foram analisados de forma qualitativa, iniciando-se com aspectos específicos da empresa, a fim de que seja possível conhecer o campo de estudo, e por fim, análises específicas sobre o processo produtivo escolhido para análise.

Sobre a empresa, sua fundação ocorreu em agosto de 2000, sendo água mineral (garrafões) de 10 litros, 20 litros; garrafas de 350ml, 500ml e 1,5 L; copos de 200ml e 300ml seus produtos fornecidos. Atualmente, conta com três colaboradores no setor administrativo e quarenta e quatro no setor de produção.

O sistema de trabalho consiste em oito horas diárias e quarenta e oito horas semanais, divididas nos intervalos de 9h às 13h e de 15h às 19h, compreendidos de segunda a sábado. Todos os funcionários são fixos, porém em épocas de maior produção, como no verão, existe a contratação de volantes, que auxiliam principalmente a área de distribuição dos produtos. Não existe contratação de estagiários.

A respeito da análise demográfica dos colaboradores, a faixa etária dos mesmos varia entre 20 a 35 anos, pois o trabalho demanda grande esforço físico, já a qualificação mínima exigida é o ensino fundamental completo.

O nível de rotatividade na organização é baixo, variando entre as áreas de produção e distribuição. O tempo médio de saída de colaboradores é de seis meses, sendo influenciado, segundo o gestor, pela garantia do seguro-desemprego. O grau de absenteísmo apresentado também é baixo, sendo mais incidente no setor de distribuição, em especial, nas segundas-feiras e em pós-feriados.



A empresa pesquisada afirma que faz uso *just in time* em um de seus processos produtivos, o de reabastecimento dos garrafões de 20 litros com água mineral. O objetivo geral desse artigo consiste na análise se a aplicação de tal processo pela empresa adequa-se à definição bibliográfica do JIT.

Especificamente sobre o processo produtivo base para esse estudo, pode-se visualizá-lo conforme a figura abaixo:

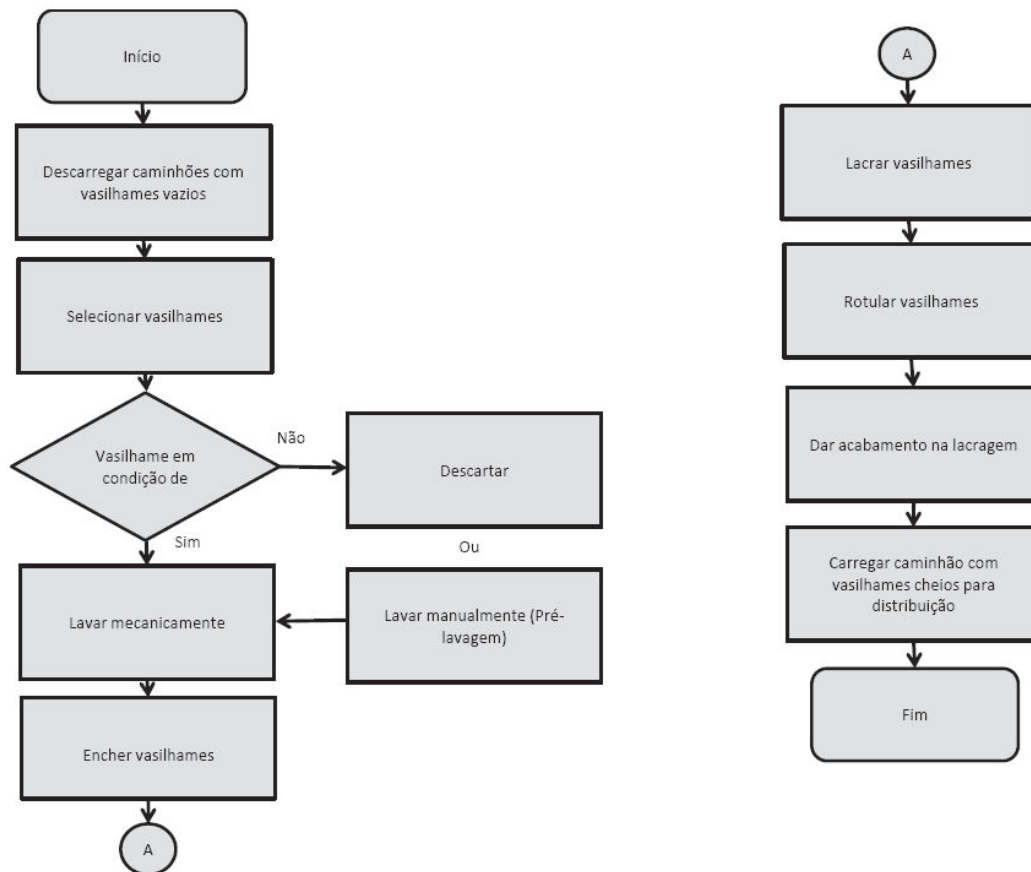
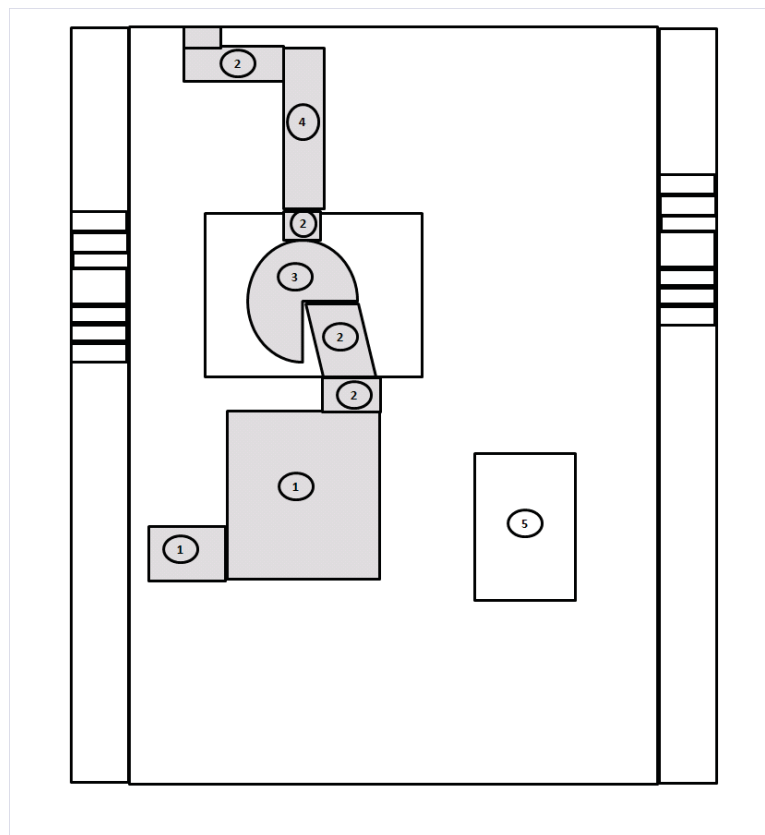


Figura 1: Fluxograma do processo produtivo

Ao deprever o processo produtivo da empresa visualizamos que ele está composto pelas seguintes etapas, todas elas executadas pelos 11 (onze) trabalhadores do posto de trabalho:

- **Descarregamento do caminhão com garrafões secos:** os caminhões da distribuição trazem os garrafões secos dos pontos de venda e são descarregados;
- **Seleção:** os garrafões são selecionados de acordo com a qualidade do vasilhame e separados para lavagem;
- **Pré-lavagem:** exclusiva para os vasilhames mais sujos, consistindo na lavagem manual dos mesmos;
- **Lavagem:** todos os vasilhames passam por lavagem realizada por máquina específica;
- **Enchimento:** os garrafões são cheios com água mineral pela máquina
- **Rotulagem:** os garrafões são rotulados manualmente;
- **Lacragem:** os garrafões são lacrados. Por defeito na máquina, na época da pesquisa, o processo estava sendo feito em parte manual, em parte mecânico, mas em condições normais, ele seria inteiramente mecânico;
- **Carregamento:** os garrafões são carregados no caminhão que os distribuirá para os pontos de venda.

E distribuído de acordo com o seguinte *layout*:



**Figura 2: Planta da produção de garrafões de 20L.**

Legenda:

- 01 – Máquina de Lavagem
- 02 – Transporte
- 03 – Máquina de enchimento
- 04 – Lacragem e Rotulagem
- 05 – Local de pré-lavagem

Em relação ao Planejamento e Controle da Produção, foi visualizado que a empresa ainda se encontra no primeiro dos seis passos evolutivos existentes no PCP, pois a mesma possui recursos escassos de informática que informem as necessidades de cada componente a partir de notas de encomendas precisas, e de planos de montagem e produção, além de ter um controle das exigências pouco rigoroso.

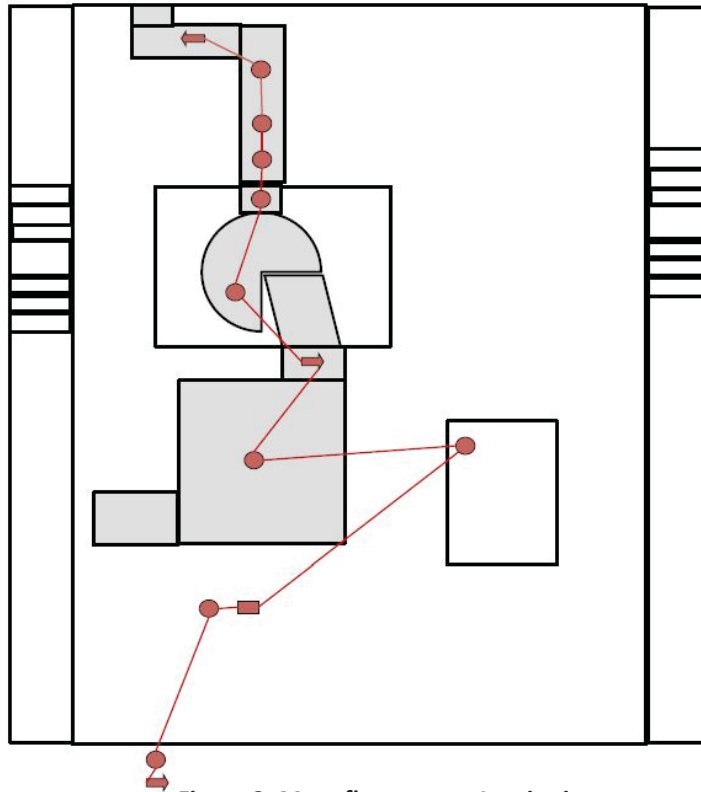
Durante a visita foi vista também a necessidade de haver tanto um planejamento quanto um controle maior da produção, assim como uma visão mais abrangente do mercado, por parte dos gestores, para uma possível expansão do mercado, tendo em vista que existe grande quantidade de matéria-prima disponível para tal.

No que tange o planejamento das necessidades de produção, o caso da empresa de água mineral apresentado não apontou alguma utilização do cálculo de MRP, que se baseia na combinação de pedidos firmes contratados e pedidos futuros estimados. Outra evidência da falta do controle das necessidades de produção foi a ausência de um colaborador específico para acompanhamento no posto de trabalho estudado ou de um sistema informacional de controle das necessidades desse setor. (SLACK, 2009)

Como ressaltado por Slack (2009), o MRP pode reforçar um sistema produtivo baseado no JIT visto que o mesmo visa calcular um cenário proporcional a realidade das necessidades de produção relacionado aos pedidos realizados pelos clientes. Entretanto, para a realização de um MRP eficiente na empresa estudada torna-se requisito o conhecimento dos reais interesses dos consumidores finais sobre

os produtos oferecidos pela empresa, haja visto que a empresa lida com intermediadores (distribuidoras de água) entre o consumidor final. Logo, essa intermediação pode deixar que a empresa de água mineral estudada não retenha as devidas informações, sobre seus consumidores finais, as quais seriam importantes para a estimação da produção realizada.

O mapofluxograma do processo produtivo apresenta-se da seguinte forma:



**Figura 3: Mapofluxograma *Just in time***

A partir dos objetivos de *Just in time*, observamos que a empresa possui êxito em alguns deles. Nessa atividade da empresa, pôde-se verificar o estoque zero, aonde o garrafão chega, é colocado na máquina para o processo de produção e ao sair da esteira segue diretamente para a distribuição.

Já ao verificar se a empresa está apoiada aos sete elementos do JIT, visto no referencial teórico, observa-se que existe um programa mestre (*master plan*), pois para dar início a essa atividade foi necessário planejar para a obtenção das máquinas certas e o *layout* correto do galpão.

De acordo com as técnicas que possibilitam a aplicação adequada do JIT, citadas por Slack (2009), identificou-se a utilização pela referida organização de: projeção do produto que facilite o processamento, foco na operação, uso de máquinas simples, arranjo físico de fluxo suave.

Os estoques durante o processo de *just in time* da empresa não foram visualizados, pois a medida que os garrafões de água mineral chegavam, elas eram reabastecidas e de imediato encaminhadas ao caminhão, para serem distribuídas aos seus postos de vendas. A empresa também não possui um estoque de produtos finais que possa suprir eventuais discontinuidades do processo produtivo, tais como: problemas de qualidade, problemas relacionados a danificação de alguma máquina e problemas de preparação de máquina. No entanto, possui estoque de vasilhames, para ressuprimento de garrafões defeituosos.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a análise de dados apresentada, pode-se identificar que a prática utilizada no processo produtivo dos garrafões de 20L, também se adequa à realidade proposta nas teorias a respeito do *just in time*.

No entanto, para que haja uma eficiência maior no controle do setor de produção, é necessário que seja implantado um sistema de informação para registros de todas as atividades realizadas no setor, como por exemplo, encomendas de pedidos, produtos a serem produzidos, produtos acabados, cadastro de clientes, distribuidores e fornecedores.

Neste mesmo sistema informacional as necessidades de produção poderão também ser contempladas com a instauração de registros das informações necessárias para o MRP, a saber: lista de materiais, ordens de compras, planos de materiais, ordens de trabalho, registro de estoque, previsão de vendas, programa-mestre de produção e carteira de pedidos (SLACK, 2009).

Em relação a estoques no processo do Just in time, o interessante seria a implementação de um estoque de segurança, proposto por Viana (2009), que consiste em trabalhar com a quantidade mínima possível, capaz de suportar um tempo de ressuprimento superior ao programado ou um consumo desproporcional. Ao ser atingido pelo estoque em declínio, indica a condição crítica do material, desencadeando providências.

Identificaram-se tais aspectos através da revisão bibliográfica e estudo de caso realizados tendo sido os mesmos de suma importância para o desenvolvimento crítico dos pesquisadores envolvidos.

## 5. REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração da Produção: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.

FUSCO, José Paulo Alves; SACOMANO, José Bendito. **Operações e Gestão Estratégica da Produção**. Arte e Ciência. São Paulo, 2007.

GONÇALVES, Paulo Sérgio. **Administração de Materiais**. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

OLIVEIRA, Otávio J. **Gestão da qualidade: Tópicos Avançados**. São Paulo: Thomson, 2006.

POSSETTI, Alberto. **Just-in-Time**. Curitiba: FESP, 2006. Disponível em <<http://fesppr.br/~possetti/comercio>>. Acessado em 22 de maio de 2011.

POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

SACOMENO, José Benedito; GUERRINI, Fábio Müller; SANTOS, Myrian Izuki Sasaki; MOCCELIN, João Vitor. **Administração de produção na construção civil: o gerenciamento de obras baseado em critérios competitivos**. Arte & Ciência. São Paulo, 2004.

ROSSETTI, Eraidia Kliper et al. **Sistema Justt in Time: Conceitos Imprescindíveis**. Caxias do Sul: UCS, 2008. Disponível em <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/viewFile/268/232>>. Acessado em 22 de maio de 2011.

SLACK, Nigel. CHAMBERS, Stuart. JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

VIANA, João José. **Administração de Materiais: um enfoque prático**. 1ª edição. São Paulo : Atlas, 2009.

## PROPOSTA DE SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL PARA MERCADO PÚBLICO – ESTUDO DE CASO DO MERCADO DAS MANGUEIRAS, JABOATÃO DOS GUARARAPES-PE

J. D. C<sup>1</sup> e M. T. D.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação Ciência e tecnologia de Pernambuco - Campus Recife - Pe e <sup>2</sup>Instituto Federal de Educação  
Ciência e tecnologia de Pernambuco - Campus Recife - Pe  
Jozealdodiniz@gmail.com – Dutra.tereza@gmail.com

### RESUMO

As discussões ambientais têm sido o centro das atenções nos debates internacionais, em função da sua importância e necessidade das organizações em adotar novas posturas frente às questões ambientais. Neste cenário, o presente estudo teve como objetivo desenvolver uma proposta de um Sistema de Gestão Ambiental - SGA para Mercado Público, tomando como estudo de caso o Mercado Público das Mangueiras, em Jaboatão dos Guararapes- PE. O SGA proposto tem como base os princípios da Norma NBR ISO 14001 (ABNT, 2004), adotando-se o Ciclo PDCA, cujas etapas incluem os seguintes aspectos: a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, recursos para desenvolver o SGA, implantação, análise crítica e manutenção da política ambiental, em busca da melhoria contínua. Ainda, elaborou-se o respectivo Manual Ambiental (MA), para orientar a implantação do SGA no mercado. O SGA proposto para Mercado Público tem como objetivo desenvolver ações para minimizar os impactos ambientais negativos, tendo como foco o gerenciamento dos aspectos ambientais relacionados a esta atividade comercial, tais como: resíduos sólidos, água e energia elétrica. A partir da proposta de implantação do SGA para Mercado Público, espera-se apoiar a gestão estratégica dos mercados públicos, atendendo a padrões de desempenho ambiental e os requisitos legais, contribuindo para a sustentabilidade ambiental local.

**Palavras-chave:** Mercado Público, Gestão Ambiental, NBR ISO 14001 (ABNT, 2004), Sistema de Gestão Ambiental - SGA, Desenvolvimento Sustentável.

## INTRODUÇÃO

No mundo inteiro, os estudos, pesquisas e discussão estão voltadas na solução dos problemas ambientais, e a gestão ambiental vem conquistando um espaço cada vez mais relevante em âmbito nacional e internacional, sendo incorporada cada vez mais pelas organizações. Essas novas posturas ambientais adotada pelas organizações são sem dúvida, fruto de pressão e mobilização da sociedade.

As novas temáticas da gestão ambiental vêm na contramão dos modelos historicamente adotados que era um sistema de produção e comercialização ineficiente, no qual provocam desperdícios de matéria-prima e de energia, além de contaminar ou poluir o meio ambiente e gerar a degradação ambiental. Neste contexto, estudos implicam nas relações homem-ambiente, e qualquer análise que se faça sobre soluções possíveis, deve considerar a relação do homem perante seu ambiente (NASCIMENTO, 2010).

Neste cenário, o presente estudo, voltou-se para a pesquisa dos aspectos e impactos ambientais decorrentes da atividade em mercado público. O mercado público, segundo Pintaudi (2006), é o local, na sua gênese, que se configura como um ponto de encontro no centro das cidades, comandado pelo poder público, que de certa forma organizando, garantindo o abastecimento. O mesmo autor ainda afirma que, a simples função da cultura dos mercados públicos para a venda de produtos, de troca, de circulação e com facilidade de acesso para o abastecimento de um lugar, o que mantinha seu desempenho atuante numa estratégia espacial local, não é mais suficiente para que os comerciantes que sobrevivem dessa atividade tenham sustentabilidade econômica e muito menos ambiental.

Notadamente, os Mercados Públicos estão inseridos num ambiente altamente dinâmico, e a busca pela sustentabilidade ambiental é considerada imprescindível para reverter os impactos ambientais existentes. Para tal, necessita-se analisar todas as suas atividades, produtos e serviços, visando identificar os aspectos ambientais envolvidos, avaliando-se os impactos reais e potenciais ao meio ambiente. Assim, o Sistema de Gestão Ambiental – SGA surge como ferramenta de estratégia sustentável no desempenho ambiental do Mercado Público das Mangueiras, tendo como foco a problemática ambiental do mercado.

Neste contexto, o presente estudo se insere no âmbito do Projeto de uma parceria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Turismo da Prefeitura Municipal de Jaboatão de Guararapes-PE, propondo-se atuar numa perspectiva interdisciplinar, envolvendo o ensino, pesquisa e extensão, buscando atuar na problemática de gestão do Mercado Público das Mangueiras. Tendo como objetivo geral, elaborar uma proposta de um Sistema de Gestão Ambiental no Mercado Público das Mangueiras, com vistas a minimizar os impactos ambientais negativos identificados. Neste sentido, foram realizadas algumas etapas, tais como: diagnóstico ambiental, identificação da infra-estrutura de gerenciamento de resíduos sólidos, do consumo de água e de energia elétrica; análise de significância dos impactos ambientais negativos; e desenvolvimento do Manual Ambiental do SGA (MA) para o Mercado das Mangueiras.

## 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A gestão ambiental é entendida como atividades administrativas e operacionais, tais como: planejamento, controle, alocação de recursos, com o objetivo de obter efeito positivo sobre o meio ambiente (BARBIERE, 2006). O mesmo autor destaca que, a gestão ambiental, de modo geral, visa proteger o meio ambiente das consequências das próprias ações humanas. Para Leão e Falcão (2002), a Gestão Ambiental é sinônimo de ação preventiva e de compromisso com a melhoria contínua.

No entanto, a Gestão Ambiental começou a ter destaque com o aparecimento das normas ambientais, dádiva das preocupações com o desempenho ambiental das organizações, tendo origem na década de 90, precisamente em junho de 1991, na Grã Bretanha, com a emissão da minuta da norma BS

7750 (Sistema de Gestão Ambiental). Foi a primeira norma ambiental do mundo com intuito de encorajar as organizações públicas e privadas, a desenvolver, programar e manter um SGA. A partir daí surgiram diversas outras normas (BARBIERI, 2006).

A pressão do mercado, de leis e regulamentos, e de acordos, contribuíram para a criação de uma norma que padroniza o SGA, a qual é denominada pela série de norma ISO 14000, que foi publicada no ano de 1996, em Genebra na Suíça (OLIVEIRA et al. 2009).

MOREIRA (2006), afirma que o "Sistema de Gestão Ambiental é uma minúscula fatia do grande tema "Meio Ambiente". Barbieri (2006), define que um Sistema de Gestão Ambiental – SGA "requer a formulação de diretrizes, definição de objetos, coordenação de atividades e avaliação de resultados". O sistema fornece um processo estruturado para o desenvolvimento contínuo, constituindo de ferramentas que permitem à empresa alcançar, e controlar sistematicamente, o nível de desempenho ambiental que ela mesma estabeleceu em sua política ambiental.

Conforme a NBR ISO 14001 (ABNT, 2004), o SGA é a parte do sistema de gestão global, que inclui estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. Segundo a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – FIESP (2007), o SGA nada mais é que uma ferramenta eficaz de planejar, organizar e praticar as ações ambientais nas organizações, o que pode integrar-se a outros elementos de gestão empresarial, para que se alcancem objetivos ambientais e, também, econômicos. Nesse sentido o SGA passa a ser uma ferramenta que propicia maximização do desempenho, ganhos financeiros e sua implantação chega a ser questão de sobrevivência no mercado.

Ainda de acordo com a NBR ISO 14001 (ABNT, 2004), a implantação do SGA é preciso seguir alguns passos que utiliza a abordagem da melhoria contínua a partir do ciclo do PDCA, que significa: (Planejar, Fazer, Checar, Agir).

Para Moreira (2006), o SGA, é o método para gerenciar as questões ambientais nas organizações. Nesta ótica denota-se numa ferramenta eficaz para a melhoria contínua e controle do desempenho ambiental. De acordo com Barbieri (2006), no mínimo o SGA deve contribuir para que a empresa atue conforme a legislação num primeiro momento, mas com o compromisso de promover melhorias que a levem gradualmente a superar as exigências legais.

Leão e Falcão (2002), define que o Sistema de Gestão Ambiental é um estrutura organizada, que apresenta uma política de gestão ambiental documentada e implementada, de continua atualização e acompanhamento de objetivos e metas, responsabilidades, recursos e práticas. Significa que o SGA está essencialmente direcionado para companhias, corporações, firmas, empresas ou instituições, que buscam a saúde e a segurança das pessoas e a proteção do meio ambiente empresarial.

Moreira (2006), diz ainda que, a implantação do sistema proporciona o envolvimento da organização como um todo e a responsabilidade ambiental são disseminados a cada setor. Quando todos os setores passam a ver as questões ambientais em torno de um objetivo comum as soluções começam aparecer, a reciclagem, redução de consumo e reutilização de água, redução no consumo de energia e mudanças de tecnologia. Logo, o autor reafirma que sem liderança, comprometimento da alta administração e dos gerentes, nada adiantará, não bastando à motivação e o esforço de um grupo bem intencionado. É indispensável que todos estejam comprometidos com a implantação do sistema, nos recursos, prazos e no cumprimento dos objetivos e metas estabelecidas. Vale salientar, estabelecido o SGA, a organização consegue alcançar vários objetivos, como a melhoria contínua de seu desempenho ambiental e da sua produtividade (FIESP, 2007).

## 2. METODOLOGIA

O presente estudo realizou o levantamento de dados secundários, a partir de pesquisas em livros, meios eletrônicos, artigos científicos e outros trabalhos identificados. Também foi realizado o levantamento de dados primários, por meio de visitas técnicas periódicas ao Mercado das Mangueiras, com aplicação de questionário junto aos funcionários de limpezas do Mercado.

Foi realizada a identificação dos aspectos e impactos ambientais no mercado, por meio do diagnóstico ambiental no local, durante as visitas in loco. A partir dos dados obtidos, foi efetuado análises de significância dos impactos ambientais referentes aos aspectos das atividades presente no mercado, de acordo com a metodologia de avaliação da significância de impactos ambientais (FIESP, 2007).

A partir da identificação dos impactos ambientais negativos, procedeu-se a elaboração da proposta de SGA, adotando-se os princípios da Norma NBR ISO 14001(ABNT, 2004), a qual se fundamenta no aperfeiçoamento contínuo, com a seguinte composição:

1. Levantamento da situação atual dos aspectos ambientais relacionados com as atividades desenvolvidas no mercado - **Diagnóstico Ambiental**. Nesta etapa, os impactos ambientais negativos foram classificados com base na matriz de avaliação de significância adotados na FIESP (2007), conforme os critérios de: Incidência; Abrangência; Probabilidade; Severidade e Detecção.
2. Definição da **política ambiental** pela alta gerência do mercado, definindo o compromisso ambiental.
3. **Planejamento**: estabelecer condições para que o mercado concretize a política ambiental proposta, definindo objetivas e metas, além da identificação dos aspectos ambientais e avaliação dos impactos, para atender a política ambiental.
4. **Implementação**: é preciso disponibilizar os recursos necessários para alcançar os objetivos ambientais estabelecidos. Também deve-se definir as principais funções e responsabilidades do SGA, as quais devem ser comunicadas a todas as pessoas envolvidas.
5. Fazer a **verificação** do SGA do ponto de vista da sua eficácia, o mercado irá medir, monitorar e avaliar seu desempenho ambiental. A partir do monitoramento dos indicadores ambientais (ex: quantidade de resíduo reciclado e consumo total de energia elétrica no mercado...), para que com isso possa se assegurar que o SGA esteja funcionando de acordo com a política ambiental estabelecida.
6. Realizar a **análise crítica** pela alta administração: o mercado em intervalos pré-estabelecidos deve realizar uma análise crítica do SGA para assegurar - se de sua contínua adequação e eficácia. A análise deve abordar as dimensões ambientais das atividades, produtos e serviços, inclusive seus impactos sobre o desempenho financeiro, dando-se assim continuidade ao Ciclo PDCA.

Em seguida, elaborou-se o Manual Ambiental do SGA para o mercado (MA). Nesta etapa, se estabeleceu o diálogo com os administradores locais do mercado e representantes da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Turismo da Prefeitura Municipal de Jaboatão, realizando-se uma reunião, para apresentação da proposta de SGA e discussão das metas com a Prefeitura. Neste ponto, foi solicitado a Prefeitura a escolha de representantes para a composição da Comissão de Gestão Ambiental para o Mercado das Mangueiras.

## 3. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A partir das observações de campo, procedeu-se a análise dos dados do diagnóstico ambiental e a partir deste, elaborou-se a proposta de SGA para o Mercado Público das Mangueiras, apresentada a seguir, juntamente com o Manual Ambiental do SGA (MA):



#### 4.1. Diagnóstico Ambiental

Durante as visitas ao mercado, foram identificados os aspectos ambientais relacionados às atividades desenvolvidas no mercado pelos feirantes e funcionários, tais como: a disposição e destinação de resíduos sólidos e a forma de utilização da energia elétrica e consumo de água.

Na organização e manutenção do mercado foi constatado que há uma equipe de limpeza composta por 32 (trinta e dois) funcionários, trabalhando em dias alternados. Apesar dos turnos de funcionários da limpeza, trabalhando diariamente na higiene do mercado, identificou-se a ocorrência de resíduos sólidos expostos nas áreas das ruas de circulação entre as bancas de produtos (Figura 1), porém, isto ocorre, mesmo tendo coletores de resíduos em todas as ruas do mercado. O resíduo gerado é recolhido e depois encaminhado para dois contêineres localizados a 50 metros da entrada do mercado.



**Figura 1 – Resíduos sólidos, dispostos no chão do Mercado.**

O mercado em estudo apresenta problemas de infra-estrutura sanitária, possivelmente relacionados à utilização inadequada dos equipamentos, resultando em torneiras quebradas ou mesmo inexistentes, sendo substituídas por pedaços de madeira, além de pias sem encanação para o esgoto, provocando o escoamento superficial da água no chão do mercado, e descargas quebradas vazando água direto (Figura 2). Destaca-se, porém, que no decorrer do estudo, a administração local realizou o conserto de algumas pias no local.



**Figura 2 – Torneiras quebradas e vazamentos de água.**

Em relação ao consumo de energia elétrica no Mercado das Mangueiras, a administração local informou que os feirantes não pagam qualquer taxa ou conta de energia pelos gastos com o funcionamento dos equipamentos, utilizados no preparo de alimentos, nem de iluminação de instalações físicas. Segundo o administrador, o consumo mensal é em média 80.000 mil reais.

Ainda, sobre o consumo de energia elétrica no mercado, um ponto a frisar era a ocorrência de luminárias acesas durante qualquer hora do dia em todos os setores, mesmo com a área recebendo

iluminação solar, além da observação de instalações inadequadas realizadas para iluminar desnecessariamente a área que já estava sendo iluminada pelo mercado (Figura 3).



Figura 3 – Luzes acesas durante o dia.

#### 4.2 Classificação dos Impactos Ambientais Negativos

Os principais impactos ambientais negativos identificados no mercado foram classificados com base na matriz de avaliação de significância adotados pela FIESP (2007), conforme os critérios a seguir: Incidência (Direta ou Indireta); Abrangência (Local, Regional, Global); Probabilidade (Alta, Média, Baixa); Severidade (Alta, Média, Baixa), Detecção; (Difícil, Moderada Fácil) Sendo a Significância o resultado da multiplicação das premissas, estas podem ser: muito significativo, significativo, pouco significativo.

Ressalta - se que, mesmo que os aspectos e impactos não atinjam a pontuação muito significativa e caso exista não atendimento de legislação aplicável, deve-se tornar o aspecto/impacto ambiental associado “muito significativo”. Os impactos analisados quanto à significância são demonstrados na (Tabela 1).

Tabela 1 Matriz de avaliação de significância de aspectos e impactos ambientais identificados no Mercado das Mangueiras, 2010

Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental	I	Ab	Pr	Sr	De	Re	Legislação/requisitos/demandas	Significância
Disposição inadequada dos resíduos sólidos	Acidente, poluição, perda de freguês	D	2	3	2	1	1	sim	Muito Significativo
Consumo e desperdício de Água;	Esgotamento de recursos hídricos	D	2	2	2	1	8	não	Significativo
Consumo de energia elétrica;	Aumento de gastos Públicos	D	2	2	2	1	8	não	Significativo

**Legenda:** I = **Incidência:** Direta (D), Indireta (I), Ab= **Abrangência:** Local (1), Regional (2), Global (3), Pr = **Probabilidade:** Alta (3) Média (2), Baixa (1), Sr = **Severidade:** Alta (3), Média (2), Baixa ou Mínima (1), De = **Detecção:** Difícil (3), Moderada (2), Fácil (1), Re= **Resultado** = Ab. Pr. Sr. De; **Significância** = Muito significativo ≥18p, Significativo 08 a 16 p e pouco significativo 0 a 6 pontos. Aplicação do método da FIESP (2007).

A partir da significância de aspectos e impactos ambientais do mercado, pode-se inferir que o problema ambiental de maior significância no mercado está relacionado à destinação inadequada dos resíduos sólidos. No entanto, o consumo indiscriminado de água e energia elétrica, também se apresenta como significativos e por isso merecem toda atenção no SGA do mercado.

#### 4.3 Proposta de SGA para o Mercado Público das Mangueiras

A proposta de Sistema de Gestão Ambiental – SGA foi desenvolvida seguindo os fundamentos da norma NBR ISO 14001 (ABNT, 2004), como apresentado a seguir:

## Introdução

A proposta de SGA para o Mercado das Mangueiras tem como objetivo apresentar informações técnicas sobre o planejamento, implantação e acompanhamento de ações e programas, voltados para a melhoria do desempenho ambiental do mercado.

### Requisitos Gerais

O SGA é o conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais e evitar o futuro surgimento (BARBIERE, 2006). No qual envolve as estruturas de atividades, organizacional, responsabilidades, planejamento, procedimentos e práticas, processos para desenvolver, implantar, analisar criticamente e manter a Política Ambiental e os objetivos e metas ambientais proposto para o Mercado público (Figura 4).

**Escopo do SGA do Mercado Público das Mangueiras:** o SGA deverá ser implantado em todos os setores de um mercado, que vai desde o setor de venda de frutas e verduras, alimentos em geral, vestuário e o setor miudezas, podendo ser implementado em etapas, de acordo com a disponibilidade de recursos e infra estrutura.

### Política Ambiental

A definição da política ambiental orienta o planejamento das intenções a da organização a respeito do tratamento das questões ambientais, considerando uma política adequada à natureza, escala e impactos ambientais dos processos, produtos e serviços. No caso do Mercado das Mangueiras, foi proposta construída uma proposta a ser discutida e aprovada pelos administradores, para posteriormente ser colocada em prática.

Envolver todos os seus colaboradores na implantação do Sistema de Gestão Ambiental - SGA, buscando os recursos necessários e infra-estrutura, bem como promover a sua comunicação e compreensão, visando à manutenção e melhoria contínua para a sustentabilidade ambiental no mercado.

### Planejamento

O planejamento do SGA para o mercado foi construído e baseado em metodologias para implementar os objetivos e metas, buscando identificar, administrar, controlar, monitorar e os aspectos ambientais, além de implementar os respectivos programas de gestão ambiental.

### Aspectos Ambientais

São entendidos como elementos das atividades, produtos ou serviços de uma organização que podem interagir com o meio ambiente, causando ou podendo causar impactos ambientais, positivos ou negativos (FIESP, 2007). A identificação de aspectos ambientais de uma organização é o primeiro passo no planejamento de um sistema de gestão ambiental. Em seguida, identificam-se os impactos ambientais associados aos aspectos, sendo necessário determinar se são ou não significativos.

### Requisitos legais e outros requisitos

É necessário desenvolver para o mercado uma sistemática para se identificar e ter acesso aos requisitos de exigências legais pertinentes às atividades. Essas exigências devem ficar claras à

administração. Os funcionários devem conhecer quais são essas exigências e quais as documentações necessárias para seu cumprimento.

### Objetivos e Metas

Esses objetivos e metas devem refletir os aspectos ambientais, sendo coerente com a política ambiental definida para Mercado das Mangueiras. Também deve considerar exigências legais e outros aspectos inerentes ao próprio negócio. Na Tabela 02, podemos observar os objetivos e metas proposto para o Mercado das Mangueiras.

**Tabela 02: Objetivos e Metas para o Mercado das Mangueiras, em Jaboatão dos Guararapes - PE**

Objetivos	Metas
<input type="checkbox"/> “Controlar os impactos ambientais gerados pelas atividades no mercado”;	“Implementar SGA”;
<input type="checkbox"/> “Promover a destinação adequada dos resíduos sólidos”.	“Realizar ações de sensibilização da comunidade do mercado; “Implementar Programa de Gestão de Resíduos Sólidos”: Coleta Seletiva, Política dos 3 Rs.
<input type="checkbox"/> “Otimizar o consumo de água e de energia elétrica”;	“Implementar Programa de Consumo Sustentável de Água e Energia Elétrica”. “Promover à sensibilização da comunidade do mercado”.

### Programas de Gestão Ambiental

A necessidade de desenvolver programas ambientais estão relacionados aos objetivos e metas estabelecido no SGA, sendo importantes para que sua implementação seja bem sucedida.

### Implementação e Operação

A implementação do SGA devem ser implementados os programas de gestão ambiental, associados a capacitação e sensibilização dos feirantes e funcionários do mercado, a fim de possibilitar a conquista de objetivos e metas ambientais. Neste sentido, deve - se desenvolver um modelo de registro no qual distribuiu-se as responsabilidades, funções e autoridades para as atividades do mercado. Também é importante colocar em pratica as ações de sensibilização para os administradores, gestores e funcionário de limpeza no que se refere ao SGA, por meio da educação ambiental.

### Provisões de Recursos

Como estabelece na norma NBR ISO 14001(ABNT, 2004) a administração do mercado deve proporcionar os recursos humanos, financeiros, tecnológicos, ambiente de trabalho e infra-estrutura necessários para a implementação do SGA.

### Comunicação

Deve ser proposto para o mercado um modelo sistemático de comunicação para enviar e receber comunicados relativos às questões ambientais junto aos seus funcionários, feirantes e colaboradores.

### Documentação do Sistema de Gestão Ambiental

Ressalta-se que no âmbito da norma NBR ISO 14001 (ABNT, 2004),deve ser elaborado o manual Ambiental para cada organização, que deve conter as exigências técnicas ambientais e legais. O

objetivo do manual é fornecer informações sobre a organização e o funcionamento do sistema, de maneira sucinta (MOREIRA, 2006).

### **Comitê de Gestão Ambiental**

É necessária a criação de um comitê para gerenciar o mercado (Comitê de Gestão Ambiental), sugerido-se a seguinte formação: uma liderança dos feirante, representante do Sindicato dos feirantes, fiscal de limpeza, Administrador do mercado, Representante da Secretaria de Desenvolvimento e turismo, Secretaria de saúde, Secretaria de educação. Esta comissão deverá ficar responsável para implementação e manutenção do SGA.

### **Controle de registros e documento para o mercado**

Deve ser proposto um sistema de controle de documentos, registros e procedimentos para que todos os documentos sejam controlados e assinados pelos responsáveis, com acesso fácil, e mesmo deve ser mantido, atualizados e identificados.

### **Verificação e Ação Corretiva**

Nesta etapa do SGA deve seguir o planejamento, no qual tem a seguinte ordenação: monitoramento, não conformidade, auditoria e registro da documentação pertinente ao mercado.

### **Monitoramento e avaliação**

Deve ser adotado um sistema para avaliar o desempenho ambiental do mercado com relação ao consumo de água, energia e geração de resíduo sólido, através da inspeção e controle ambiental. Utilizando-se dos Indicadores de Desempenho Ambiental a tabela 09. Os indicadores a qual estes são expressões quantitativas e qualitativas que provem de informações sobre determinadas variáveis e suas inter-relações (FIESP, 2004).

### **Não-Conformidades e Ação Corretiva**

Para identificar a não-conformidade usam-se os Indicadores de Desempenho Ambiental propostos. Logo quando identificada a não conformidade do indicador, deve - se fazer as correções imediatas no programa, de forma a alcançar os objetivos ambientais pretendidos. É importante que todo funcionário e feirante possam entender o que constitui uma não-conformidade ao SGA, visando o sucesso do mesmo. Neste sentido, é preciso um treinamento específico para assegurar que todos que participam do SGA possam identificar rapidamente uma área problema ou procedimento irregular e assim, iniciar o processo de ação corretiva, de acordo com modelo de relatório de não conformidade.

### **Auditoria Interna**

O processo de Auditoria Interna do SGA no mercado deve ser realizado em intervalos planejados, para determinar se o mesmo está em conformidade com os requisitos da NBR ISO 14001 (ABNT, 2004). O Procedimento de auditoria deve ser definido conjuntamente com o representante direto da alta administração do mercado em reuniões de planejamento semestral do comitê de gestão Ambiental. A condução das auditorias deve assegurar objetividade e imparcialidade do auditor.

### **Registros**

O mercado deve arquivar todos os resultados de auditorias, análises críticas relativas às questões ambientais. O objetivo de ter esses registros é mostrar e provar, a quem quer que seja que a empresa possui um sistema conforme o que é exigido pela norma (NBR ISO 1400, 2004).

### **Análise Crítica pela Administração**

Esta é a última etapa do SGA, a qual estabelece que a administração em intervalos por ela predeterminados, deve analisar criticamente o SGA, para assegurar sua conveniência, adequação e melhoria contínua. Nesta etapa a administração do mercado deve analisar alguns parâmetros como:

- Avaliações de atendimento a requisitos legais e outros requisitos;
- Comunicações advindas das partes interessadas externas ao mercado;
- Dados e informações sobre o desempenho ambiental do mercado, por meio da demonstração do alcance dos objetivos e metas ambientais ao longo de um período, e do cumprimento da sua política ambiental.
- Número de participação de funcionários em capacitações de educação ambiental;
- Número de feirantes em capacitações em educação ambiental;

## Melhoria Contínua

A proposta de implementação do SGA para Mercado público compreende uma atitude dinâmica, devendo atender aos requisitos exigidos pelas partes interessadas, pela sociedade e pela legislação. Só através da análise crítica permanente e uma atualização constante é que se pode garantir a manutenção do SGA e a total satisfação dos requisitos necessários, numa perspectiva que visa à melhoria contínua.

## 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do presente estudo no Mercado Público das Mangueiras permitiu identificar os aspectos e impactos ambientais decorrentes da atividade de comercialização dos feirantes, destacando-se o gerenciamento de resíduos sólidos, o consumo de água e energia elétrica.

Diante disto, pode-se afirmar que a implantação da proposta de SGA no Mercado das Mangueiras, pode vir a contribuir para a melhoria nos padrões de desempenho ambiental, estabelecendo o compromisso dos administradores, funcionários, feirantes e a comunidade, com a sustentabilidade ambiental local.

Porém, pelo o que foi observado até o momento deste estudo, entende-se que o processo de implantação e manutenção de um SGA em Mercado Público não é tarefa fácil, mas é importante acreditar que o resultado do esforço coletivo pode ser compensador, tanto para a organização, para a comunidade, como para o meio ambiente.

## 5. REFERÊNCIAS

ABNT- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 14001: **sistema de gestão ambiental, 2004**. Disponível em: <<http://abnt.org.br>>. Acesso em 20 Set. 2010.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2ª edição. São Paulo, SP: Ed. Saraiva, 2006.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO - FIESP. **Melhore a competitividade com o Sistema de Gestão Ambiental**. São Paulo, 2007. Disponível em: <[www.fiesp.com.br](http://www.fiesp.com.br)>. Acesso em: 10 dez. 2011.

LEÃO, A. L. C.; Falcão, C. A. C. **Fazendo educação e vivendo a gestão ambiental**. Recife: Agência Estadual do Meio Ambiente e Recursos Hídricos - CPRH, 2002. Disponível em: <[www.cprh.pe.gov.br](http://www.cprh.pe.gov.br)>. Acessado em: 20 de Nov de 2010.

NASCIMENTO, J. K. A. do. **Avaliação dos Impactos Ambientais identificados no Diagnóstico Ambiental Realizado no Mercado das Mangueiras, em Jaboatão dos Guararapes - PE**, Disponível no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE. 2010.

MOREIRA, M. S. **Estratégia e Implantação do Sistema de gestão Ambiental: Modelo ISO 14000**/Maria Suely Moreira. Nova Lima: INDG. Tecnologia e Serviços Ltda. 3ª Edição, 2006.

OLIVEIRA, L. A. B. de.; Cavalcante, A. A.; Felipe, I. I. S. **Gestão Ambiental e Sustentabilidade: Diferencial Competitivo na Estratégia Produtiva de Prevenção**. ANAIS 2009. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em: <[http://www.congresso.globalforum.com.br/arquivo/2009/artigos/E2009\\_T00059\\_PCN51170.pdf](http://www.congresso.globalforum.com.br/arquivo/2009/artigos/E2009_T00059_PCN51170.pdf)>. Acessado em: 10 de Jan de 2011.

PINTAUDI, S. M. **Os Mercados Públicos: Metamorfoses de um espaço na História Urbana**. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. 10, 2006. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>> Acesso em: set de 2010.

## QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: UM ESTUDO COM BASE NO PROGRAMA “O SEBRAE QUE QUEREMOS”

Danilo Cortez Gomes<sup>1</sup> e Leila Aline Santos Fernandes<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Currais Novos e <sup>2</sup>Universidade Estadual Vale do Acaraú  
[danilo.cortez@ifrn.edu.br](mailto:danilo.cortez@ifrn.edu.br) e [leilaaline@hotmail.com](mailto:leilaaline@hotmail.com)

### RESUMO

Este artigo discorre acerca dos programas de Qualidade de Vida no Trabalho (QTV). O profissional de hoje demanda um imenso esforço para acompanhar a grande quantidade de tarefas, manter o foco nos resultados e, ainda, acompanhar o acelerado ritmo de metas das organizações. Este fato acaba gerando um desgaste, o aumento do estresse e, conseqüentemente, comprometendo a qualidade de vida do trabalhador. A implementação de programas de QVT possibilita, aos colaboradores, um ambiente saudável, satisfação em trabalhar na instituição e uma maior integração entre os funcionários. Com base nestes princípios este artigo mostra um estudo sobre o programa “O SEBRAE Que Queremos” desenvolvido pelo SEBRAE/RN, buscando identificar as conseqüências da aplicação deste programa nos escritórios do interior. Para esta análise foi utilizada uma pesquisa descritiva e de campo, tendo como público-alvo os colaboradores dos escritórios das cidades de Currais Novos, Santa Cruz, Caicó e Assu. Os resultados obtidos mostraram que o programa, embora bem estruturado, deixa a desejar em sua aplicabilidade para o público investigado.

**Palavras-chave:** qualidade de vida no trabalho, SEBRAE.



## INTRODUÇÃO

Vivemos atualmente em um ambiente social que está em constante mudança e, a cada dia, o meio empresarial vem se aprisionando a essa corrida pela informação, eficácia, eficiência e todas as competências possíveis. Este fato compromete de maneira relevante a vida pessoal dos profissionais que precisam se mostrar proativos, antenados e totalmente adaptáveis às mudanças cada vez mais rotineiras. Deste modo, é de grande importância que a sociedade tenha a percepção de que é primordial, para a vida profissional de qualquer ser humano, a qualidade de vida visando enfrentar um mundo corporativo e competitivo.

No atual sistema globalizado, o SEBRAE (Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) tem um papel de destaque na orientação e acompanhamento das micro e pequenas empresas, assim como os empreendedores individuais que, juntos, são responsáveis por mais de 50% dos postos de trabalho oferecidos no país. Esse suporte é oferecido através dos diretores, analistas técnicos, assistentes e *trainees* que fazem essa instituição. Dentro deste contexto o presente artigo procura abordar um tema atual e bastante discutido por estudiosos que buscam, desde os primórdios da administração, a eficiência e a qualidade no desempenho de seus colaboradores.

Seguindo essa linha de pensamento, este estudo justifica-se pela necessidade de aprofundar os conhecimentos acerca do assunto e aliar teoria e prática, uma vez que a instituição possui um programa de Qualidade de Vida no Trabalho. Ressalta-se, ainda, que não existe nenhum estudo que verifique se as ações são realizadas na íntegra nos escritórios do interior que estão localizados distante da sede e possui outra realidade.

Desta forma, o estudo busca avaliar como o programa está sendo aplicado nos escritórios do interior e se o mesmo necessita de mudanças para o melhor desenvolvimento do trabalho dos colaboradores da instituição que atuam nesse ambiente de trabalho. Seguindo este raciocínio, a pesquisa também investiga quais as conseqüências da aplicação do programa O SEBRAE QUE QUEREMOS colocado em prática na organização em 2010. Este programa é resultado de um projeto apresentado por Juliana de Moura Cavalcante, *trainee* da empresa. O mesmo consiste na junção de ações e atividades que atendam as seguintes vertentes: satisfação no trabalho, ações de Integração no Trabalho, Medicina Preventiva e Segurança no Trabalho, buscando assim melhorar a qualidade de vida no trabalho dos colaboradores que trabalham na instituição. Desse modo, esta pesquisa tem por objetivo identificar meios pelos quais o programa possa se desenvolver alcançando uma dimensão maior e atendendo, de maneira personalizada, as necessidades das equipes atuantes.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Qualidade de vida no trabalho

Desde o início da Administração estuda-se o que motiva o homem trabalhar com maior eficiência e mais satisfação, através de diversas abordagens como as de Taylor e Fayol, no início do século passado, passando pela Teoria das Relações Humanas, Neoclássica, Comportamental ou pela Teoria Contingencial. Taylor deu início a essa abordagem com seus estudos, de acordo com Marques e Oliveira (1998, p.19) que descrevem o seguinte: “O trabalhador mesmo desqualificado era motivado financeiramente falando, pois a remuneração correspondia à produção, o que influía no resultado final e meta dos industriários da época: produção em massa, custo baixo, tempo reduzido e principalmente controle da produção, que antes se encontrava em poder dos artesãos”.

Conforme os autores acima citados, outras dimensões de análise foram acrescentadas na concepção do Fordismo: “A esse modelo, Ford, um seguidor do Taylorismo, acrescenta necessidade de melhoria nos aspectos físicos do ambiente de trabalho”. Desta forma, ao longo dessa trajetória do homem, no trabalho, é possível observar características que dimensionam uma considerável evolução.

Ao longo dos anos vem se discutindo o tema Qualidade de Vida e, atualmente, ainda não se chegou a um senso comum. Isso se dá pela subjetividade da questão, pois, o tema perpassa por inúmeros fatores que contribuem para o nível de excelência desejado, de forma temporal e diferenciada, variando de pessoa para pessoa.

Os indivíduos são únicos e particulares e, assim como eles, seus sonhos, desejos, preferências, sentimentos, expectativas e ambições. Sendo assim, os motivos e os meios que levam uma pessoa à satisfação não são, necessariamente, os que levam à satisfação de outros indivíduos. Com isto, a busca pela qualidade de vida é algo que a cada dia se torna mais presente na vida das pessoas e na corrida incessante por hábitos e ambientes mais saudáveis em seu modo de vida como: saúde, moradia, educação, lazer, transporte, liberdade, trabalho, autoestima, entre outras. A qualidade de vida também pode estar diretamente relacionada ao estado emocional, interação social, situação econômica, atividade intelectual, autoproteção de saúde e capacidade física.

Maslow (1954) desenvolveu a Teoria da Hierarquia das Necessidades, defendendo que as necessidades humanas estão apresentadas em uma hierarquia de importância, do nível mais baixo ao mais alto, sejam elas: fisiológicas e biológicas (básicas para a sobrevivência); de segurança (estabilidade); sociais (integração no grupo); de estima (autoestima e reputação) e de autorrealização (crescimento pessoal contínuo).

Quando se discute sobre qualidade de vida não há como não levar em consideração a teoria defendida por Maslow, pois a mesma discute desde necessidades absolutamente básicas e inerentes a qualquer ser humano até o desejo de autorrealização, sendo este moldado ao longo da vida do indivíduo.

Walton (1973) afirma que o conceito de Qualidade de Vida no Trabalho envolve questões trabalhistas, segurança no trabalho, oportunidades iguais de emprego, planos de enriquecimento de cargos e a relação positiva, proposta por psicólogos, entre moral e produtividade. Embora outros autores discordem de Walton, o mesmo segue na linha de defesa que para o trabalhador a qualidade de vida no trabalho está ligada diretamente às questões trabalhistas, a uma carreira de plano de cargos e salários e outras questões que envolvem o tema.

Para Westley (1979), os programas de Qualidade de Vida no Trabalho envolvem esforços voltados para a humanização do trabalho, buscando solucionar problemas gerados pela própria natureza das organizações produtivas. A humanização do trabalho é uma diretriz que Westley (1979) defende como um dos pontos indispensáveis nos programas de qualidade de vida no trabalho, implantado pelas organizações e voltado para a amenização e solução dos problemas gerados.

Há ainda autores que defendem a Qualidade de Vida no Trabalho como parte de uma estratégia competitiva. A missão da empresa, embora definida por seus gestores, deve estar estrategicamente relacionada aos objetivos organizacionais, sejam estes nos âmbitos gerais ou específicos, e devem ser conhecidos e praticados por todos os membros da empresa (CHIAVENATO, 1999). Com isso os gerentes, que são elos entre os colaboradores e a administração da empresa, procuram conduzir todos os esforços da equipe em busca dos objetivos traçados.

Reforçando o tema, Martins Júnior e Oliveira (1998, p.12) enfatizam a importância do funcionário no alcance dos objetivos traçados para a organização e fazem a seguinte abordagem: “Finalmente, o gerente eficaz está convencido que para alcançar a contribuição dos indivíduos para os objetivos organizacionais, necessário se faz construir um ambiente de trabalho que proporcione a satisfação e a participação dos trabalhadores”.

Podemos observar, nesta breve revisão de alguns conceitos sobre Qualidade de Vida no Trabalho, que cada autor a define de acordo com os valores que lhe parecem mais importantes. Levando em consideração a importância, a velocidade das pesquisas e a procura por parte das organizações por profissionais que as oriente para adotar medidas voltadas para a Qualidade de Vida no trabalho, somente na década de 1990, no Brasil, estas ganharam força.

É descrito por Limongi (1996) que, no Brasil, qualidade de vida e Qualidade de Vida no Trabalho é, sobre tudo, um "desafio cultural". A autora aborda a necessidade de inserção no modo de pensar de uma cultura da "Qualidade de Vida". Ela também caracteriza as empresas nacionais, em sua maioria, como ensaios, tentativas de aproximar-se um pouco mais de "novas tendências" e destaca a falta de informação, falta de consciência e, conseqüentemente, falta compromisso para com os valores e atitudes pertinentes a essa filosofia. Ademais, vale destacar que "é nas organizações que passamos a maior parte de nossas vidas, natural seria que as transformássemos em lugares mais aprazíveis e saudáveis para a execução do nosso trabalho. Locais onde pudéssemos, de fato, passar algumas horas vivendo, criando e realizando plenamente – com qualidade de vida, satisfação e alegria" (VASCONCELOS, 2001, p. 33).

Desta forma, o SEBRAE está entre as empresas líderes pelo investimento em seu quadro funcional e implementação de medidas que influenciem a satisfação de seus colaboradores. Existe uma busca contínua por funcionários mais saudáveis, equilibrados emocionalmente, atualizados intelectualmente e satisfeitos com seu trabalho e sua vida pessoal. Isto gera consideráveis melhorias nos relacionamentos e resultados consistentes de padrão de qualidade do clima Organizacional. Além do mais, Oliveira; Limongi-França (2005, p. 9) enfatizam que "a melhoria das condições de vida e da saúde tem sido um tema de crescente importância, já que impacta indireta ou diretamente a produtividade das pessoas, e os resultados obtidos pelas organizações.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa científica tem por objetivo descobrir e analisar a manifestação dos fenômenos relativos aos vários campos do conhecimento, visando propiciar a interação teoria e prática. Inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico na tentativa de adquirir informações e refletir respeito da temática proposta. Segundo Cerro e Bervian (2002, p. 66): "a pesquisa bibliográfica constitui parte da pesquisa descritiva ou experimental, quando é feita com o intuito de recolher informações e conhecimentos prévios acerca de um problema para o qual se procura resposta ou acerca de uma hipótese que se quer experimentar". Vale salientar que o referencial teórico foi utilizado em todos os estágios da pesquisa.

Como procedimento metodológico utilizou-se de um questionário contendo doze questões, sendo dez perguntas abertas e duas fechadas, que possibilitaram construir o conteúdo da investigação. A população-alvo deste estudo constituiu-se de doze funcionários envolvendo uma instituição privada sem fins lucrativos, SEBRAE/RN, com escritórios regionais: Currais Novos, Santa Cruz, Caicó e Assu.

Segundo Vergara (2004, p. 46) a pesquisa pode ocorrer sobre dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins esta pesquisa será do tipo descritiva e de campo. Descritiva porque expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações, e a pesquisa de opinião insere-se nessa classificação. Quanto aos meios será uma pesquisa de campo e investigação documental. De campo por ser uma investigação empírica realizada no local onde ocorre o fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observações participantes ou não. Investigação documental por ser realizado em documentos conservados no interior da instituição ora pesquisada e/ou site existente.

## ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Buscando responder aos objetivos propostos neste estudo, apresentam-se os resultados da pesquisa realizada no SEBRAE/RN escritórios de interior, por meio dos dados coletados através do questionário que foi aplicado com funcionários da instituição. O mesmo dimensiona o grau de implementação das ações existentes no programa, assim como o ponto de vista dos entrevistados quanto ao modo como vêem o programa, apresentando, ainda, sugestões solicitadas no questionário.

Em relação à percepção dos entrevistados quanto ao Programa “O SEBRAE QUE QUEREMOS”, diagnosticou-se que a maioria dos entrevistados considera o programa como regular. Embora todas as justificativas deixem claro que o programa tem melhorado constantemente, ainda assim, consideram que o mesmo não atende às necessidades do interior, uma vez que, de acordo com a questão 2 do questionário em anexo, a grande maioria das ações acontece na sede, o que dificulta bastante ou impossibilita a participação dos colaboradores em questão.

Diante disso, percebe-se que o fato de não haver uma maior ligação entre o setor de Recursos Humanos da instituição e os escritórios do interior dificulta a implantação das ações na íntegra, ou até mesmo a adaptação do programa a uma realidade diferente da existente na sede. Com isso, a organização corre um sério risco de que o programa tenha um efeito diferente do esperado e acabe gerando uma frustração, pelo fato dos colaboradores saberem que as ações existem mas que eles não tem condições de participar das mesmas.

A respeito da ampliação do Programa, ficou perceptível que mais de 90% dos entrevistados acreditam que o programa poderia ser ampliando e interiorizado, podendo atender de forma igualitária a todos os funcionários e desenvolvendo, com isso, maiores cuidados com a saúde e bem estar do funcionário. Nesse sentido, entende-se que o Programa ainda não atingiu os resultados esperados, haja vista que a maioria respondeu que nada ou pouca coisa mudou na qualidade de vida destes, embora tenham citado que as ações de integração são muito boas e proporcionam momentos muito agradáveis.

Nas ações propriamente ditas do Programa, foi questionado sobre a massagem Shiatsu, sendo esta uma das ações mais desejadas pelos entrevistados que não tem essa ação em seu escritório. Nos comentários, os mesmos citaram que a massagem ajudaria principalmente com as dores musculares e a tensão causada pelo dia a dia corrido desses profissionais. Segundo Frota (2011, p.1):

O shiatsu é uma terapia oriental de reequilíbrio físico e energético. Usualmente é definido como uma "massagem" oriental mas é muito mais do que isso. Atua através de pressões que são aplicadas em determinadas áreas e pontos do corpo humano, efetuadas, basicamente pelos polegares, dedos e palmas, prevenindo, corrigindo disfunções internas, promovendo e mantendo a saúde e tratando doenças específicas

Conforme os dados coletados, é notório que poucos fazem a massagem shiatsu, todavia, a implantação da mesma traria, além dos benefícios expostos, um fortalecimento do programa uma vez que o mesmo estaria atendendo a um maior número de funcionários, melhorando a qualidade de vida e o grau de satisfação dos beneficiados.

Este programa tem, também, por finalidade promover a integração dos colaboradores fazendo com que conheçam a realidade profissional dos outros, assim como seus projetos e estilo de vida de cada um. No gráfico acima, os resultados apresentaram que 80% dos entrevistados não tiveram oportunidade de participar da ação. Nos comentários deste item, demonstraram o interesse em participar da ação e a expectativa do que essa experiência poderia gerar para os mesmos. O relato dos que já participaram da

experiência comprova a integração e a troca de conhecimento entre as equipes e ressalta, ainda, a experiência de conhecer outra realidade.

No tocante a ação “Cinema no Trabalho”, todos os respondentes nunca participaram da mesma. A questão permitia que os entrevistados expusessem sua opinião sobre a ação, onde os mesmos colocaram que, por motivos de logística e de incompatibilidade de agendas, fica difícil participar desta ação, uma vez que esta ocorre apenas na sede. Foi sugerido, ainda, que a ação seja interiorizada deixando um funcionário de cada escritório regional responsável pela efetivação. Essa ação também gera a integração da equipe no ambiente de trabalho, e sendo implantada, ajudaria para que a equipe pudesse se reunir para refletir e discutir sobre temas abordados pelos filmes. A não implantação da mesma pode vir a gerar, nos colaboradores entrevistados, um sentimento de despreocupação em se implantar o programa, embora seja bastante simples sua implantação, necessitando apenas de organização e agendamento de um filme que possa gerar reflexão, refrigerante e pipoca.

A Ginástica Laboral é outra ação em que os resultados apresentados foram negativos, com um percentual de 100% da não participação dos entrevistados. Este resultado inclui todos os colaboradores do SEBRAE/RN, uma vez que esta ação não foi aplicada em nenhum escritório da empresa. A não aplicação desta atividade justifica-se pela não existência de um técnico qualificado para orientação e aplicabilidade da ação. Ainda de acordo com os comentários sobre esta questão, observa-se que os conhecimentos sobre os benefícios da ação em pauta são de que, além de auxiliar na prevenção de doenças do trabalho relacionadas com esforço repetitivo, pode contribuir para descontração no ambiente de trabalho, tornando agradável a jornada diária. Destaca-se, ainda, a importância da implantação desta ação na contribuição para a saúde do colaborador.

A maioria dos entrevistados já assistiu a pelo menos uma apresentação do coral do SEBRAE. Os mesmos relataram que a ação é muito bonita e que ajuda bastante na interação e no lazer entre os funcionários. Na questão 10 foi questionado se os entrevistados teriam interesse em participar desta ação e 60% responderam negativamente, justificando a recusa pelo fato de residirem no interior, ou por julgarem não ter voz para isso. No entanto, os 40% restantes manifestaram o desejo de fazer parte do coral. Percebe-se, portanto, a dificuldade de implantação desta ação no interior já que os escritórios são compostos, basicamente, de quatro funcionários. Ou seja, não haveria público suficiente. Outro problema encontrado nas cidades do interior é indisponibilidade de um professor de canto. Desta forma, percebe-se a importância de incentivar os demais a estar prestigiando os colegas.

Nesse contexto, os entrevistados foram questionados as ações que compõem o Programa que funcionam de forma adequada, tendo a maior parte dos entrevistados omitido suas opiniões sobre quais ações do programa funcionam bem no SEBRAE/RN. Ao longo da pesquisa observa-se que várias ações, propostas pelo programa, não são aplicadas no interior. Este fator pode ter influenciado no alto índice de abstenção para aqueles que responderam. O shiatsu, por sua vez, apareceu em segundo lugar, uma vez que os entrevistados sabem da existência da ação há muito tempo e uma pequena parcela consegue participar da mesma. Quanto ao coral apenas um entrevistado já participou do mesmo, mas a grande maioria já assistiu a alguma apresentação e apóia a ação. É interessante observar que as confraternizações, que normalmente são momentos festivos, não tiveram um índice alto de citação, o que possibilita a análise de que a equipe está focada em participar de ações que possam melhorar sua qualidade de vida no dia a dia.

De acordo com a pesquisa, percebe-se que os entrevistados desejam, primeiramente, participar das ações já existentes. Diante disto, foi pedido aos mesmos que sugerissem duas melhorias para o programa, e a grande maioria sugeriu a interiorização das ações e o incentivo à atividade física, seja em academias já existentes ou com a compra de equipamentos que possam ajudar na prática de alguma atividade física. Os programas de Qualidade de Vida são estruturados buscando atender fatores como satisfação no trabalho, medicina preventiva, segurança no trabalho, entre outras. Desta forma, o ponto de vista de quem é atendido é bastante importante para o acompanhamento de como essas ações estão

sendo implantadas e se estão atendendo ao que se propõem, uma vez que a qualidade de vida no trabalho é um tema que vem crescendo dentro das organizações, como relata Cozzo (2011, p.1):

A preocupação com a qualidade de vida é um fator em ascensão no âmbito organizacional. Inúmeros fatores externos (doenças e adversidades) permeiam o trabalho das pessoas. Os programas de qualidade de vida podem ser de vital importância para o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores, bem como com o desenvolvimento eficaz das organizações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos últimos anos as empresas que estão implantando programas de Qualidade de Vida no Trabalho vêm ganhando expressivo crescimento no ambiente empresarial, dentro da gestão estratégica de pessoas. Guest (1979) considera que a competência de nível gerencial é condição primordial de tais programas. Conforme seu ponto de vista, a competência e o comprometimento da administração com os resultados do programa são vitais para o sucesso do projeto.

Neste contexto, a pesquisa buscou entender quais as consequências da aplicação do programa de qualidade de vida no trabalho, implementado pelo SEBRAE/RN, nos escritórios das cidades de Currais Novos, Santa Cruz, Caicó e Assu, por perceber que a realidade entre a sede e os escritórios acima citados é diferente e que esta realidade pode interferir no bom andamento do projeto.

Os resultados obtidos revelaram que a instituição pesquisada possui um programa de “qualidade de vida” bem estruturado com várias ações que contemplam saúde, interação, desenvolvimento profissional, entre outras. Contudo, dentre as ações apresentadas, poucas foram implantadas nos ambientes estudados, o que mostra uma discrepância entre o que está estruturado no papel e o que acontece na realidade com o público alvo da pesquisa. Outro ponto importante é o modo como os colaboradores avaliaram o programa. Os mesmos avaliaram como regular e enfatizaram que a forma como o programa é aplicado hoje deixa a impressão de que o mesmo só funciona bem na Capital.

Sendo assim, as atividades podem ser melhor programadas buscando promover a satisfação e a qualidade de vida dos funcionários do interior, uma vez que a implementação do programa, na íntegra, certamente influenciará no desempenho profissional trazendo melhores resultados para a organização.

## REFERÊNCIAS

- BATEMAN, T. S. SNELL, S. A. **Administração: construindo vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 1998.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas – o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- COZZO, Alexandre Slivnik. BATISTA, Daniele Barrionuevo Kallas. **Programas de qualidade de vida no trabalho: um olhar sobre seus benefícios para as empresas e para os colaboradores**. XI CONGRESSO DE QUALIDADE DE VIDA. Disponível em: <[www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br)>. Acesso em 09 de ago. 2011.
- FERNANDES, Eda Conte. **Qualidade de vida no trabalho – como medir para melhorar**. São Paulo: Casa da Qualidade, 1996.

FRANÇA, A. C. Limongi. **Qualidade de vida no trabalho**: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial, 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

FROTA, Raquel. **A história do Shiatsu**. Disponível em <[www.viveralternativo.com.br](http://www.viveralternativo.com.br)> acesso em 11 de ago. 2011.

GUEST, Robert H. Quality of wok life: learning from tarrytown. **Harvard Business Review**, p. 76-87, 1979.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Qualidade de vida no trabalho** – conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMONGI FRANÇA, A. C. **Indicadores empresariais de Qualidade de Vida no Trabalho**.1996. 213 f. Tese de Doutorado. FEA/USP, São Paulo

MARQUES, Maria de Fátima Teixeira e OLIVEIRA, José Arimatés. **Qualidade de Vida no Trabalho dos funcionários de duas unidades referenciais de saúde**. Série cadernos de estudo do GERHQUAL – No. 05. Natal: UFRN, 1998. Disponível em: <[www.ufrn.br/gerhqual](http://www.ufrn.br/gerhqual)>. Acesso em 03 de jun. 2011.

MARTINS JÚNIOR, Gilberto P. e OLIVEIRA, José Arimatés. **Qualidade de vida e recursos humanos: um estudo de caso em uma empresa de telecomunicações**. Série cadernos de estudo do GERHQUAL – N. 1. Natal: UFRN, 1998. Disponível em: <[www.ufrn.br/gerhqual](http://www.ufrn.br/gerhqual)>. Acesso em 05 de jun. 2011.

MASLOW, A. (1954). **Motivation and personality**. Nova York: Harper & Row.

OLIVEIRA, Patrícia Morilha de; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Avaliação da Gestão de Programas de Qualidade de Vida no Trabalho. **Revista de Administração Eletrônica**, São Paulo, v. 4, n. 1, art. 9, jan./jun. 2005.

VASCONCELOS, Anselmo Ferreira. Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 08, n. 1, janeiro/março 2001, 23-35.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2004

WALTON, R. E. Quality of Working life: What is it? **Sloan Management**, 15: 11-21, 1973

WESTLEY, W. Problems and Solutions in the Quality of Working Life. **Human Relations**, v. 32,n. 2. 1979.

## RECICLAGEM DE ÓLEO DE COZINHA, SABÃO ECOLÓGICO, UMA DAS MANEIRAS DE PRESERVAÇÃO DO AMBIENTE

VALDEMIR JOSÉ MÁXIMO OMENA DA SILVA Autor<sup>1</sup>, SARAH PATRÍCIA AGUIAR E SILVA Autor<sup>2</sup>,  
LUANA FRANCISCA RODRIGUES SILVA<sup>3</sup> e FRANCISCA DE FREITAS LOPES<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês, <sup>2</sup>Instituto Federal do Maranhão – Campus Zé Doca,

<sup>3</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês e <sup>4</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Santa Inês  
valdemiromena@ifma.edu.br – sarahomena@ifma.edu.br

### RESUMO

A sociedade passa por transformações constantes de cunho social, político e econômico em função do processo de globalização em que estamos inseridos. Com isso, surge cada vez mais a necessidade da sociedade se organizar para fortalecer-se, visando maior competitividade e consequentemente proporcionar o crescimento econômico e social das comunidades. Este trabalho faz uma discussão sobre o cooperativismo através dos princípios da Economia Solidária, através da qual é possível à sociedade o equacionamento de problemas que há muito desafiam as diversas áreas sociais, científicas, tecnológicas, políticas e econômicas. A organização de empreendimentos econômicos solidários permite uma outra maneira de inclusão dos trabalhadores, de forma organizada e de auto gestão, considerando os aspectos sociais da realidade brasileira, nas esferas nacional, regional e local. Neste sentido, a cooperativa de reciclagem de óleo vegetal, organizada dentro dos princípios da Economia Solidária é uma alternativa de emprego e renda para os trabalhadores das cidades. Deve-se considerar ainda, que a destinação final dos resíduos (óleo vegetal) se constitui como um dos principais desafios ambientais para a sociedade, requerendo ações objetivas e práticas para a sua solução. Neste contexto, a reciclagem desse resíduo se apresenta como alternativa à preservação ambiental, através da geração de trabalho e renda.

**Palavras-chave:** globalização, competitividade, cooperativismo e reciclagem.



## 1. INTRODUÇÃO

A questão do lixo está se tornando um dos problemas mais graves da atualidade. A reciclagem é uma forma muito atrativa de gerenciamento de resíduos, pois transforma o lixo em insumos, com diversas vantagens ambientais. Pode contribuir para a economia dos recursos naturais, assim como para o bem estar da comunidade. Embora a tecnologia atual já permita reciclar com eficiência diversos materiais amplamente consumidos, no Brasil, a reciclagem não é ainda um hábito, porque ainda reciclamos 1,5% do lixo urbano orgânico sólido produzido, 10% da borracha consumida, 15% das garrafas PET, 18% dos óleos lubrificantes, 35% das embalagens de vidro e de latas de aço. Os números mais favoráveis estão na reciclagem das latas de alumínio, 65% e na de papel, 71%.

Muitos estabelecimentos comerciais (restaurantes, bares, lanchonetes, pastelarias, hotéis) e residências jogam o óleo comestível (de cozinha) usado na rede de esgoto. O óleo mais leve que a água, fica na superfície, criando uma barreira que dificulta a entrada de luz e a oxigenação da água, comprometendo assim, a base da cadeia alimentar aquática, os fitoplânctons. Além de gerar graves problemas de higiene e mau cheiro, a presença de óleos e gorduras na rede de esgoto, causa o entupimento da mesma, bem como o mau funcionamento das estações de tratamento. Para retirar o óleo e desentupir são empregados produtos químicos altamente tóxicos, o que acaba criando uma cadeia perniciososa. Além de causar danos irreparáveis ao meio ambiente constitui uma prática ilegal punível por lei.

A preocupação com o desenvolvimento sustentável é tema recente na agenda de universidades, empresas privadas, governos e sociedade em geral. Propõe-se, neste projeto, a implantação de uma fábrica de sabão ecológico, no formato da Economia Solidária, poderá contribuir para a geração de trabalho e renda de uma comunidade inserida numa região da periferia da cidade de Santa Inês, Maranhão.

Esse artigo apresenta o estudo de viabilidade mercadológico, econômico e financeiro elaborado para a implantação de uma cooperativa que se alicerça em dois pilares: A geração de trabalho e renda por meio da Economia Solidária e a Preservação Ambiental, tendo a participação ativa da comunidade, das empresas locais, dos alunos e dos professores. O presente artigo demonstra que a elaboração de um Plano de Negócios, uma ferramenta empresarial gerencial, é perfeitamente adequada à área social. Podendo assim, os gestores sociais administrarem os empreendimentos que tenham, sobretudo, como base a geração de trabalho e renda por meio da Economia Solidária.

Sob esta perspectiva, questioná-se: como preservar o meio ambiente transformando o óleo de cozinha já utilizado em insumos para a geração de emprego e renda?

A metodologia empregada para a comprovação da viabilidade do empreendimento baseou-se na metodologia proposta por um Plano de Negócios (DORNELAS, 2005; DOLABELLA, 2002). Plano de Negócios é um documento pelo qual o empreendedor formaliza os estudos a respeito de suas idéias, transformando-as num negócio. No Plano de Negócios estará registrado o conceito do negócio, os riscos, os concorrentes, o perfil da clientela, as estratégias de marketing, bem como todo o plano financeiro que viabilizará o novo negócio, além de ser um ótimo instrumento de apresentação para o empreendedor que procura um sócio ou um investidor. Na medida em que haja mudanças no cenário do mercado, da economia, da tecnologia ou das ações dos competidores, deve ser feita a sua revisão.

Como forma e método de procedimento, foram articulados e discutidos pesquisas e artigos científicos sobre Economia Solidária, cooperativismo, autogestão e políticas públicas, além de pesquisas realizadas pelos autores em outros momentos, conjuntamente com a visita técnica, tendo por objetivo clarear a reflexão e a linha argumentativa.

Em suma, este trabalho primeiramente fará uma breve reflexão sobre os conceitos chave e a evolução das práticas da Economia Solidária durante a história e, principalmente sobre o conceito de cooperação. Dando seqüência, apresentará os resultados alcançados através dos métodos utilizados, os materiais, as pessoas envolvidas e a estrutura.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 A Tecnologia Empregada

Foi realizado pelos alunos do curso de cooperativismo uma sensibilização junto à comunidade da cidade de Santa Inês como também nos outros cursos do IFMA. Essa sensibilização foi feita através de apresentação de slides nas salas de aula, palestras, exibição de vídeos relacionados, material escrito, bem como a visita aos empresários locais que trabalham com óleo de cozinha que poderiam ajudar na iniciação do empreendimento.

Ficou estabelecido dois pontos de coletas internas no instituto. Uma aluna bolsista do curso de cooperativismo estaria recebendo as doações durante a manhã e pela tarde outro bolsista. Já nos estabelecimentos comerciais contactados, a coleta seria às quintas feiras a cada oito dias.

De posse do óleo vegetal coletado, este foi levado para o laboratório de cooperativismo onde passou pelo primeiro processo de limpeza, ou seja, coagem das impurezas contidas. Logo após a separação do óleo limpo, foi adicionado os elementos que realizam a mistura dando consistência ao sabão.

A tecnologia empregada na montagem da cooperativa foi constituída por: dois tambores de 50 litros para armazenamento do óleo vegetal; uma cortadora de sabão manual; três Baldes de 20 lts; duas estantes com seis prateleiras para secagem do sabão, com capacidade de comportar 250 barras/estante; uma mesa 12m<sup>2</sup> para embalagem; um Fogão semi industrial de 2 bocas.

### 2.2 A Descrição dos Principais Processos Produtivos

Para diminuir os custos de fabricação do sabão em barra, o processo de produção será a frio, sendo parte das operações realizadas com equipamentos elétricos e o restante do trabalho feito manualmente. O processo de fabricação do sabão em barra compreende as seguintes operações fundamentais:

- a) O processo inicia com a coagem do óleo vegetal vindo de restaurantes, residências, pastelarias e outros para eliminação dos resíduos, processo feito através da utilização de peneira fina para reter as impurezas e um recipiente onde será coletado a gordura limpa.
- b) Após a coagem da matéria - prima principal (óleo vegetal) o mesmo será transferido para os baldes onde será acrescentado o amaciante ou essência para que o sabão não apresente cheiro desagradável. Em outro recipiente, será dissolvida a soda caustica em escama, e em seguida despejado neste mesmo balde. A mistura é mexida até que fique a ponto de massa e homogênea, (fazendo algumas paradas para que a mistura possa descansar), acrescentando corante para tingir sabão na cor desejada. Em seguida despeja-se essa massa nos moldes apropriados, deixando-os armazenados em local arejado por vinte e quatro horas, neste período o sabão não poderá tomar sol. Após este período de secagem, as barras são retiradas dos moldes no qual são levadas para a área de corte.
- c) O processo seguinte consiste na moldagem quanto o tamanho desejado. Após feito esse processo, os produtos são direcionado para as prateleiras onde passarão dez dias antes de serem utilizados.
- d) Produto final (sabão em barra ou tabletes).

### 3. CONCLUSÃO

Esse projeto mostrou que é possível transferir para a área social uma ferramenta gerencial, neste caso, o Plano de Negócios. As organizações sociais carecem de profissionalização na área de gestão. Não há como considerar geração de trabalho e renda e muito menos, Economia Solidária, sem contemplar os aspectos técnicos associados a um projeto de viabilidade mercadológico, econômico e financeiro.

O projeto de implantação da cooperativa se encontra em fase de iniciação, no qual está sendo realizado por alunos do curso de cooperativismo do IFMA campus Santa Inês - Ma. Os benefícios oriundos deste empreendimento são explícitos, por que a comunidade local está empenhada na colaboração para armazenar o óleo utilizado, participando ativamente no andamento dessa cooperativa.

A questão que vem à tona é a preservação ambiental, geração de emprego e renda através da economia solidária que transcende a comunidade local proporcionando o desenvolvimento sustentável.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

**UNISOLBRASIL.** Disponível em: <<http://www.unisolbrasil.org.br/info/econsolid.php>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

**Anais do 4º ENEMPRES.** Santa Catarina: UFSC/ENE, 2002.

**ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS E SUSTENTÁVEIS,** São Paulo: Peirópolis, 2001.

ASSEBURG, Hans Benno; GAIGER, Luiz Inácio. **A economia solidária e a redução das desigualdades.** Ecosol, 2008. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br/txt/desigualdades.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

BARCELLOS, Ana Paula. **Economia Popular e solidária:** uma alternativa à crise do mercado de trabalho brasileiro nos anos 90. 2000. 64f. Monografia (conclusão de curso) – Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Ciências Econômicas, Florianópolis. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br/txt/desigualdades.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

BRUNI, Luigino. Economia carismática. **Economia de Comunhão – uma cultura nova,** Vargem Grande Paulista, Ano 12, n.2, p.6-7, nov. 2006.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela . **O Segredo de Luiza.** 15ª São Paulo: Cultura Editores Associados, 2004.

COELHO, Júlia. **Economia solidária e desenvolvimento sustentável:** análise preliminar visando avaliar os espaços da economia solidária no RS. Disponível em: <[HTTP://www.fbes.org.br/?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=220](http://www.fbes.org.br/?option=com_docman&task=doc_download&gid=220)>.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, c2005.

GAIGER, Luiz Inácio. **A economia solidária no Brasil**: refletindo sobre os dados do primeiro Mapeamento Nacional. Ecosol, 2008. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br/txt/mapeamento1.pdf>>. Acesso dia: 3 mar. 2008.

GERANEGOCIO. Disponível em: <<http://www.geranegocio.com.br>>. Acesso dia: 3 mar. 2008

SEBRAEMG. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br>>. Acesso dia: 3 mar. 2008

ITCP. **Um pouco sobre a economia solidária no Brasil**. ITCP-USP, 2006. Disponível em: <<http://www.itcp.usp.br/?q=node/12>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

LEITE, Emanuel. **Incubadora social**: a mão visível do fenômeno do empreendedorismo criando riqueza. In:

MELO NETO, Francisco Paulo de Melo e FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

RATTNER, Henrique. **Economia solidária**: por que? Revista Espaço Acadêmico, Maringá, Ano 4, n.44, jan. 2005. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/044/44rattner.htm>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

RAZETO, Luis M. **La economia de solidaridad**: concepto, realidad e proyecto. **Persona y Sociedad**, Santiago de Chile, v.13, n.2, ago. 1999. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br/txt/razeto.doc>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

ROUERE, Mônica de; PADUA Suzana Machado. **Empreendedores sociais em ação**. São Paulo: Cultura Associados, 2001.

TAUILE, José Ricardo. **Do socialismo de mercado à economia solidária**. Ecosol, 2001. Disponível em: <<http://www.ecosol.org.br/txt/socmerc.pdf>>. Acesso em: 3 mar. 2008.

UNISOL Brasil. **O que é economia solidária?** UnisolBrasil, 2008. Disponível em: <http://www.unisolbrasil.org.br/info/econsolid.php>.

## RELAÇÕES ENTRE POLÍTICA PÚBLICA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, FINANCIAMENTO E TECNOLOGIA SOCIAL NA BAHIA

Thyrso Sacramento Maltez<sup>1</sup> e Núbia Moura Ribeiro<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia - Campus Salvador  
[maltez@terra.com.br](mailto:maltez@terra.com.br) e [nubia@ifba.edu.br](mailto:nubia@ifba.edu.br)

### RESUMO

Este artigo busca identificar possíveis relações entre Política Pública, Financiamento de Ciência e Tecnologia e Tecnologia Social (TS), consideradas como iniciativa de uma nova forma para tratar os problemas sociais, problemas da exclusão, do desemprego e renda. Através da leitura dos editais FAPESB no período de 2008 a 2010, procurou-se analisar os seus conteúdos, tentando identificar se a tecnologia social se faz presente e como ela aparece diante de outras formas de desenvolvimento e estratégias das políticas públicas no Estado da Bahia. Teorias sobre “Tecnologia Social”, “Ciência e Tecnologia”, “Políticas Públicas” e “Financiamento”, foram consideradas como as principais bases teóricas deste trabalho. Este trabalho apresenta uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem quantitativa e qualitativa, descritiva, utilizando como procedimentos básicos a pesquisa bibliográfica e documental. O resultado obtido mostra que, apesar da TS, como uma alternativa contra-hegemônica, ainda não ser contemplada na maioria dos editais pesquisados, ela se apresenta de forma evolutiva durante os anos pesquisados, indicando que pode ser uma alternativa possível, frente a uma tecnologia hegemônica, a tecnologia capitalista. Segundo alguns teóricos da TS, esse tipo de tecnologia não consegue reduzir as questões presentes no mundo contemporâneo, como a crescente exclusão social e as questões relacionadas ao mundo do trabalho, como, por exemplo, o trabalho informal e precário.

**Palavras-chave:** tecnologia social, ciência, tecnologia, financiamento, políticas públicas.

## 1. INTRODUÇÃO

Os indicadores sociais do Brasil têm mostrado melhorias nos últimos anos. Cita-se como exemplo o Índice de Desenvolvimento Humano que passou de 0,649 em 2000 para 0,699 em 2010, colocando o país em 73ª posição entre 169 países (PNUD, 2010). Apesar desta melhoria, prevalece uma grande desigualdade social, excluindo significativa parcela da sociedade do acesso a recursos tecnológicos.

Uma das alternativas para reduzir os índices de desigualdade é a participação das comunidades, sobretudo as de baixa renda, na criação e implementação de tecnologias necessárias para sua manutenção e crescimento, na perspectiva das tecnologias sociais. Define-se Tecnologia Social (TS) “como um conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e /ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para a inclusão social e melhoria das condições de vida” (ITS, 2004).

Dentre os diversos segmentos que compõem a sociedade, normalmente cabe à comunidade científica a criação de conhecimento, a pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias. No modelo de desenvolvimento científico e tecnológico brasileiro, os recursos utilizados para isto são disponibilizados por meio de editais de agência de fomento, tais como as fundações de amparo à pesquisa dos diversos estados. Já que cabe à comunidade científica realizar pesquisa que resulte em desenvolvimento de tecnologias, espera-se que esta comunidade esteja envolvida também do desenvolvimento de tecnologias sociais. Este trabalho surge justamente a partir da percepção de que os órgãos de fomento da pesquisa devem estimular o surgimento de tecnologias sociais, a fim de envolver a comunidade científica no desenvolvimento destas tecnologias.

O objetivo desta investigação é identificar nos editais da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia-FAPESP, durante o período de 2008 a 2010, a existência da expressão “**Tecnologia Social**” ou expressões correlatas, buscando as possíveis relações entre Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I), Políticas Públicas, Financiamento e Tecnologia Social (TS). Desta forma, procura-se responder a um questionamento considerado como problemático para as condições sociais contemporâneas: os editais da FAPESP, que é a executora da política de pesquisa do Estado da Bahia, contemplam adequadamente ações de apoio à tecnologia social?

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1. Tecnologia Social

Por que falar em Tecnologia Social (TS)? É possível pensar em TS quando a presença da tecnologia capitalista é hegemônica? As políticas públicas contemplam a TS? Várias são as questões que aparecem quando a proposta é investigar a tecnologia social, políticas públicas de ciência, tecnologia e inovação e financiamento.

Há algum tempo o sistema capitalista é questionado em todas as suas manifestações, por teóricos de esquerda e mesmo de direita, que alegam que esse sistema não mais apresenta alternativas para barrar a pobreza, a exclusão e questões contemporâneas de trabalho, emprego e renda, entre outras. A exemplo destas reflexões cita-se Mance (2008, 13), quando ele destaca que “Embora alguns prefiram negar e renegar essa verdade, o capitalismo possui várias fendas sistêmicas que o impedem de ser economicamente, ecologicamente e solidariamente sustentável”.

Não se pretende criar uma relação de causalidade entre a incapacidade de o sistema capitalista responder a determinadas questões sociais e o incentivo à Tecnologia Social, mas coloca-se a pergunta por que é necessário conceber Tecnologia Social (TS)? Esta questão é respondida por Dagnino (2010, p.52) de forma clara e consistente quando se refere à tecnologia convencional (TC), inclusão social (IS) e geração de conhecimento:

Essa pergunta pode ser preliminarmente respondida pela menção a duas razões. Primeiro, porque se considera que a tecnologia convencional (TC), a tecnologia que hoje existe, que a empresa privada utiliza, não é adequada para a IS. Ou seja, existem aspectos na TC, crescentemente eficiente para os propósitos de maximização do lucro

privado para os quais é desenvolvida nas empresas, que limitam sua eficácia para a IS. Segundo, porque se percebe que as instituições públicas envolvidas com a geração de conhecimento científico e tecnológico (universidades centros de pesquisa etc.) não parecem estar ainda plenamente capacitadas para desenvolver uma tecnologia capaz de viabilizar a IS e tornar autossustentáveis os empreendimentos autogestionários que ela deverá alavancar.

Os efeitos destrutivos do capital estão presentes em obras de outros autores, como Mészáros (2003, p. 21) quando afirma, por exemplo:

Na situação de hoje, o capital não tem mais condições de se preocupar com “o aumento do círculo de consumo”, para benefício do “indivíduo social pleno” de quem falava Marx, mas apenas com a sua reprodução ampliada a qualquer custo, que pode ser assegurada, pelo menos por algum tempo, por várias modalidades de destruição. Pois, do perverso ponto de vista do “processo de realização” do capital, *consumo e destruição são equivalentes funcionais*.

Os contrapontos entre tecnologia convencional (TC) e tecnologia social (TS) são apresentados por Dagnino (2010, p.54) e sistematizados na Tabela 01.

**Tabela 01. Contraponto entre TC e TS. Adaptado de Dagnino (2010).**

Tecnologia Convencional	Tecnologia Social
Mais poupadora de mão de obra	Não é poupadora de mão de obra
Mais intensiva em insumos sintéticos do que seria conveniente.	Intensiva em insumos naturais e mão de obra
Possui escalas ótimas de produção sempre crescentes.	Adaptada a pequeno tamanho.
Sua cadência de produção é dada pelas máquinas.	Cadência de produção é dada pelos seres humanos
Ambientalmente insustentável.	Busca relações ambientalmente e humanamente sustentável.
Possui controles coercitivos que diminuem a produtividade.	Liberada da diferenciação entre patrão e empregado
Segmentada: não permite controle do produtor direto.	Adaptada ao reduzido tamanho físico e financeiro, não discriminatória, sem diferenciação – disfuncional, anacrônica e prejudicial nos ambientes autogestionários – entre patrão e empregado
Maximiza a produtividade em relação à mão de obra ocupada	Não busca maximizar a produtividade em relação à mão de obra ocupada
Alienante: não utiliza a potencialidade do produtor direto.	Liberadora do potencial físico e financeiro, e da criatividade do produtor direto
Possui padrões orientados pelo mercado externo de alta renda.	Orientada para o mercado interno de massa
Hierarquizada: demanda a figura do chefe etc.	Não discriminatória (patrão <i>versus</i> empregado).
Monopolizada pelas grandes empresas dos países ricos.	Capaz de viabilizar economicamente os empreendimentos autogestionários e pequenos.

No que se refere às relações entre o uso do conhecimento e da tecnologia, observa-se que, tanto as empresas privadas quanto as instituições, públicas ou privadas, que produzem conhecimento, o fazem seguindo o paradigma do capital. Tal uso limita a forma de ver os problemas do mundo à ótica do capital hegemônico, uma visão materialista e convencional. Essa prática é excludente, não cuida do meio ambiente e é alienante, entre outras considerações. Neste aspecto mais uma vez recorre-se a Dagnino (2010, p.62) quando afirma que:

Nossa visão é a de que a ciência reforça “sua” sociedade e tende a inibir a mudança social. Ou seja, a ciência e a tecnologia produzida sob a égide da formação social capitalista tendem a inibir uma mudança que contrarie suas regras de funcionamento,

que debilite a acumulação do capital, que aponte para uma forma de organização do processo de trabalho e da vida em sociedade diferente.

Uma tecnologia que provoca o consumo exagerado, como a tecnologia convencional ou tecnologia capitalista, que induz ao supérfluo e é poupadora de mão-de-obra, não demonstra preocupação com os efeitos danosos quer seja para o meio ambiente, ou, o que é mais conflitivo, para o próprio ser humano.

Enquanto a TS não se dissocia da realidade e dos valores locais, nem da valorização do ser humano, a “tecnologia convencional” promove, como visto antes, efeitos danosos, inclusive, a própria destruição de caráter de um ser. A lealdade, o comprometimento, a solidariedade, o respeito e reconhecimento do próximo, ficam seriamente comprometidos. Implícita nesta concepção de tecnologia está a também a concepção de que os serviços e produtos precisam ser consumidos rapidamente, transformados, descartados logo em seguida, nada pode durar muito tempo (BAUMAN, 2003). “As pessoas sentem falta de relações humanas constantes e objetivos duráveis” (SENNETT, 1999, p.116). Um mundo onde se valoriza mais o ter e não mais o ser, precisa ser repensado, questionado.

## 2.2. Política Pública em Ciências, Tecnologia e Inovação

De acordo com Heidermann (2010), falando-se em termos político-administrativo, o desenvolvimento de uma sociedade é resultado de decisões formuladas e implementadas pelos governos dos estados nacionais e supranacionais conjuntamente com as demais forças vivas da sociedade, especialmente as forças de mercado em seu sentido lato. E, em seu conjunto, essas decisões e ações de governo e de outros atores sociais constituem o que genericamente se conhece com o nome de *política pública*.

Heidermann (2010, p. 29) afirma que a política é também “a arte de governar e realizar o bem público” e nesse sentido,

Ela é o ramo da ética que trata do organismo social como uma totalidade e não apenas das pessoas como entidades individuais. Por isso, o “desenvolvimento” como um alvo a ser perseguido deve ser qualificado para representar de fato um “bem público”; um processo de desenvolvimento que cristaliza desigualdades sociais, ou que destrói a natureza, por exemplo, não será visto como um “bem público”. Desenvolve-se o que, para quem, com que benefício e a que custo/ que dimensões do ser humano são satisfeitas por ele? (HEIDERMANN, 2010, p. 29)

Ainda de acordo com esse autor, em sua acepção mais operacional, a política é entendida como ações, práticas e diretrizes políticas, fundadas em leis empreendidas por um governo como funções de Estado, para resolver questões gerais e específicas da sociedade. Nesse contexto, o Estado passa a ter uma presença mais prática e direta na sociedade, especialmente por meio do uso do planejamento, “que pressupõe políticas previamente definidas tanto de alcance geral ou “horizontal” (por exemplo, política econômica), como de alcance ou impacto setorial (por exemplo, política de saúde)” (HEIDERMANN, 2010, p. 29).

As dificuldades em estabelecer políticas públicas que contemplem as questões sociais são conhecidas e, possivelmente, recorrentes. Portanto, é um desafio para o Governo estabelecer e programar políticas direcionadas para a população mais vulnerável da sociedade.

Partindo desta consideração concordamos com Guimarães e Schwegber, quando destacam que

As políticas sociais, em geral, apresentam-se fragmentadas e sem forças para ultrapassar o nível da subsistência ou da compensação, sem conseguirem estabelecer-se como direitos de cidadania e como parte de estratégias de desenvolvimento para o país (GUIMARÃES & SCHWEGBER, 2004, apud SILVA, 2009, p.51).

É necessário superar esse tipo de dificuldade, e estabelecer novos paradigmas que devem, necessariamente, considerar o contingente da população brasileira excluída, que não consegue uma saída decente para esse tipo de situação sem a atuação prioritária do Governo. É preciso encontrar outra forma de se fazer política pública, é necessário romper com a maneira tradicional de conceber e aplicar políticas sociais”, criando as condições para que “os indivíduos e famílias saiam da situação de pobreza e risco social, recuperando as rédeas de suas próprias vidas com dignidade (POCHMANN, 2002,



apud SILVA, 2009, p. 59). Isto demanda não só a vontade de estabelecer uma política com características voltadas para a sociedade mais necessitada, mas, também, recursos públicos que incentivem a pesquisa em CT&I direcionadas para esta fatia da sociedade. Vale salientar que a participação popular é um elemento necessário nessa configuração.

### 2.3. FAPESB

A FAPESB, vinculada à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado da Bahia (SECTI), é uma instituição de direito público, criada em 2001, que tem como objetivo estimular e apoiar o desenvolvimento das atividades científicas e tecnológicas do Estado. E, segundo o portal da FAPESB, a fundação “vem buscando a inserção plena da ciência e da tecnologia na solução de problemas econômicos e sociais que afetam o desenvolvimento sustentável da economia baiana” (FAPESB, 2011).

A partir da criação da FAPESB em 2001, a CT&I no Estado da Bahia passa a ter um papel estratégico no planejamento de governo. A partir deste marco inicia-se o direcionamento e a formulação das políticas públicas do Estado voltadas para ciência e tecnologia, fazendo com que elas se tornem coerentes com as tendências observadas em outras unidades da Federação.

Em 2003, o Governo estadual criou a Secretaria Extraordinária de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI), institucionalizada em 2004, reconhecendo e assumindo a CT&I como fundamental para o desenvolvimento econômico e social do estado. A SECTI, à qual a FAPESB está vinculada, informa que “tem como principal desafio contribuir para a impressão de um novo ritmo de desenvolvimento sustentável para o estado”. Encontramos ainda no portal da SECTI, a informação de que a sua “atuação está presente junto às tecnologias de ponta, portadoras de futuro, e às tecnologias sociais, que proporcionam inclusão [...] os novos rumos da CT&I estão sendo guiados com foco na melhoria da qualidade de vida dos baianos” (SECTI, 2011)

Desta forma, fica claro o papel do Estado quando estabelece iniciativas como as citadas anteriormente, mostrando a sua inserção em consonância com as orientações do Governo Federal, desenvolvendo e definindo as estratégias necessárias para a formulação e execução de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento econômico e social da Bahia.

Na Bahia, assim como no Brasil de modo geral, os recursos disponibilizados para ciência e tecnologia são ainda poucos, se comparados com os de outras áreas, apesar de que, de forma lenta, demonstram certa evolução. De um modo geral, os editais da FAPESB apoiam financeiramente, entre outros, projetos de pesquisa, participação de pesquisadores em reuniões científicas, organização de eventos para a divulgação de trabalhos científicos e/ou tecnológicos e publicações especializadas e bolsas para teses e dissertações, sinalizando desta forma, as suas prioridades.

Apesar de não ser, ainda, uma prioridade institucional do Governo do Estado, encontra-se na Política de Ciência, Tecnologia e Inovação para o Estado da Bahia, de maio de 2004, a relação do Programa de Fomento FAPESB que apresenta nos “Editais Temáticos” a seguinte informação: “o Programa Editais Temáticos busca maximizar o retorno social dos investimentos em CT&I ao tempo que alavanca recursos para a pesquisa, por meio de um *pool* de agentes financiadores e da definição de temas estratégicos prioritários em face dos problemas sociais e econômicos do Estado” (FAPESB, 2004). Ainda em relação ao Programa de Fomento FAPESB, no Programa Bahia Inovação, sub-programa “Rede de Empreendedorismo” há referência a “chamada estadual de apoio às incubadoras” e no sub-programa “Edital Bahia Inovação” sinaliza que “os trabalhos a serem apoiados devem, necessariamente, tratar de temas relacionados à inovação tecnológica com alto potencial de retorno econômico e social”.

A importância que tem a TS para o financiamento de política pública, ou a falta dela, é reconhecida por Dagnino (2010, p. 267) quando revela que “é escassa a importância relativa da Tecnologia Social (TS) na distribuição dos recursos para as atividades de Ciência e Tecnologia (C&T)...”. E, ainda segundo o autor “transformar a TS em política pública supõe uma diminuição da soma dos pesos das demais agendas na formação da agenda de PCT” (DAGNINO, 2010, p. 267). Possivelmente, é esta uma dificuldade encontrada para transformar a TS em um item prioritário no financiamento de política pública no país.

### 3. METODOLOGIA

Este trabalho apresenta uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem quantitativa e qualitativa, descritiva, utilizando como procedimentos básicos a pesquisa bibliográfica e documental. Para a pesquisa bibliográfica, buscou-se os livros, artigos e trabalhos monográficos que tratam dos temas “tecnologia social”; “financiamento” e “política pública”, entre outros. Quanto à pesquisa documental, as informações obtidas estão baseadas em fontes de referências produzidas por órgão público, no caso os editais da FAPESB.

#### 3.1. Contexto da pesquisa

A escolha dos editais da FAPESB para compor o *corpus* da pesquisa deve-se aos seguintes fatores: primeiramente, por considerar que, em se tratando de política pública estadual, a FAPESB é o órgão que tem como objetivo estimular e apoiar o desenvolvimento das atividades científicas e tecnológicas do Estado. E, segundo, porque no portal da FAPESB, é explicitado que esta fundação “vem buscando a inserção plena da ciência e da tecnologia na solução de problemas econômicos e sociais que afetam o desenvolvimento sustentável da economia baiana” (FAPESB, 2011), condição esta que justifica a escolha dos editais da fundação para a realização deste trabalho.

O procedimento inicialmente utilizado foi identificar os editais divulgados no Portal da FAPESB, nos anos 2008, 2009 e 2010. Fez-se então uma leitura crítica do conteúdo dos editais, buscando o termo **tecnologia social** ou outros termos que se aproximassem do arcabouço conceitual da TS. O período de 2008 a 2010 foi escolhido visando-se investigar, em contexto recente, as relações entre TS e financiamento para ciência, tecnologia e inovação. Além disso, os editais publicados pela FAPESB nos anos de 2008 a 2010 estão disponibilizado no portal eletrônico, facilitando o acesso. Os editais do ano de 2011 também estão disponibilizados, porém, como o ano ainda está em andamento, estes editais não foram considerados.

Optou-se por uma leitura completa de todo o texto dos editais, incluindo também as erratas disponibilizadas para alguns. Buscou-se realizar uma leitura atenta, disciplinada, procurando alcançar a significação mais profunda do texto.

Para efeito deste trabalho, escolheu-se como método de análise a Análise do Conteúdo, porque, dentre outras possibilidades, busca trabalhar com o explícito do texto, mas também permite a sua interpretação. Concordamos com Moraes quando no artigo intitulado “Análise de conteúdo”, diz:

A análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para **descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos**. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. (MORAES, 1999, sp, **grifo nosso**)

Realizou-se uma leitura crítica dos conteúdos, procurando apenas pela existência do termo **tecnologia social**, o que na metodologia da análise de conteúdo, pode-se chamar de *unidade de análise* (palavras, frases, temas ou mesmo os documentos em sua forma integral). Em seguida viu-se a necessidade de, também, buscar termos que se aproximavam da TS por semelhança ou analogia, como, por exemplo, *tecnologia para combate da desigualdade social*, ampliando dessa forma a unidade de análise. Na sequência, procurou-se descrever o conteúdo pesquisado, expressando os significados observados e intuídos nos textos dos editais analisados. Procurou-se organizar as informações em tabelas e quadros, com percentuais e outros dados significativos.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O levantamento dos editais publicados pela FAPESB entre 2008 e 2010 resultou nos dados abaixo apresentados na Tabela 02.

**Tabela 02. Número de editais pesquisados, organizados por ano.**

Ano	Nº de editais	Percentual*	Erratas
2008	9	12,32%	007/2008; 008/2008; 010/2008; 016/2008 (erratas 1 e 2); e 017/2008 (erratas 1, 2 e 3).
2009	24**	32,87%	003/2009; 004/2009 (errata 1 e 2); 008/2009 (errata 1, 2 e 3); 009/2009 (errata 1 e 2); 010/2009 ; 013/2009; 015/2009; 017/2009; 018/2009 (errata 1 e 2); 019/2009; 020/2009 (errata 1 e 2); 021/2009 e 024/2009
2010	40***	54,79%	Sem erratas

\* Percentual em relação aos 73 editais analisados neste trabalho. \*\* Dois editais que constam da lista não foram localizados: o de número 025/2019 – Popularização da Ciência e Tecnologia – Astronomia para Todos; e o de número 026/2009 – Pró-Saúde SFC. Além disto, o Edital 026/2009 foi publicado junto com o Edital 027/2009 - Bolsas Pesquisador Projeto Estruturante (PPE). \*\*\* Na lista não constam os editais de números 028/2010 – Programa de apoio a núcleos emergentes; Edital 021/2010 – Apoio à Articulação Pesquisa e Extensão; Edital 018/2010 – Seleção de Discente para Curso de especialização em Extensão Universitária e Pesquisa. Estes três editais, embora não constem da lista disponível no portal, foram considerados nesta pesquisa. Alguns editais como o 019/2010; 016/2010; 014/2010; 004/2010; 003/2010 e 002/2010 estão repetidos, por terem sido publicados em duas etapas ou em rodadas sucessivas.

#### 4.1. Descrição e interpretação dos editais por ano

Em 2008, encontrou-se um único edital, o Edital FAPESB/SECTI/SETRE 007/2008 – Edital de Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos Solidários que apresentou o termo “**Tecnologia Social**”. O termo se faz presente mais de uma vez, no item “FINALIDADE DAS PROPOSTAS” (“*Estimular a geração de trabalho e renda através da reaplicação de **tecnologias sociais**...*” e “*Realizar o processo de incubação através de transferência e apropriação de tecnologia e métodos de gestão relacionados às dinâmicas da produção do conhecimento e geração de **tecnologias sociais**”*). (Grifos nossos). Os demais editais, oito no total, apresentam outros temas e termos, como “Apoio a Sistemas Locais de Inovação em ICTs”, “Programa de Infraestrutura”; “Programa de Cooperação Internacional”; “Pesquisador na Empresa” sem, todavia trazer, de forma explícita, o termo “Tecnologia Social”. Porém, observou-se em alguns editais (Edital FAPESB/SECTI 04/2008 e Edital FAPESB/SECTI 08/2008), nas “CARACTERÍSTICAS DO EDITAL” e nos “OBJETOS”, a existência de termos que, conforme o entendimento do autor e as bases teóricas estudadas se aproximam do conceito de Tecnologia Social, tais como: *incubadoras tecnológicas de cooperativas populares (ITCPs) e equidade social*.

Em 2009, nenhum edital analisado contemplou o termo “**Tecnologia Social**”, embora por inferência, por uma interpretação dos autores deste artigo, é possível identificar alguns termos que podem se aproximar do conceito estudado de TS. Por exemplo: “*técnicas ou **tecnologias** que sejam relevantes para o **desenvolvimento econômico, social e cultural do Estado da Bahia**”* (Edital FAPESB 001/2009); “*contribuir para o incremento tecnológico no país e para a **redução das desigualdades regionais na área de saúde**”* (Edital FAPESB 004/2009); “*novas **tecnologias**”*; “*ações de **inclusão social e redução das desigualdades**”* (Edital FAPESB 009/2009); “*serão valorizadas as propostas que envolvam o desenvolvimento de **novas tecnologias**”* (Edital FAPESB 011/2009); “*convoca os interessados a apresentarem propostas para financiamento de projetos de tecnologias para o desenvolvimento social*”, “*execução de projetos de desenvolvimento e difusão de tecnologias... que possam contribuir, através de soluções inovadoras, para a **melhoria das condições de vida da população**... e que resultem na **redução da pobreza e das desigualdades sociais e no desenvolvimento territorial sustentável e solidário**”, “*técnicas ou metodologias que possam ser reaplicáveis, **desenvolvidas na interação com a comunidade**”* (Edital FAPESB 015/2009). (GRIFOS NOSSOS)*

Em 2010, o “Edital de Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos Solidários e Ambientais” – 017/2010 (FAPESB/SECTI/SEMA/SETRE) traz no “OBJETO” a nomenclatura “**Tecnologias Socioambientais**”, que se aproximada abordagem conceitual da **Tecnologia Social**: “*financiar projetos que visem apoiar a incubação de **empreendimentos econômicos solidários**”... “*possam desenvolver práticas economicamente sustentáveis, aplicando nesse processo **tecnologias socioambientais**”* (grifo nosso).*

O Edital Apoio à Articulação Pesquisa e Extensão – 021/2010 contempla, de forma explícita a TS, quando, no item “OBJETIVO”, descreve: “... e a criação (ou o aprimoramento das **tecnologias sociais**”;

“propostas para o financiamento de projetos com foco em **tecnologias para o desenvolvimento social (grifo nosso)**. Neste edital, conceitua-se “**tecnologia social**” no item “OBJETIVO”, quando esclarece: “No âmbito do presente Edital, **tecnologia social** compreende técnicas, metodologias, processos, produtos, ou inovações sociais e organizacionais que, desenvolvidos e apropriados na interação com uma (ou várias) comunidade(s)-alvo, representem soluções para seus problemas e tenham, como consequência, efeito para a melhoria de suas condições de vida”. **(grifo nosso)**. O Edital 022/2010 – Apoio a Pesquisa em Segurança Pública (FAPESB/SSP) também contempla a TS quando, na apresentação das “LINHAS TEMÁTICAS DE PESQUISA”, considera “**Tecnologias sociais para a prevenção da violência em grupos vulneráveis**”, como uma das linhas temáticas do referido edital **(grifo nosso)**.

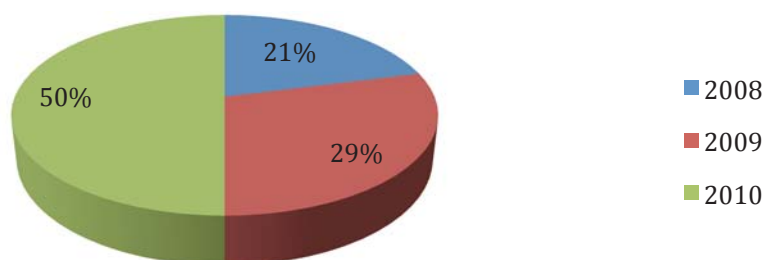
No ano de 2010, vários outros editais trazem palavras, termos e outras considerações que se aproximam da ideia de TS. Seguem os exemplos encontrados:

- Edital FAPESB 01/2010- Edital de Apoio a Sistemas Locais de Inovação em Instituições, nas “CARACTERÍSTICAS DO EDITAL” está presente a frase: “*empreendimentos cooperativos e de economia solidária*”;
- Edital FAPESB 002/2010 – Apoio à Publicação Científica e Tecnológica, encontra-se no “OBJETIVO” a descrição: “... visando difundir conhecimentos, **técnicas ou tecnologias** que sejam relevantes para o desenvolvimento econômico, **social** e cultural do Estado da Bahia” **(grifo nosso)**;
- Edital 007/2010 Pesquisa Ater-Pacto Federativo, encontram-se no “OBJETIVO” os termos “*agricultura familiar*” e “*tecnologias socioambientais*”;
- Edital FAPESB 11/2010 Popularização da Ciência e Tecnologia, constam os termos “melhoria das condições socioeconômicas da população” e “uso dos resultados da ciência em ações de inclusão social e redução das desigualdades”;
- Edital FAPESB/SECTI/SEMA/SETRE Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos Solidários e Ambientais, constam no “OBJETO” os termos: “*tecnologias socioambientais*”; “*ampliar e fortalecer os empreendimentos e redes solidárias, melhorando as condições de vida e de trabalho do público assistido*” e na “ELEGIBILIDADE”, “*com atuação em economia solidária e ambiental*”;
- Edital FAPESB 018/2010 Seleção de Discente para Curso de Especialização em Extensão Universitária e Pesquisa-Ação, na “JUSTIFICATIVA” do edital, encontra-se o termo “*inclusão social*”;
- Edital FAPESB 20/2010 Pesquisa para o SUS: Gestão Compartilhada em Saúde – PPSUS-BA / MS/CNPq/FAPESB/SESAB, no “ESCOPO” das “Informações Gerais”, encontra-se “*com o propósito de contribuir para o incremento científico e tecnológico no país e para a redução das desigualdades regionais na área de saúde*”.

A Tabela 03 apresenta uma síntese dos dados gerados a partir da análise de conteúdo dos editais.

**Tabela 03. Termos relacionados à pesquisa encontrados nos editais da FAPESB, por ano.**

TERMOS	2008	2009	2010
Tecnologia Social	2	--	3
Tecnológico e social	2	2	2
Inclusão social e redução das desigualdades	--	5	3
Tecnologias socioambientais	--	--	2
Empreendimentos cooperativos e de economia solidária	--	--	2
Incubadoras tecnológicas de cooperativas populares (ITCPs)	1	--	--



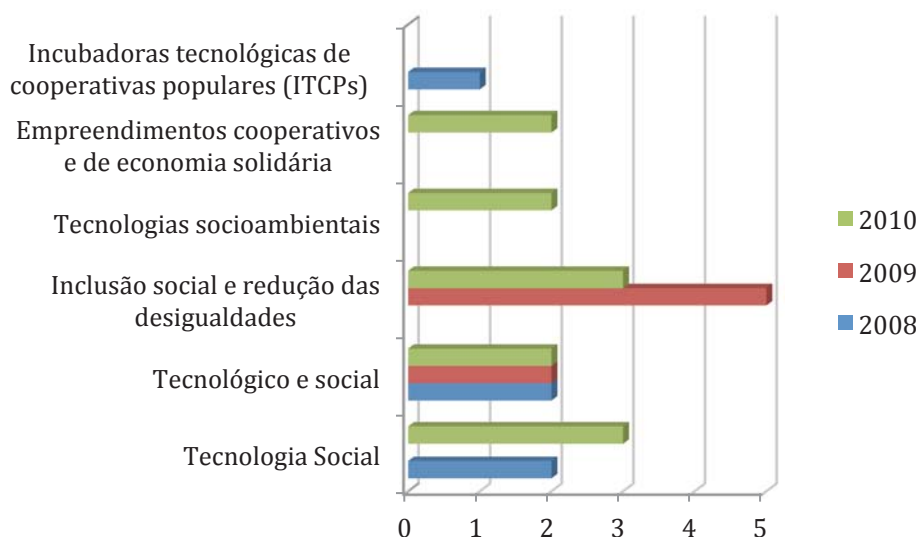
**Figura 01. Número de editais em que há o termo Tecnologia Social ou correlatos, por ano.**

Fonte: elaborado pelos autores com base nos editais da FAPESB.

Dentre 73 editais analisados, em 24 deles (32%) foram encontrados termos associados à TS. Como pode ser verificado na Figura 01, há uma evolução no número de editais publicados pela FAPESB em que aparece referência a TS ou temas correlatos, o que pode evidenciar uma atenção a estes temas pelos órgãos implementadores da política científica e tecnológica do estado. Todavia, observando um rigor semântico, o termo “Tecnologia Social” é encontrado apenas cinco vezes nos editais de 2008 a 2010: em 2008 aparece duas vezes; e em 2010 aparece três vezes. Poder-se-ia inferir que há uma evolução do emprego deste termo nos editais, entretanto verifica-se que em 2009 não foi encontrada nenhuma referência específica a Tecnologia Social.

A Figura 02 indica que, dentre os temas selecionados neste trabalho, o que apresenta maior frequência nos editais publicados pela FAPESB de 2008 a 2010 é “Inclusão social e redução das desigualdades”, que seria uma consequência buscada também através do desenvolvimento de tecnologias sociais, mas que pode ser alcançada por outras estratégias.

Com base nos editais analisados, percebe-se que as questões relacionadas com tecnologia social, inclusão social, redução das desigualdades, emprego e renda, estão gradativamente sendo inseridas na política de ciência e tecnologia do estado, porém demandam um olhar transformador a fim de alcançar maior inserção nos atuais paradigmas da CT&I.



**Figura 02. Termos associados a Tecnologia Social encontrados nos editais da FAPESB, por ano.**

Fonte: elaborado pelos autores com base nos editais da FAPESB.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após leitura e análise dos conteúdos dos editais FAPESB no período de 2008 a 2010, verifica-se que o termo “Tecnologia Social” está ausente na maioria dos editais. Em alguns editais existem termos que

se aproximam do conceito de TS, como “Tecnologia Socioambientais”, por exemplo, e, em outros editais encontram-se palavras, frases, expressões que podem ser consideradas como próximas à TS, como por exemplo: “tecnologia para combate da desigualdade social”; “inclusão social e redução das desigualdades”; “empreendimentos cooperativos e de economia solidária”, dentre outros.

Está evidente que existe uma evolução na quantidade de editais em que aparecem os termos “Tecnologia Sociais” ou correlatos. Mas o fato de apenas 32% dos editais indicarem apoio a ciência e tecnologia voltadas diretamente para os problemas sociais, num estado com tantas desigualdades, retrata um apoio ainda insuficiente, sobretudo se comparado com principalmente outros enfoques, tais como “empreendedorismo”; “organização de eventos científicos”; “bolsas e auxílio tese e dissertação”. Ressalta-se aqui que todos estes enfoques também são de indiscutível importância, mas superam, e muito, o financiamento destinado à população mais carente do estado, onde a TS pode comparecer como uma alternativa viável para, pelo menos, se não solucionar, minimizar os efeitos drásticos desse abandono. Ressalta-se que segundo dados do IBGE, em 43% dos municípios baianos constata-se incidência de pobreza (IBGE, 2003).

O “Programa de Apoio a Tecnologias Sociais e Ambientais” da própria FAPESB tem como objetivo “disseminar iniciativas direcionadas ao empreendedorismo social, através do apoio a tecnologias sociais e ambientais como forma de geração de emprego e renda e inclusão social”, e é composto de sete ações: 1) Edital de Apoio a Pesquisa em Segurança Pública; 2) Edital para Seleção de Discente para Curso de Especialização em Extensão Universitária e Pesquisa-Ação; 3) Edital de Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos Solidários e Ambientais; 4) Edital de Apoio a Pesquisa Ater-Pacto Federativo; 5) Edital de Apoio a Tecnologias para o Desenvolvimento Social; 6) Edital de Apoio a Incubadoras de Empreendimentos Econômicos e Solidários; 7) Edital de Apoio a Pesquisas voltadas para o Semiárido-Ba). Como foi dito anteriormente há a necessidade de ampliar essas ações, transformando-as em prioridade nas políticas públicas de financiamento do estado.

Esta pesquisa revela que existe uma tendência dessa ampliação e que, entre outras considerações, deverão ocorrer trocas de experiências entre os vários atores, como os órgãos públicos, a academia e a sociedade em geral, a fim de que consequências reais e de impacto social significativo possam chegar à população mais carente do estado, reduzindo principalmente as grandes desigualdades hoje presentes.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt, **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

DAGNINO, Renato (org.). **Tecnologia Social: ferramenta para construir outra sociedade**. Campinas, SP: Komedi, 2010

DAGNINO, Renato. **Neutralidade da ciência e determinismo tecnológico: um debate sobre a tecnociência**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.

GUIMARÃES, Gonçalo & SCHWEGBER, Angela. **Diretrizes para políticas públicas de economia solidária: a contribuição dos gestores públicos**. Rio de Janeiro: CEF, 2004, *apud* SILVA, Sandro Pereira. Economia solidária e políticas públicas de desenvolvimento local: uma análise de dois programas de gestão pública no Brasil. *Perspectivas em Políticas Públicas*, Vol. II, Nº 3, P. 45-67, jan/jun 2009.

HEIDEMANN, Francisco G. **Política pública e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise**. Francisco G. Heidemann e José Francisco Salm (org). Brasília - Editora universitária de Brasília, 2009

IBGE. **Mapa de pobreza e desigualdade – Municípios 2003**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ba&tema=mapapobreza2003>>. Acesso em 06 de setembro de 2011.

MANCIE, Euclides André. **Constelação Solidarius: as fendas do capitalismo e sua superação sistêmica**. Passo Fundo: Instituto Superior de Filosofia Berthier, 2008

MÉSZÁROS, István. **O século XXI: socialismo ou barbárie?** São Paulo: Boitempo Editorial, 2009

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em < [http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise\\_de\\_conteudo\\_moraes.html#\\_ftn1](http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html#_ftn1)>. Aceso em 06 de setembro de 2011.

PNUD. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. 2010. Disponível em <<http://www.pnud.org.br/rdh/>>. Acesso em 25 de julho de 2011.

POCHMANN, Marcio. **Desenvolvimento, trabalho e solidariedade: novos caminhos para a inclusão social**. São Paulo: Cortez, Fundação Perseu Abramo, 2002, *apud* SILVA, Sandro Pereira. Economia solidária e políticas públicas de desenvolvimento local: uma análise de dois programas de gestão pública no Brasil. *Perspectivas em Políticas Públicas*, Vol. II, Nº 3, P. 45-67, jan/jun 2009.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record,1999

SILVA, Sandro Pereira. Economia solidária e políticas públicas de desenvolvimento local: uma análise de dois programas de gestão pública no Brasil. **Perspectivas em Políticas Públicas**, Vol. II, Nº 3, P. 45-67, jan/jun 2009.

## SISTEMATIZANDO A VISÃO ESTRATÉGICA A PARTIR DE UMA ABORDAGEM DINÂMICA BASEADA NOS RECURSOS: O MÉTODO DRSV

M. V. G. P. Medeiros<sup>1</sup>, M. H. M. Bezerra<sup>2</sup>, J. V. M. Júnior<sup>3</sup> e M. F. Danjour<sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3 e 4</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Natal-Zona Norte,

<sup>4</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte

lila.gois@hotmail.com<sup>1</sup> – marcelohugu@hotmail.com<sup>2</sup>

josuevitor16@gmail.com<sup>3</sup> – miler.danjour@ifrn.edu.br<sup>4</sup>

### RESUMO

A presente investigação busca apresentar o método Dynamics Resource System Vision (DRSV), desenvolvido por Kim Warren (2002), que se propõe a sintetizar a visão estratégica baseada nos recursos, apoiada na área de dinâmica de sistemas. No método DRSV, o desenvolvimento da estrutura estratégica permite aos gestores identificar seus recursos, tanto tangíveis quanto intangíveis, e assegurar que os fluxos de entrada e saída estejam coordenados em torno dos objetivos organizacionais. Dessa forma, os gestores podem entender as razões do desempenho atual, prospectar um futuro mais provável, bem como realizar ações de alavancagem para alcançar esse horizonte desejado. Como intervenção metodológica, utilizou-se a pesquisa qualitativa com a revisão da literatura pertinente sobre a temática foco. Já como resultado do artigo esclarece-se que esta é uma investigação em andamento que se propõe a apresentar um modelo alternativo de análise da estratégia organizacional, estando nas intenções de continuação da pesquisa a aplicação premente desse método em uma ou várias realidades organizacionais.

**Palavras-Chaves:** Estratégia Empresarial. Visão Baseada em Recursos (RBV). Dinâmica de Sistemas (DS). Método DRSV.



## 1 INTRODUÇÃO

Na conjuntura atual, de forte concorrência e velozes mudanças, as organizações têm buscado maneiras para obter vantagem competitiva sustentável de longo prazo. Essa preocupação leva à valorização de ações, modelos e ferramentas que facilitem a identificação e implementação de estratégias inovadoras e duráveis para o negócio. Percebe-se que não basta “planejar estrategicamente”, é necessário organizar, dirigir, coordenar e controlar também estrategicamente com enfoque sistêmico, olhando sempre para dentro e para fora da organização.

A visão tradicional da abordagem estratégica centralizada torna-se inadequada no atual contexto das organizações. Há uma necessidade de se entender a organização como um conjunto de processos inter-relacionados e indissociáveis, os quais afetam uns aos outros e, conseqüentemente, influenciam a competitividade organizacional. Segundo Sarabia (1995), um conjunto de situações pode ser analisado com a utilização ou não de uma perspectiva sistêmica. Neste trabalho, optou-se por utilizar conceitos da dinâmica dos sistemas para abordar a visão baseada em recursos dentro da estratégia organizacional, destacando suas possibilidades de análise na confluência dessas realidades.

Neste contexto, o pesquisador Warren (2008) elaborou um método de intervenção organizacional que favoreça a perspectiva sistêmica na análise de questões estratégicas pela empresa, chamado de Dynamics Resource System View (DRSV). Dessa maneira, coloca-se a seguinte questão problemática: Como o método DRSV pode contribuir para gerar conhecimento sobre as organizações e suas estratégias?

Destarte, busca-se então como objetivo geral a partir de uma perspectiva alicerçada em uma visão integradora, apresentar o método DRSV e suas etapas de operacionalização.

É nesse contexto que surge a necessidade de desenvolver uma gestão estratégica anteparada sistemicamente em novos olhares, para possibilitar atender de forma efetiva os compromissos com a produção do conhecimento e promover a inovação de bens e serviços conforme os cenários intensamente mutáveis.

## 2 VISÃO BASEADA EM RECURSOS (RBV)

Hoje, muito se fala de modelos de estratégia que focam a competitividade externa da empresa, como o modelo das cinco forças competitivas, proposto por Michael Porter. Porém, a maioria deles não atenta para algo muito simples, que é olhar para dentro da própria organização, focando fatores internos e comportamentais como imperativos do sucesso (HANSEN; WERNERFELT, 1989, p. 399). Em encontro a essa perspectiva surge a visão baseada em recursos, que destaca a necessidade de um ajuste entre a capacidade interna da empresa e o contexto do ambiente externo em que a organização atua.

Desenvolvida em um período anterior e retomada na década de 1980, a Visão Baseada em Recursos (RBV – Resource Based View) tornou-se notória por combinar relativo rigor analítico e relevância na prática administrativa de maneira mais eficiente e eficaz (FOSS, 1998, p. 134), buscando criar um alicerce teórico para melhor explicar a vantagem competitiva. A RBV busca explicar porque algumas organizações têm um desempenho superior e as estratégias que as possibilitaram atingir determinados resultados mediante utilização dos seus recursos, sejam estes tangíveis ou intangíveis (BARNEY, 1991; WRIGHT; KETCHEN JR, 2001).

Nesta perspectiva, entende-se recursos como todos os ativos, capacidades, competências, processos organizacionais, atributos, informações, conhecimento, etc., que são controlados pela organização e que permitem conceber e adotar as estratégias que melhorem sua efetividade (BARNEY, 2001).

A RBV afirma que para se ter uma vantagem competitiva todo recurso deve obedecer a características como ser valioso, raro, inimitável e suportado por outros processos organizacionais (operabilidade). Tais características são também conhecidas como critério VRIO. Barney (1995) explica assim as características que os tornam estratégicos:

- Valor – os recursos devem ser capazes de potencializar oportunidades e neutralizar ameaças externas, possibilitando a empresa uma melhora de sua eficiência e eficácia;
- Raridade – os recursos devem ser raros para garantir a sustentabilidade da vantagem competitiva da empresa; quanto mais raro for o recurso adquirido, maior valor ele possui para quem o tem;
- Inimitabilidade – os recursos devem fazer com que as empresas não possuidoras desses recursos tenham dificuldades para imitá-los;
- Operabilidade – a aquisição de recursos para evitar a sua disponibilidade no mercado pode ser uma forma de proteção contra a competição de outras firmas. Porém, esse recurso só terá todo o seu valor explorado se ele puder ser operacionalmente utilizável, ou consumido, pela firma que o adquiriu.

Assim, o modelo baseado em recursos se sustenta na ideia de que o ambiente interno de uma empresa, no que diz respeito a esses recursos e capacidades, é mais determinante para a tomada de decisões estratégicas do que os fatores externos, não negando a importância destes últimos. O cerne da questão aqui é permitir uma visão mais acurada desses recursos, tendo assim como consequência um melhor gerenciamento destes.

### **3 DINÂMICA DE SISTEMAS**

Este capítulo se propõe a apresentar a revisão da literatura sobre o Pensamento Sistêmico, a Dinâmica dos Sistemas (doravante DS), suas ferramentas, de forma a esclarecer o entendimento da pesquisa e dos pressupostos do método a ser apresentado (método DRSV).

#### **3.1 O pensamento sistêmico**

O processo de tomada de decisões é muito complexo, especialmente quando estas têm efeitos de realimentação indiretos, atrasados ou múltiplos. Esses efeitos de realimentação, aliados à inabilidade dos administradores em lidarem com eles, acarretam, frequentemente, um desempenho inferior para as organizações. Segundo muitos teóricos em sistemas, entre eles Forrester (1961), um desempenho organizacional ineficiente é normalmente devido às habilidades cognitivas limitadas dos indivíduos frente à complexidade dos sistemas que eles devem enfrentar.

De acordo com Senge e Sterman (1994), os tomadores de decisão experientes comumente têm percepções apuradas da estrutura causal e do processo de tomada de decisão, mas chegam a conclusões equivocadas sobre o que acontece quando diferentes partes de um sistema interagem. Esses indivíduos carecem, então, de um mecanismo de inferência para conhecer e deduzir, dentre outras coisas, as consequências das interações entre os elementos do sistema do qual fazem parte. A simulação, a visão sistêmica e a metodologia de Dinâmica de Sistemas (mapas causais e diagramas de fluxo e estoques) provêm tal mecanismo.

Neste sentido, construir modelos que representam simplificações da realidade podem facilitar a compreensão de aspectos sistêmicos e dinâmicos enfrentados por muitos gestores. Assim, vale o seguinte questionamento: por que as pessoas envolvidas na elaboração do modelo

#### **3.2 Ferramentas da dinâmica de sistemas**

Os construtores de modelos podem adotar muitas abordagens diferentes na escolha dos problemas a serem modelados e do conteúdo de seus modelos. Dentre essas abordagens, tem-se a

simulação clássica e a simulação baseada em Dinâmica de Sistemas anteparada por diagramas de fluxo e estoques, cujo qual está sendo o principal objeto de discussão desta seção.

Dinâmica de Sistemas (DS) é o termo aqui utilizado para denominar a metodologia System Dynamic, cujo conceito foi originalmente desenvolvido, na década de 1950, pelo professor Jay W. Forrester, do Massachusetts Institute of Technology (MIT).

O trabalho inicial de Forrester foi o livro Industrial Dynamics (1961), cujas idéias foram posteriormente expandidas a outros sistemas que não os industriais (econômicos, sociais, etc.). Todas as suas idéias formaram um novo campo de estudo, conhecido como Dinâmica de Sistemas. Segundo Roberts (1983), este novo campo é uma das variantes da abordagem sistêmica, e é fortemente baseado em computadores; a DS provê uma estrutura que possibilita a aplicação da idéia da teoria de sistemas a problemas sociais e econômicos.

Desde a publicação da obra Industrial Dynamics, a modelagem e a simulação da Dinâmica de Sistemas têm despertado o interesse de especialistas de diversos campos do conhecimento, desde as engenharias, onde se originou, aos sistemas físicos, biológicos, sociais e econômicos (GALLAHER, 1996). Apesar de essa obra tratar da modelagem do comportamento dinâmico das organizações industriais, suas premissas podem ser estendidas a qualquer outro sistema dinâmico, como por exemplo uma outra qualquer realidade organizacional.

Aplicações mais amplas dessa metodologia só foram feitas a partir da década de 1990, com o desenvolvimento da tecnologia computacional, equipamentos mais poderosos e baratos e programas computacionais mais amigáveis e intuitivos.

Segundo Forrester (1961), a DS permite a representação, ao longo de grandes períodos de tempo, de sistemas que possuem inter-relacionamentos complexos e processos não-lineares. Essas características são particulares à relação entre as ações humanas e o seu ambiente sócio-econômico, físico e biológico.

Segundo Meier; Newell; Pazer (1969), a simulação dinâmica é uma técnica para construção e operação de modelos dinâmicos, enquanto a dinâmica industrial é, primariamente, uma filosofia, uma maneira de se olhar para as organizações e sistemas, e uma metodologia para estudo do comportamento de sistemas industriais. Na Dinâmica de Sistemas, a simulação de sistemas dinâmicos é utilizada como uma ferramenta de análise. As fases para a aplicação da abordagem sistêmica podem ser sumariadas assim (ANDRADE, 1997):

- Definir uma situação complexa de interesse;
- Apresentar a história por meio de eventos;
- Identificar variáveis-chaves;
- Traçar padrões de comportamento;
- Desenhar o mapa sistêmico;
- Identificar modelos mentais;
- Realizar cenários;
- Modelar em computador;
- Definir direcionadores estratégicos, planejar ações e projetar o sistema.

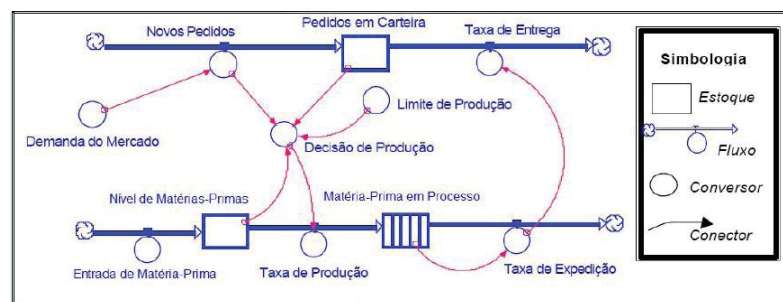
A utilização de modelos dinâmicos tem uma base bastante ampla, podendo fornecer ao tomador de decisão o benefício de um entendimento mais profundo a respeito do sistema com o qual ele lida. Andrade (1997) afirma que, através da utilização desse tipo de modelo, os indivíduos podem adquirir uma melhor compreensão dos efeitos das variáveis interativas e dos aspectos dinâmicos de como o sistema trabalha; ganham compreensão a respeito de como o sistema funciona

como um todo, ao invés de uma maneira mais dissociada, permitindo assim ações de alavancagens mais efetivas.

### 3.2.1 Os diagramas de fluxos e estoques

Os diagramas de fluxo e estoques colocam-se como a linguagem apropriada para representar de forma mais elaborada a dinâmica de funcionamento dos sistemas e, permite assim, a modelagem computacional visto que esses diagramas são construídos mediante uma linguagem matemática que os computadores podem reconhecer, permitindo assim executar simulações computacionais.

Segundo Medeiros Jr. et al. (2009, p. 130), as partes que compõem esse diagramas podem ser sistematizadas da seguinte forma: “os estoques representam acúmulos de materiais ou informações que caracterizam o estado do sistema. os fluxos caracterizam a dinâmica do sistema e representam as atividades que produzem crescimento ou redução dos estoques, sendo dependentes destes”. Um exemplo é colocado na figura um.



**Figura 1: Exemplo de diagrama de fluxo e estoques.**

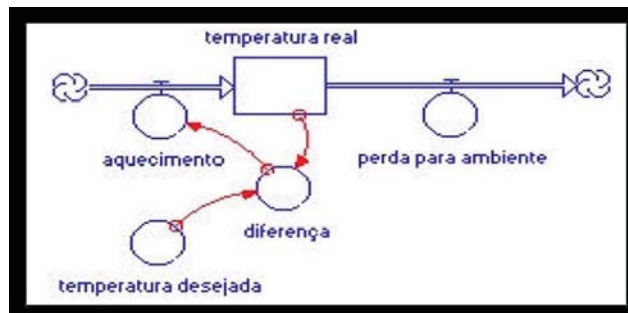
**Fonte: Fernandes (2001, apud Medeiros Jr. et al., 2009, p. 130)**

Já Andrade (1997) afirma que esses diagramas são representações mais elaboradas da dinâmica de funcionamento dos sistemas, próprios para a modelagem computacional. O maior grau de refinamento dos diagramas de fluxo são relativos ao maior número de símbolos, que permitem identificar os tipos de elementos interagentes dentro do sistema. Estes símbolos são:

- Níveis: acumulações ou estoques dentro do sistema;
- Fluxos: o movimento de materiais e informação dentro do sistema;
- Funções de decisão: a forma como os fluxos são controlados - usualmente definidos como políticas de gerenciamento;
- Atrasos: demoras na manifestação dos efeitos da influência de um elemento sobre outro;
- Fontes e escoadouros: o início e o fim de um fluxo;
- Variáveis: auxiliares para a realização de operações algébricas;
- Parâmetros: constante de ajuste para estabelecer objetivos de um sistema, por exemplo.

Assim na figura dois, observa-se alguns elementos da construção do diagrama de fluxos e estoques, utilizando-se da representação de um simples aparelho que é utilizado para controle automático de temperatura, o termostato. O quadrado grande representa o estoquem ou seja a temperatura real do ambiente que deve aumentar ou diminuir de forma conveniente para se chegar a um nível previamente programado (temperatura desejada). Desta forma, se a temperatura do ambiente sobe alguns graus, a diferença aumenta e o sistema é automaticamente alimentado com a

informação de que deve diminuir o aquecimento para entrar em diapausa com a situação inicial em que estava no passado.



**Figura 2: Diagrama de fluxo de um sistema de aquecimento controlado por termostato.**  
Fonte: Andrade (1997, p. 10)

Nesse contexto, a DS coloca a disposição dos pesquisadores o ferramental necessário para modelar as realidades organizacionais (dentre outras realidades) de forma integradora, bem como enxergando como essas variáveis evoluem ao longo do tempo. Sabe-se que os estoques se acumulam e diminuem com o passar dos períodos e, conseguir captar essas movimentações constituem um diferencial da DS em relação a outras ferramentas de análise estratégica como análise SWOT ou matriz BCG.

Na próxima seção ver-se-á a fusão dessa dinâmica de sistemas e da visão baseada em recursos, em um método recentemente proposto de análise estratégica.

#### 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia de pesquisa pode ser entendida como a descrição minuciosa de como o trabalho será desenvolvido. De acordo com Vergara (2003), ela está associada aos caminhos, formas e procedimentos utilizados para atingir determinado fim. Nesse sentido, quando o objetivo da pesquisa é familiarizar-se com o fenômeno ou ainda conseguir nova compreensão deste fenômeno, os estudos do tipo exploratórios são mais indicados (SELLTIZ et al., 1974). Como, no caso deste estudo, o objetivo é apresentar o método da DRSV.

Na visão de Roesch (1999), explica que é comum que o método qualitativo seja utilizado na fase exploratória, quando geralmente é adotada a postura de ouvir o que as pessoas têm a dizer ou ouvir os principais autores sobre uma determinada temática. Assim, quanto a abordagem essa é uma pesquisa qualitativa; já quanto a aplicabilidade, esta caracteriza-se como um ensaio teórico onde procurou realizar a revisão do estado da arte sobre o tema.

#### 5 O MÉTODO DRSV (VISÃO DINÂMICA DOS RECURSOS DO SISTEMA)

Segundo Warren (2002), toda empresa é um sistema de recursos dinâmicos que se desenvolve dependendo do mútuo reforço e equilíbrio entre seus recursos e seus ativos. Neste sentido, pode-se compreender que uma visão estratégica deve considerar não apenas os recursos estratégicos de uma organização de maneira isolada, mas suas interdependências e o comportamento destes recursos ao longo do tempo. Os enlaces de reforço e equilíbrio geram consequências sistêmicas importantes de serem analisadas pelos gestores. Dessa forma, a propaganda boca-boca, por exemplo, tradicionalmente um mecanismo de enlace de reforço, pode tornar um negócio mais conhecido positiva ou negativamente e não deve ser desconsiderado em uma análise estratégica.

O retrato da estrutura e das relações através do qual todas estas partes são conectadas corresponde a "arquitetura estratégica" da empresa, que proporcionará o diagnóstico estratégico e o

projeto de mudanças e melhorias, que juntos oferecem meios para melhorar o desempenho organizacional, que é o objetivo principal dessa estruturação.

O método DRSV requer uma abordagem realmente analítica quando utilizado para melhorar o desempenho empresarial. Ao contrário das maneiras tradicionais de planejar, que frequentemente falham devido a fraquezas no método e inabilidade de adaptá-lo, o método DRSV pode ser executado em uma referência viva para a estrutura de evolução da empresa e do comportamento de seus recursos estratégicos.

Tal método deve ser operacionalizado em um processo organizado voltado para a concepção, construção e análise da arquitetura estratégica da empresa, e buscando melhorias para a mesma. O DRSV pode ser aplicado em toda a empresa, a uma função ou a uma iniciativa específica. A construção dessa arquitetura é realizada em sete etapas, explicadas nos sub-tópicos a seguir.

#### 4.1 Etapa 1 – identificar a trajetória no tempo do desempenho organizacional

Nessa primeira etapa, deve-se escolher um indicador de desempenho estratégico que represente uma questão sistêmica (problema) a ser investigada pelo método, e representá-lo através de um gráfico em função do seu padrão de comportamento no tempo. Um exemplo seria compreender a demanda de clientes em 10 anos, exemplificado no gráfico a seguir:



Figura 3: Demanda de clientes entre 1999 e 2008  
Fonte: Dados da Pesquisa (2010)

#### 4.2 Etapa 2 – identificar os recursos estratégicos do negócio

Posteriormente, é importante listar os recursos estratégicos do negócio, ou seja, aqueles de suma importância para a sobrevivência da organização. Devem-se especificar quais medidas concretas, serão adotadas tanto para os próprios recursos quanto para suas taxas de variação.

É preciso ressaltar que não se deve incluir atividades e outros itens que não sejam recursos, como marketing ou desenvolvimento do produto. Deve-se ainda evitar focar itens financeiros ou mesmo selecionar uma grande quantidade de recursos, já que poucos são suficientes para representar uma organização.

Como exemplo, pode-se citar recursos tangíveis como funcionários e clientes, ou mesmo aqueles intangíveis como reputação (imagem) de uma organização ou nível de satisfação de seus clientes (figura três).



Figura 4: Exemplos de recursos.  
Fonte: Adaptado de Warrem (2002).

### 4.3 Etapa 3 – identificar as fluxos de entradas e saídas dos recursos responsáveis pelo crescimento, desenvolvimento ou declínio dos recursos

Devem-se definir como cada recurso tem seu padrão de comportamento alterado pelos seus fluxos envolvidos no processo de desenvolvimento dos recursos. Esses fluxos são cruciais porque é o único ponto no sistema em que se pode ter impacto sobre o desempenho em longo prazo deste recurso. Não há necessidade ainda de se preocupar sobre como os recursos afetam um ao outro nesta fase.

Como exemplo, pode-se citar a quantidade de funcionários que passam a fazer parte do quadro de funcionários de uma empresa como fluxo de entrada e quantidade de funcionários que deixaram a empresa, enquanto fluxo de saída. Vale Lembrar que os fluxos são definidos em função de uma unidade de tempo especificada na etapa anterior (funcionários por ano, por exemplo). A figura 5 exibe a representação gráfica para fluxos de entrada e saída de funcionários.

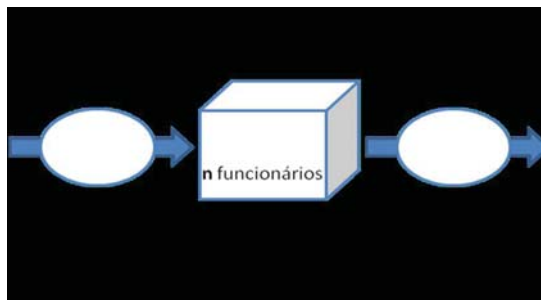


Figura 5: Fluxo e acúmulo de funcionários.  
Fonte: Adaptado de Warrem (2002).

### 4.4 PASSO 4 – IDENTIFICAR COMO OS FLUXOS DE CADA RECURSO DEPENDEM DOS ATUAIS NÍVEIS E DE OUTROS DIRECIONADORES

As entradas e saídas de cada recurso, em última instância, dependem dos níveis atuais dos outros recursos ou aspectos da organização ou externa a ela. Um exemplo desta relação é analisar a variável preço, que como qualquer outro benefício financeiro podem direcionar fluxos de empresas ou pessoas.

Outro aspecto a ser considerado é que deve-se focar atenção na maneira como realmente as pessoas decidem, e não como elas deveriam decidir em função de crenças racionais, por exemplo. A figura 6 exibe a quantidade de novos funcionários por mês, influenciados por oportunidades oferecidas pela organização.

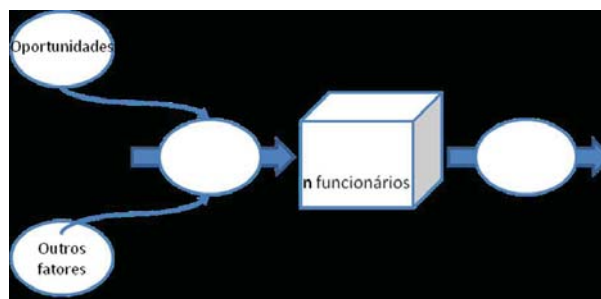


Figura 6: Oportunidades como fator de influência para o fluxo de entradas.  
Fonte: Adaptado de Warrem (2002).

#### 4.5 Passo 5 – combinar os recursos em uma arquitetura estratégica

A sistematização deste passo deve considerar que os fluxos desenvolvidos anteriormente estão devidamente representados. Além disso, deve-se ainda garantir que todas as relações para outros recursos já estão feitas, bem como adicionar a relação para medidas financeiras e de outros desempenhos.

Finalmente, deve-se construir a arquitetura estratégica relacionando os recursos, variáveis internas ou externas entre si. A figura 7 explica que a quantidade de novos funcionários por mês é influenciada pela percepção dos novos funcionários de que a empresa representa uma oportunidade, em comparação com outras empresas concorrentes.

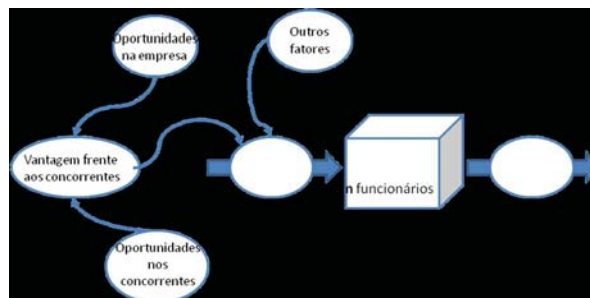


Figura 6: Oportunidades da empresa e dos concorrentes como fator de influência de entrada (novos funcionários).

Fonte: Adaptado de Warrem (2002).

#### 4.6 Passo 6 – análise de como a arquitetura estratégica explica o desempenho atual e o futuro

Ao finalizar a construção da arquitetura estratégica, faz-se necessário simular seu comportamento para se compreender realmente como ela influencia o desempenho organizacional, possibilitando testá-la em relação aos modelos mentais dos gestores para validá-la.

Para tanto, é importante explicitar gráficos aos recursos, fluxos e resultados (desempenho), para explicitar tais comportamentos, bem como avaliar e quantificar a dependência de cada fluxo de recurso e decorrência da combinação de fatores que são feitos para guiá-los.

#### 4.7 Passo 7 – revisão da política de majoração de desempenho

Levar a equipe de gestores a um ponto onde eles possam avaliar alternativas estratégicas para o futuro. Neste aspecto, a arquitetura estratégica destaca os pontos no sistema onde a gerência pode intervir, impactam diretamente nos fluxos importantes do sistema.

É importante que depois de todo este trabalho, seja acordado um compromisso de esforço dos gerentes pretendendo aumentar ou reter certos recursos.

É importante lembrar que recursos da empresa podem a qualquer momento impor limites às possibilidades de melhoria de desempenho e a velocidade com que isto pode ser feito. Qualquer tentativa de ir além desse limite terá o resultado da criação de tensões no sistema que acabará impedindo o aperfeiçoamento ou colapso do gatilho.

### 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Estar atento ao que vem sendo pesquisado na academia coloca-se como um diferencial cada vez mais relevante na atualidade. Discussões sobre estratégia sempre estiveram na ordem do dia nas agendas de pesquisa pelo mundo inteiro, e no Brasil em especial. Inúmeros modelos de



análise estratégica foram propostos ao longo da evolução teórica desse segmento, como por exemplo as escolas estratégicas de Mintzberg, a escola Porterniana dentre outras.

Seguindo o core intention desse artigo tem-se a visão baseada em recursos que se coloca como uma opção de olhar sobre as organizações. O diferencial aqui colocado é a iniciativa de unir essa visão baseada em recursos com a dinâmica de sistemas, pretendendo-se assim analisar as estratégias a partir dos recursos dinâmicos que uma empresa possui. Esse é o método DRSV, que se posiciona como algo novo e que despertou interesses tanto na comunidade científica quanto no meio empresarial. Assim, atesta-se que a proposta inicial foi alcançada em se apresentar esse novo método proposto por Kim Warren e coloca-se fortemente a intenção em um futuro próximo de se aplicar esse método em uma ou várias realidades organizacionais.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Aurélio de leão. **Pensamento sistêmico**: um roteiro básico para perceber as estruturas da realidade organizacional. READ – edição 05 vol. 3 no. 1, mai-jun 1997.

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**. Greenwich, V.17, Nº1, p. 99-120, 1991.

BARNEY, J.; WRIGHT, M.; KETCHEN, D. J. The resource based view of the firm: Ten years after 1991. **Journal of Management**. Greenwich, Vol. 27, p. 625-641, 2001.

CAPRA, F. **Das partes para o todo**: pensamento sistêmico em ecologia e educação. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disciplinas/fialho/consciencia/congresso/CAPRA.html>>. Acesso em: 12 dez 2009.

CHURCHMAN, C.W. **The systems approach**. New York: Dell Publ., 1968.

FERNANDES, A. C. Dinâmica de sistemas e business dynamics: tratando a complexidade em ambiente de negócios [CD-ROM]. In **Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Salvador: Abepro, 2001.

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. L. Estratégias competitivas e competências essenciais: perspectivas para a internacionalização da indústria no Brasil. **Revista Gestão e Produção**. São Carlos, Vol 10. n.2, p. 129-144. 2003.

FOSS, N. J. The resource-based perspective: an assessment and diagnosis of problems. **Scandinavian Journal of Management**, v. 14, n. 3, p. 133-149, 1998.

FORRESTER, J. W. **Industrial Dynamics**. Cambridge: MIT Press, 1961.

GALLAHER, E. J. **Biological system dynamics**: from personal discovery to universal application. *Simulation*, v. 66:4, p. 243-257, 1996.

HANSEN; G. S.; WERNERFELT, B. Determinants of Firm Performance: the Relative Importance of Economic and Organizational Factors. **Strategic Management Journal**, V.10, Nº5, p.363-380, 1989.

MEDEIROS JÚNIOR, Josué Vitor de; AÑEZ, Miguel Eduardo Moreno; VASCONCELOS, Isabella Freitas G. de; OLIVEIRA, Fernando Porfírio S. de. RIAE - **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 122-138, jan./jun. 2009.

MEIER, R. C; NEWELL, W.T.; PAZER, H. L. **Simulation in business and economics**. New Jersey: Prentice Hall, 1969.

R OESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas,1999.

ROBERTS, Nancy et al. **Introduction to computer simulation: the system dynamics approach**. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1983.

SARABIA, A. A. **La teoría general de sistemas**. Madrid: Isdefe, 1995.

SELLTIZ, Claire; JAHODA, Marie; DEUTSCH, Morton; COOK, Stuart. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo:EDUSP, 1974.

SENGE, P. M.; STERMAN, J. D. Systems thinking and organizational learning: acting locally and thinking globally in the organization of the future. In: MORECROFT, J.D.W; STERMAN, J.D. (ed.). **Modeling for learning organizations**. Portland: Productivity Press, 1994.

WARREN, Kim. **Strategic management dynamics**. Chichester: John Wiley & Sons, 2002.

## TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO DA SOCIEDADE E SUAS RELAÇÕES NO UNIVERSO EMPRESARIAL

T. B. C. L. Montenegro<sup>1</sup>, K. V. D. Santos<sup>2</sup>, M. V. Maia<sup>3</sup>, E. L. Soares<sup>4</sup> e J. E. M. Barbosa<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

tomaz\_bclm@hotmail.com – kathyana\_vanessa@hotmail.com – maianavmaia@gmail.com

edianesoares@hotmail.com – elbermbarbosa@gmail.com

### RESUMO

A finalidade desse trabalho é identificar o nível de importância da tecnologia da informação, enquanto vetor para a transformação social, na realização de negócios na atualidade. Trata-se de um estudo descritivo, abordado qualitativamente. A amostra foi composta de 18 empresas de pequeno porte pertencentes aos setores de comércio e serviços, situadas na cidade de João Pessoa – PB. As entrevistas foram previamente agendadas e contaram com o auxílio de formulário para suas devidas realizações. Os resultados mostram que as empresas pesquisadas possuem um software, principalmente, pela facilidade de acesso às informações que ele proporciona, gerando assim, possíveis oportunidades de crescimento e expansão.

**Palavras-chave:** Tecnologia da Informação. Transformação Social. Negócios.

## 1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o cenário competitivo das empresas apresenta continuamente profundas mudanças relativas à adoção de tecnologias da informação. Esse fato exige rápidas e contínuas adaptações na postura estratégica das empresas, para que elas possam sobreviver e crescer nesses novos tempos e, ainda, exige pessoas que pensem em novas maneiras de gerenciamento, com novos padrões de eficiência e produtividade. Nesse sentido, as informações têm importância crescente para o desempenho da empresa e do país. Elas tendem a apoiar a decisão, como fator de produção, exercem influências sobre o comportamento das pessoas e passam a ser um vetor importante, pois podem favorecer a sinergia das ações rumo aos resultados ou manter a entropia positiva.

A globalização contribui efetivamente para a mudança cultural na qual o conhecimento se transformou em um bem de grande valor. Assim, as novas tecnologias da informação passaram a exercer uma enorme influência na sociedade, tendo um papel fundamental na transformação e difusão do conhecimento.

A utilização das novas tecnologias tornou possível a troca de informações em curto espaço de tempo, pois, o acesso às redes e os avanços das telecomunicações mudam conceitos de presença, distância, desenvolvendo raciocínios, criatividade, valorizando sobretudo o capital humano e a competitividade profissional (PALHARES; SILVA; ROSA, 2011, p.2)

Como aponta Castells (2003), a análise de nível nacional vem perdendo parte da sua importância dentro do enquadramento para a compreensão da sociedade. E alguém que não utilize as ferramentas adequadas de tecnologia da informação e comunicação afim de “agregar conhecimento, facilitar tarefas diárias, otimizar e dar velocidade às comunicações, ampliar redes, será uma excluída digital” (PALHARES; SILVA; ROSA, 2011, p.4).

Esse mesmo princípio se aplica as universidades, que tentam formar adequadamente seus estudantes para o mercado de trabalho, e demais organizações que, por ventura, se abstenham a adentrar esse universo virtual.

Diante do exposto, torna-se relevante o estudo sobre a importância da tecnologia da informação, enquanto vetor para a transformação social, na realização de negócios na atualidade, pois a TI participa cada vez mais do dia-a-dia das organizações, sendo por vezes uma arma eficiente de gestão da informação e de apoio às decisões, gerando assim, um diferencial competitivo no mercado, e por outras como uma ferramenta que afeta interesses, valores e rotinas há muito tempo centralizados nas pessoas (FREITAS e RECH, 2000).

## 2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Para Germano (2008) o mercado está cada vez mais competitivo e a informação torna-se uma ferramenta indispensável para o alcance de objetivos empresariais. Aquele que conseguir transformar um maior número de informação em conhecimento tem mais chances de se sobressair no mercado.

Segundo Alcyon Junior (2009, p. 1) a Tecnologia da Informação pode ser definida como “um conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação”. As aplicações para TI são variadas e estão ligadas às mais diversas áreas. O termo TI serve para designar o conjunto de recursos tecnológicos e computacionais para geração e uso da informação.

Para Navarro (2007) a tecnologia da informação está fundamentada em:

- Hardware e periféricos: sistemas físicos do computador (monitor, impressoras).
- Software: Sistemas Operacionais (Windows®, Linux®, FreeBSD®) que controlam o hardware, e diversos outros sistemas (ERP's, BrOffice.org, Picasa, jogos).
- Sistemas de telecomunicações: telefonia, internet, linhas privadas, VoIP e outros sistema de telecomunicações vitais.

- Gestão de dados e informações: como a organização utiliza os dados colhidos através do seu negócio e transforma esses dados em informações úteis. Como utilizar esta informação, por quando tempo e como essas informações ou dados devem ser armazenadas, o grau de confiabilidade da informação gerada, gestão de segurança da informação.

Mesmo Assim, TI não se restringe a hardware, software, sistemas de telecomunicações e gestão de dados e informações. Existem tecnologias relativas ao planejamento de informática, ao desenvolvimento de sistemas, o suporte ao programas, aos processos de produção e operação. A TI abrange todas as atividades desenvolvidas na sociedade pelos recursos da informática. É a difusão social da informação em larga escala de transmissão, a partir destes sistemas tecnológicos inteligentes. Seu acesso pode ser de domínio público ou privado, na prestação de serviços das mais variadas formas (NAVARRO, 2007).

Para que a informação tenha valor ela deve possuir algumas características como: ser precisa, completa, flexível, confiável, relevante, pontual, verificável, acessível e segura. Uma informação que não atenda a essas características poderá causar alguns transtornos durante o processo de tomada de decisão na empresa, podendo gerar prejuízos financeiros. E a mensuração desse valor estará ligada à forma como essa informação auxilia o tomador de decisão, podendo ser medido pelo tempo gasto na tomada de uma decisão ou pelo aumento dos lucros na empresa (GERMANO, 2008).

### 3 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO DA SOCIEDADE

De fato, hoje os sistemas de informação estão cada vez mais incorporados no cotidiano das corporações e conseqüentemente das pessoas, a sociedade convive com estes o tempo todo, principalmente depois da massificação do uso da Internet. A tecnologia da informação permite trabalhar com mais flexibilidade, podendo adaptar rotinas e pulverizar o trabalho de maneira a otimizar os recursos disponíveis (BORGES, 2010).

O vertiginoso aumento das tecnologias da comunicação e informação impulsiona ainda mais o processo de mudança comportamental no Brasil e no mundo, isso acontece porque todos os envolvidos com essas, tem que se adaptar a elas para se estabelecerem no mercado e/ou na vida de um modo geral (PALHARES; SILVA; ROSA, 2011, p. 3).

Segundo Borges (2010), com toda a facilidade de acesso a informação em tempo real nos mais diversos locais, surge um novo cenário em que as empresas recebem incentivos para se deslocar a localidades mais afastadas, e as pessoas passam a ter a opção de trabalhar em casa, gerando um fenômeno denominado *Home Office*, que, segundo Schirigatti e Kasprzak (2007 *apud* Selby e Wilson, 2001, p. 31) “é um termo abrangente que descreve todas as práticas que estão além dos modelos tradicionais de trabalho”, nesse contexto, inicia-se um processo de descentralização das atividades.

Apesar das vantagens deste novo cenário, onde as pessoas podem distribuir melhor seu tempo e os custos passam a ser mais baixos, existem também desvantagens na adoção dessa prática menos tradicional, sendo a maior delas o pouco contato entre as pessoas, a convivência em sociedade passa a ser menor (BORGES, 2010).

As ferramentas de comunicação, como e-mail e as redes sociais estão sendo abundantemente utilizados pelos profissionais. Os mesmos trabalham se movimentando entre os andares e corredores dos edifícios empresariais, vivendo em uma época que a tecnologia dá suporte, através de diversos dispositivos, para que haja essa mobilidade e facilidade de comunicação.

Um ponto negativo observado, diante de todas as facilidades das tecnologias atuais, é o fato de que, por estarem conectados 24 horas por dia, os trabalhadores dessa época tendem a não conseguir dar um limite entre o horário de trabalho e suas vidas pessoais. Na pesquisa realizada pela EIU (Economic Intelligence Unit), 75% dos participantes apontaram a ausência de limites entre o horário de trabalho e a vida pessoal como o aspecto negativo principal trazido pelas facilidades da comunicação móvel. Os participantes da pesquisa consideraram desvantajoso estar a disposição 24 horas por dia. É de

fundamental importância a busca por uma solução para tal problema, para que a vida profissional não passe a interferir na intimidade de cada pessoa (E-CONSULTING CORP, 2011).

De acordo com Palhares, Silva e Rosa (2005), a valorização do conhecimento deve ser cada vez maior para que as pessoas possam acompanhar as novas ferramentas que surgem com a finalidade de auxiliar as organizações. Na sociedade da informação, os participantes desta têm acesso ao conhecimento em tempo real, podendo compartilhá-las com os demais de maneira imediata. A disseminação da informação pode gerar transformações sociais que interferem diretamente na cultura e costumes da sociedade, porém, como em todo processo e mudança, existem os grupos mais resistentes, que tentam de alguma forma não incorporar esses avanços. As culturas das mais diversas nações devem ser respeitadas, e cabe aos responsáveis pela implantação de novas tecnologias encontrarem maneiras de se adaptarem ao local que serão inseridas.

#### **4 INFLUÊNCIA DA TI PARA A REALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS NA ATUALIDADE**

A tecnologia da informação, principalmente a Internet tem acelerado o processo de mudança e alterado as formas de pensar e agir das pessoas. Esta revolução da tecnologia da informação possibilitou a aceleração no processo de globalização dos mercados e vem causando mudanças e transformações nos processos de troca e de criação de valor. As organizações, para acompanhar e continuar fazendo parte do mercado desenvolve novos modelos de negócios, para se adequar ao dinamismo desse ambiente. Este fato tem transformado o ambiente competitivo, colocando a tecnologia como um agente transformador sem precedentes.

Uma segunda onda do processo de transformação causado pela força desta nova economia, a qual ganha força com base no conhecimento, foi a entrada no processo de informatização das empresas que não tratavam diretamente com produtos tecnológicos. Estas empresas aos poucos foram descobrindo os benefícios desta mudança e alternativas de conduzir seus negócios desenvolvendo formas inovadoras de se relacionar com outras empresas no mercado, novas estratégias de negócios (CASTELLS, 2003).

Esta revolução tecnológica se dá ora oferecendo maior eficiência às empresas e, portanto reduzindo custos, ora possibilitando maior eficácia, gerando maior valor ou novas formas de valor aos clientes em geral, contribuindo para a sustentabilidade das mesmas.

A economia do conhecimento, ou seja, economia cuja abordagem valoriza o conhecimento, a informação, a inovação de valor, entre outros, vem demonstrando a cada dia que a economia tradicional ou a economia de produção fazem parte do passado. Considerar as regras deste novo cenário é definitivamente importante para sobreviver com um mínimo de sustentabilidade e visão de futuro (TAPSCOTT, 2001).

#### **5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

##### **5.1 Método**

###### **5.1.1 Tipo de Pesquisa**

Trata-se de um estudo descritivo, abordado qualitativamente. Esse tipo de pesquisa é normalmente utilizado para descrever as características de determinada população ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Assume, em geral, a forma de Levantamento (SILVA e MENDES, 2011).

###### **5.1.2 Participantes da pesquisa**

O levantamento da pesquisa de campo foi realizado em 18 empresas de pequeno porte que atuam no ramo do comércio ou serviço na cidade de João Pessoa – PB.

### 5.1.3 Instrumento de coleta de dados

O estudo foi realizado através de um formulário composto de 10 questões, sendo essas objetivas, porém passíveis de comentários subjetivos.

### 5.1.4 Procedimento

A coleta dos dados foi realizada através de entrevistas com os gestores das empresas que forneceram informações relacionadas a utilização de tecnologia da informação como ferramenta de apoio às decisões empresariais. O período de aplicação do instrumento aconteceu no mês de Maio de 2011 e se deu nas instalações das respectivas organizações participantes de acordo com a disponibilidade dos entrevistados.

### 5.1.5 Análise dos dados

Dentre as técnicas de Análise, optamos pela Análise de Conteúdo Temática, por ser um método de interpretação e inferências através da análise do uso da palavra sobre o objeto de estudo. Que de acordo com Bardin (2002) *apud* Goldemberg e Otutumi (2008), baseia-se no desmembramento do texto em unidades, com o objetivo de descobrir os diferentes núcleos de sentido que constituem a comunicação, para posteriormente, realizar o seu reagrupamento em classes ou categorias.

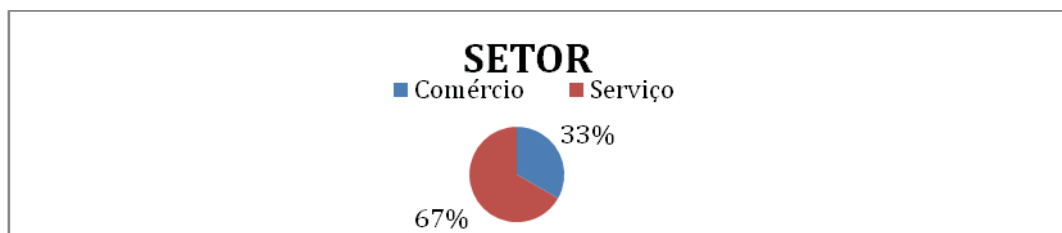
Com base nos conhecimentos teóricos que norteiam nossa investigação, realizamos um recorte dos conteúdos retirados dos discursos em questão, a fim de definir categorias sobre as quais organizamos os elementos, agrupando-os por parentesco de sentido. Sendo assim, as informações foram separadas e selecionadas de maneira a serem significativos por termos comuns nas respostas, verificando-se a freqüência e o parentesco destas.

A análise dos resultados foi feita através da técnica de análise de conteúdo temática, com o objetivo de descobrir qual a importância do uso da tecnologia da informação, enquanto vetor para a transformação social, na realização de negócios na atualidade.

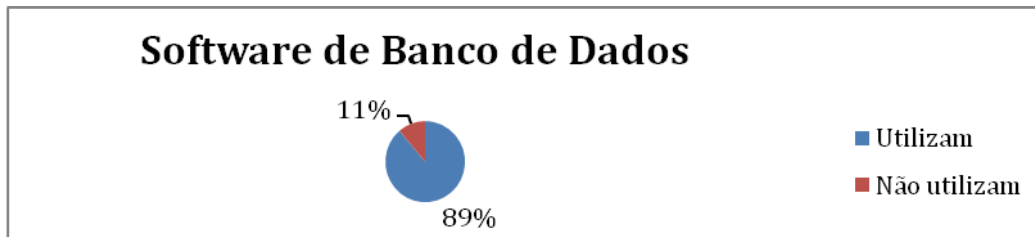
## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com os dados obtidos na pesquisa que objetiva identificar o nível de importância da tecnologia da informação, enquanto vetor para a transformação social, na realização de negócios na atualidade, realizada junto a 18 empresas, verificou-se que doze (67%) delas são prestadoras de serviços e as seis demais (33%) atuam na área de comércio em geral. Foi possível constatar, como pode ser observado do Gráfico 2, que 89% utilizam softwares automatizadores de operações e de tecnologia da informação para armazenar dados a respeito de seus clientes internos e externos, sistemas esses bastante diversificados, reforçando o fato de que cada empresa deve procurar o software que atenda as suas necessidades específicas.

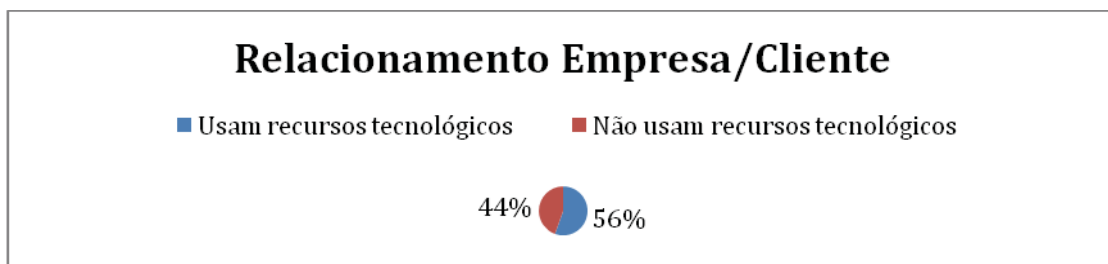
Percebemos que a tecnologia da informação está cada vez mais presente, sendo uma tendência automatizar os processos que forem possíveis, o que confirma o pensamento de Germano (2008), que afirma que o mercado está cada vez mais competitivo e a informação torna-se uma ferramenta indispensável para o alcance de objetivos empresariais. Os 11% dos pesquisados que disseram não dispor de softwares de banco de dados, os sistemas utilizados por eles não serviam com esta finalidade.



Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 1



Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 2

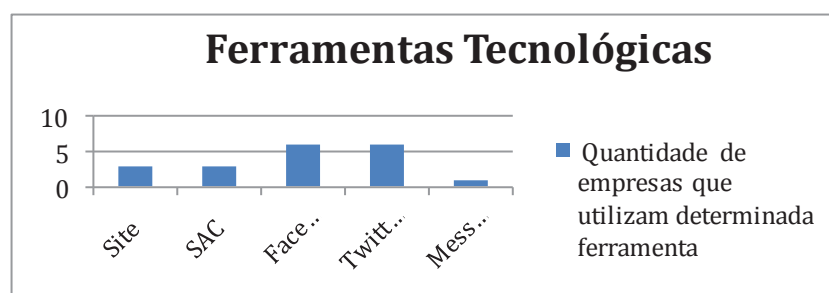


Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 3

Quando abordados a respeito da utilização de algum recurso tecnológico com a finalidade de interação entre a empresa e os clientes, 56% dos pesquisados afirmaram que usam recursos da tecnologia da informação para este fim, logo, 44% não faz uso de tais ferramentas com o intuito de interação com seus clientes.

dos que não utilizam ferramentas da tecnologia da informação e comunicação com essa finalidade, os argumentos utilizados foram: a falta de alguém responsável para se dedicar especificamente a esta função ou o fato de ainda não terem dado atenção necessária para a elaboração de alguma maneira viável de realizar tal atividade.

Quanto aos adeptos da tecnologia da informação como alternativa para se relacionar com seus clientes, observou-se uma série de ferramentas utilizadas pelos entrevistados, das quais é possível citar como exemplos: sites, central telefônica, redes sociais (facebook e twitter) e Messenger. Este cenário permite deduzir que, de fato, é dada importância ao relacionamento cliente/empresa, e para acompanhar as consecutivas mudanças do cotidiano, as organizações lançam mão de meios tecnológicos de comunicação para atingir seu público. A partir daí, tomando como parâmetro as 10 empresas que fazem uso dos recursos mencionados anteriormente, têm-se o Gráfico 4.





Fonte: elaborado pelos autores

Gráfico 4

Foi questionado se os entrevistados utilizam algum recurso para medir satisfação dos seus clientes, os resultados mostraram que 72,2% dos entrevistados afirmam usar telefone (16,66%), e-mail (11,11%), questionário digital (16,66%), o próprio site da empresa (5,55%), caixa de sugestões (22,22%), e o facebook (5,55%) como ferramentas de mensuração de satisfação de seus clientes.

Dentre os respondentes, 27,8% não utilizam recursos para medir a satisfação de seus clientes, sendo citado como motivo a falta de conhecimento na área (11,11%); não possuírem um sistema apropriado para mensurar esses dados (11,11%); e; desconhecimento do tipo de tecnologia que realize esse tipo de trabalho sem importunar o cliente (5,55%), pois os horários de maior atendimento são o intervalo do almoço e o de retorno do trabalho no final do expediente, a empresa em questão entende que seus clientes estão sempre ocupados.

A pesquisa constatou que 55,55% das empresas pesquisadas afirmam utilizar algum sistema de apoio à decisão, porém 50 % delas não souberam ou não quiseram informar qual.

Os entrevistados afirmaram utilizar um software de armazenamento de dados para controle de estoque (5,55%); Fluxo de caixa (5,55%); Contabilização do número de clientes atendidos (11,11%); Folha de pagamento dos funcionários (11,11%); Contas a receber e a pagar (5,55%); e; Entrada de dados no software pelo gerente, esses dados gerarão relatórios e planilhas para que o gestor possa analisá-los e tomar decisões de acordo com os objetivos organizacionais (16,65%).

Foi constatado na pesquisa que 44,44% dos entrevistados não utilizam sistema de apoio à decisão, por não acreditar que seja uma ferramenta essencial, devido ao porte da empresa ser pequeno; Falta de investimento em TI; e; de acordo com um dos entrevistados o software de sua empresa não oferecer ferramentas para apoio à decisão.

No questionário proposto às empresas, identificamos cinco fatores que um Sistema de Informações pode auxiliar na rotina de uma organização. São eles: automatização dos processos, fácil acesso à informação, ajuda no monitoramento, facilita a tomada de decisão e a redução a possibilidade de falhas. As empresas pesquisadas foram questionadas a respeito do grau de importância de cada um desses fatores para o seu negócio. Para cada fator, elas deveriam enumerar de 1 a 5, sendo 1 o fator mais importante e 5 o menos importante para a organização.

Após a tabulação dos resultados percebe-se que dez das empresas pesquisadas (55%) consideram como o fator mais importante para utilização de um sistema de informações a facilidade de acesso às informações que essa ferramenta proporciona.

Já os fatores Facilita a tomada de decisão e Reduz a possibilidade de falhas, foram considerados os menos importantes por 39% das empresas cada um. Acredita-se que este indicador se apresentou tão representativo, pois a maioria dos entrevistados não participam do nível estratégico de suas organizações.

No questionário aplicado às empresas, perguntou-se também se havia outro fator pelo qual o sistema de informações facilitava na rotina da empresa. Treze das empresas pesquisadas (72%) alegaram não haver nenhum outro fator além dos previamente citados no questionário. Porém as outras empresas acrescentaram o fato de poder filtrar as informações mais importantes, a rapidez de envio de informações e a possibilidade de manter um histórico de cada cliente como outros benefícios que o sistema de informações pode trazer para a organização.

Quando perguntados se o sistema de informações da empresa ajudava a manter uma vantagem competitiva sobre os concorrentes, a maioria dos entrevistados (aproximadamente 67%) responderam positivamente e justificaram que o sistema de informações traz agilidade aos processos, organização e possibilita um maior conhecimento a respeito das preferências de seus clientes.

Comprar pela internet é uma tendência e cresce progressivamente. No entanto, os resultados da pesquisa não corroboram com essa perspectiva de disseminação de compras através da internet. Como apontado no gráfico 5, apenas 6% seguem essa tendência de compra de produtos pela internet. 94 % das empresas pesquisadas afirmam não realizar compra de produtos pela internet.

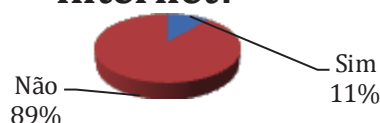
### A empresa realiza compra de produtos pela internet?



Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 5

Comercializar produtos e/ou serviços através da Internet faz parte da evolução tecnológica e consiste numa das modalidades de vendas que mais cresce no Brasil. É importante ressaltar, levando em consideração a limitação amostral do estudo, que os empresários de João Pessoa-PB ainda não despertaram para essa modalidade de venda. Apenas 11% das empresas pesquisadas realizam venda de produtos pela internet.

### A empresa realiza venda de produtos pela internet?

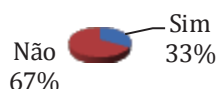


Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 6

O *e-commerce*, ou comércio eletrônico, corresponde, a compra e venda de produtos e/ou serviços através de meio digital. E, como apresentado no gráfico 7, 33% das empresas abordadas consideram o *e-commerce* (comércio eletrônico) importante para a sobrevivência de seus negócios.

67% dos entrevistados (Gráfico 7) não consideram o fenômeno *e-commerce* importante para a sobrevivência de seus negócios em particular, mas reconhecem a importância do *e-commerce* em si. 16,67% afirmam que seus segmentos não são compatíveis com a proposta do *e-commerce*.

### Considera o e-commerce (comércio eletrônico) importante para a sobrevivência da sua empresa?



Fonte: elaborado pelos autores  
Gráfico 7

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas pesquisadas revelam que o principal motivo pelo qual possuem um software é a facilidade de acesso às informações que ele proporciona. Esse fato se dá pela necessidade de comunicação inerente às organizações e, nos casos pesquisados, percebemos que o tamanho da empresa influencia diretamente no grau de importância desse fator. Quanto maior o tamanho da empresa, mais importante para ela é esse benefício.

A pesquisa realizada traduz a necessidade das empresas estudadas realizarem mais investimentos em seus softwares e adicionar funcionalidades a eles, principalmente no que se trata ao apoio à tomada de decisão. A evolução da tecnologia da informação está possibilitando cada vez mais, grandes transformações nos processos de troca e de criação de valor dentro das organizações. Para acompanhar e continuar fazendo parte do mercado, elas devem desenvolver novos modelos de negócios, se adequando ao dinamismo desse ambiente onde seus clientes estão inseridos.

A internet representa uma infinidade de possibilidades tanto para empresa como para consumidores. Através dela, as organizações têm oportunidade de mostrar seus produtos e serviços, realizar negócios, manter contato direto com seus clientes, personalizar ofertas e buscar novos seguimentos.

Assim, os sistemas de informações buscam não só automatizar rotinas, suas funcionalidades trazem consigo benefícios intrínsecos que dão oportunidade a organização expandir seus negócios e buscar novos mercados que talvez não fossem possíveis sem tal tecnologia.

## REFERÊNCIAS

JUNIOR, Alcyon. **Tecnologia Da Informação**. Disponível em: <http://www.artigonal.com/ti-artigos/tecnologia-da-informacao-812238.html>. Acesso em: 25 de Abril de 2011.

BORGES, Karine C. **Sistemas de Informação e Sociedade**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/sistemas-de-informacao-e-sociedade/44922/#>. Acessado em 25 de abril de 2011.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CÔRTEZ, Pedro Luiz. **Administração de Sistemas de Informação**. São Paulo: Saraiva, 2008.  
E-CONSULTING CORP. **Mobilidade Corporativa: Prós e Contras**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/mobilidade-corporativa-pros-e-contras/53491/>. Acessado em 26 de abril de 2011.

FREITAS, Henrique; RECH, Ionara. **Problemas e Ações na Adoção de Novas Tecnologias de Informação**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v7n1/v7n1a07.pdf> . Acesso em 30 de Abril de 2011.

GERMANO, Francisco T. Erick. **Diagnóstico do perfil de tecnologia da informação em micro e pequenas empresas do setor de serviços da cidade de Mossoró**. Disponível em: [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/15A34437E8C1212783257720004685A7/\\$File/NT000440F2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/15A34437E8C1212783257720004685A7/$File/NT000440F2.pdf) . Acesso em: 25 de Abril de 2011.

GODEMBERG, Ricardo; OTUTUMI, Cristiane. **Análise de conteúdo segundo Bardin: procedimento metodológico utilizado na pesquisa sobre a situação atual da Percepção Musical nos cursos de graduação em música do Brasil**. Disponível em: [http://www.fflch.usp.br/dl/simcam4/downloads\\_anais/SIMCAM4\\_Ricardo\\_Goldemberg\\_e\\_Cristiane\\_Otutumi.pdf](http://www.fflch.usp.br/dl/simcam4/downloads_anais/SIMCAM4_Ricardo_Goldemberg_e_Cristiane_Otutumi.pdf). Acesso em: 05 de Junho de 2011.

NAVARRO, Ilo. **Conceito de Tecnologia da Informação.** Disponível em: [http://outrolado.com.br/Artigos/o\\_que\\_e\\_tecnologia\\_parte\\_1\\_conceitos](http://outrolado.com.br/Artigos/o_que_e_tecnologia_parte_1_conceitos) . Acesso em: 25 de Abril de 2011.

PALHARES, MÁRCIA MARIA; SILVA, RACHEL INÊS DA; ROSA, ROSEMAR. **As Novas Tecnologias da Informação Numa Sociedade em Transição.** Disponível em: [http://www.cinform.ufba.br/vi\\_anais/docs/MarciaPalhares.pdf](http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/MarciaPalhares.pdf). Acessado em 26 de abril de 2011.

\_\_\_\_\_. **INFOINCLUSÃO: DESAFIO PARA A SOCIEDADE ATUAL.** Disponível em: [http://www.cinform.ufba.br/vi\\_anais/docs/RachelMarciaRosemar.pdf](http://www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/RachelMarciaRosemar.pdf). Acessado em 26 de abril de 2011.

PORTER, Michael E. & MILLAR, V.E. **How information gives you competitive advantage.** Harvard Business Review, V63, no 4, pp 149-160, jul. / ago. 1985

SCHIRIGATTI, Elisangela Lobo; KASPRZAK, Luis Fernando F. **Home Office: Origem, Conceito e Inferências Sobre o Significado Social do Novo Modelo de Trabalho Flexível.** Disponível em: <http://www.faculdadeexpoente.edu.br/upload/noticiasarquivos/1208992587.PDF>. Acessado em 26 de abril de 2011.

SILVA, Edna Lúcia da; MENDES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** Disponível em: <http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia%20da%20Pesquisa%203a%20edicao.pdf>. Acesso em: 04 de Junho de 2011.

TAPSCOTT, Don; TICOLL, David; LOWY, Alex. **Capital Digital.** São Paulo: Makron Books, 2001.

## TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO DE CARGAS: ESTUDO DE CASO

K. V. D. Santos<sup>1</sup>, E. L. Soares<sup>2</sup>, M. C. Aguiar<sup>3</sup>, F. S. D. Silva<sup>4</sup> e M. C. M. Cavalcanti<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4 e 5</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

kathyana\_vanessa@hotmail.com – edianoares@hotmail.com – maricavalcante1205@hotmail.com

etezus@hotmail.com – mcmcavalcanti@hotmail.com

### RESUMO

Nos últimos anos, devido ao crescimento da economia brasileira, houve um aumento das entregas e, conseqüentemente, uma maior propagação de veículos trafegando pelas rodovias e vias urbanas. O que acabou provocando, além de engarrafamentos, aumento nos custos e no tempo para a efetuação da entrega dos bens. Nessa perspectiva, o presente trabalho se propôs a estudar as estratégias administrativas para otimização das atividades de transporte e distribuição de forma a prevenir perdas e danos às mercadorias transportadas, tendo como objeto de estudo uma Transportadora localizada na cidade de João Pessoa - Paraíba. A pesquisa consiste num estudo de caso e tem caráter descritivo qualitativo; a coleta de dados foi realizada através da aplicação de um questionário junto ao gestor da organização. Os resultados obtidos apontam atrasos na entrega das mercadorias como principal ponto crítico. A distribuição é o ponto mais importante na organização estudada, no entanto suas diretrizes precisam ser revistas no intuito de otimizar as atividades até então realizadas.

**Palavras-chave:** Transporte. Distribuição. Logística.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta, em sua imensidão territorial, numerosos pólos de produção e de consumo, gerando uma gigantesca movimentação de mercadorias, sendo o transporte rodoviário o principal meio representado. Devido a sua importância e custo visível, o transporte e a distribuição têm recebido considerável atenção dos administradores, pois quase todas as empresas, grandes ou pequenas, necessitam pensar estrategicamente como tornar o transporte e a distribuição de materiais mais eficiente e eficaz; esse constitui o maior desafio na administração de materiais.

Distribuir produtos é entregá-los no local certo, em quantidade suficiente, com as características pretendidas, no momento exato e com os serviços necessários à sua venda. A política de distribuição foi, durante décadas, menosprezada pela indústria tradicional, segundo uma orientação que não compreendeu que, perante uma economia de excesso de oferta, os canais de distribuição desempenham papel fundamental. Apenas nos últimos anos, com a procura de um novo modelo econômico por parte da indústria, e com a criação de marcas, se constatou a importância da distribuição. Tendo-se começado a ouvir falar na necessidade de acesso aos canais de distribuição internacionais; sendo fundamental a seleção do tipo de distribuição e dos canais de vendas para o produto e dessa seleção dependerá o êxito de toda a estratégia de marketing da empresa (SANTI; CORNETA, 2010).

Com a crescente competitividade do mercado global, questões como distribuição e colocação dos produtos nas prateleiras dos clientes com alto nível se torna um fator primordial; e para obter sucesso e atingir vantagem competitiva, as organizações precisam agregar valor aos seus produtos e serviços, mantendo o menor custo possível. Decisões como a determinação das melhores rotas de tráfego, a quantidade certa de produtos distribuídos no intuito de baratear os custos, o uso de tecnologias para rastrear e localizar pedidos em trânsito, permitem à empresa prestar serviços elevados, minimizar falhas e estabelecer uma ligação instantânea entre a empresa e seus clientes; o que pode ser utilizado no intuito de agregar valor aos produtos e serviços e obter competitividade no mercado. (POZO, 2008).

Sendo assim, partindo da reflexão sobre o processo de Distribuição de mercadorias (saída da empresa até a entrega ao cliente final – seja ele outra empresa ou consumidor) é de fundamental importância o estudo dos mecanismos de otimização das atividades de transporte e distribuição de cargas, através de transportes rodoviários; pois isso contribui a ascensão de alternativas que irão evitar perdas e danos ao patrimônio dos agentes envolvidos na atividade de transporte.

## 2. SISTEMAS DE TRANSPORTES

No Brasil há numerosos pólos de produção e de consumo, o que gera uma grande movimentação de mercadorias, sendo o transporte rodoviário o principal meio de locomoção de tais produtos. E para Bowersox, Glosse e Cooper (2007, p.31), transporte é a área operacional da logística que geograficamente movimenta e posiciona os estoques.

O transporte possui duas funcionalidades principais: movimentação e armazenamento de produtos; e o valor básico é fornecido por esse componente é movimentar o estoque para destinos específicos. O valor principal dos transportes é a movimentação de produtos para uma cadeia de suprimentos; neste sentido, o transporte desempenha papel vital para as compras, a manufatura e atendimento ao cliente, pois sem um transporte confiável, a maioria das atividades não poderia funcionar. (BOWERSOX *et al*, 2007, p. 181).

O transporte consome tempo, recursos financeiros e ambientais. Outro aspecto importante no transporte de materiais é o armazenamento. Enquanto um produto está em um veículo ele está armazenado. Assim, os veículos de transporte também podem ser utilizados para armazenar produtos na origem ou no destino do embarque, porém há uma ressalva; tais veículos são instalações de armazenamento um tanto dispendiosa. Se o estoque envolvido for embarcado dentro de poucos dias

para um lugar diferente, os custos de descarregar, armazenar e recarregar o produto podem ser mais alto do que usar o veículo de transporte para armazenamento. Dessa forma, embora dispendioso, o armazenamento de produtos em veículos de transporte pode ser justificado a partir de uma perspectiva de custo total ou de desempenho quando considerado os custos de carga e descargas, as restrições de capacidade e a habilidade de ampliar os prazos de entrega. (BOWERSOX *et al*, 2007, p. 182).

## 2.1 Modais de Transporte

O sistema de transporte é essencial para a movimentação da economia de um país. Sem esse os produtos não chegariam até seus consumidores, as indústrias não teriam acesso as matérias-primas e nem teriam condições de escoar sua produção. O transporte de cargas é o principal componente dos sistemas logísticos das empresas, em sua estrutura é possível operar dentro de cinco modais básicos de transporte de cargas: rodoviário, ferroviário, hidroviário, dutoviário e aéreo. (BOWERSOX *et al*, 2007, p.192).

O modal rodoviário apresenta pequenos custos fixos, uma vez que a construção e a manutenção de rodovias dependem do poder público e seus custos variáveis (por exemplo, combustível, óleo e manutenção) são medianos (BOWERSOX *et al*, 2007, p.199). De acordo com Dias (2010, p.310) o Brasil transporta hoje cerca de 70% a 80% dos seus produtos pelo transporte rodoviário deixando o ferroviário em segundo plano, por mais que as condições das rodovias nacionais sejam precárias. Na perspectiva de Ferreira e Ribeiro (2002) o **transporte rodoviário** é o mais expressivo no transporte de cargas no Brasil, atingindo praticamente todos os pontos do território nacional, pois existe desde a década de 50, com a implantação da indústria automobilística e a pavimentação das rodovias.

O **transporte ferroviário**, de acordo com Bertaglia (2009 p. 299-300), não tem recebido inovação na mesma velocidade que outras formas de transporte, não têm muita flexibilidade de movimentação e mesmo assim corresponde com 20% do volume transportado no Brasil, e fica evidente que os investimentos são direcionados para o transporte rodoviário. Segundo Ferreira e Ribeiro (2002) o transporte ferroviário é utilizado principalmente no deslocamento de grandes toneladas de produtos homogêneos, ao longo de distâncias relativamente longas. Como exemplos destes produtos estão os minérios (de ferro, de manganês), carvões minerais, derivados de petróleo e cereais em grão, que são transportados a granel.

O **transporte hidroviário** é utilizado para o transporte de granéis líquidos, produtos químicos, areia, carvão, cereais e bens de alto valor (operadores internacionais) em contêineres. (FERREIRA e RIBEIRO, 2002). É um dos meios de transporte mais antigo que existe, e de acordo com Bertaglia (2009 p.301) apresenta duas modalidades: *marítima* (navegação costeira ou oceânica), e *fluvial* (navegação doméstica de rios e canais de navegação). Mais de 85% das exportações brasileiras são efetuadas por meio do transporte hidroviário através dos portos, estes por sua vez possuem custos elevados, mão de obra não qualificada e tecnologia ultrapassada, constituindo uma desvantagem em relação a outros países. O modal hidroviário apresenta custos fixos medianos, decorrentes do investimento em embarcações e em equipamentos, e seus custos variáveis são relativamente pequenos em razão da capacidade de transportar grandes volumes e toneladas. (BOWERSOX *et al*, 2007, p.199).

A utilização do **transporte dutoviário** é ainda muito limitada. Destina-se principalmente ao transporte de líquidos e gases em grandes volumes e materiais que podem ficar suspensos (petróleo bruto e derivados, minérios). A movimentação via dutos é bastante lenta, sendo contrabalançada pelo fato de que o transporte opera 24 horas por dia e sete dias por semana. (FERREIRA e RIBEIRO, 2002). Na visão de Bertaglia (2009 p.302), esse tipo de transporte é uma forma eficiente e segura de transporte, e tem tido uma evolução no Brasil. O modal dutoviário apresenta os custos fixos mais elevados, em decorrência de direitos de passagem, construção, estações de controle e capacidade de bombeamento. Em contrapartida, apresenta custos variáveis mais baixos, muitas vezes desprezíveis, nenhum custo com mão de obra de grande importância. É, portanto, o segundo modal com mais baixo custo, ficando atrás apenas do modo de transporte hidroviário. (BOWERSOX *et al*, 2007, p.199).

O **transporte aeroviário** tem tido uma demanda crescente de usuários, embora o seu frete seja significativamente mais elevado que o correspondente rodoviário. Em compensação, seu deslocamento porta a porta pode ser bastante reduzido, abrindo um caminho para esta modalidade, principalmente no transporte de grandes distâncias. Este tipo de transporte é utilizado principalmente nos transportes de cargas de alto valor unitário e perecíveis devido ao alto custo envolvido, agilidade e segurança (BERTAGLIA, 2009 p.302). O modal aéreo apresenta custos fixos baixos (aeronave e sistemas de manuseio). Seus custos variáveis são os mais elevados: combustível, mão de obra e manutenção. Tem a velocidade elevada, distância alcançada, segurança (roubos, danos e extravios), redução de custo com estoque. Suas principais desvantagens são o custo de frete, tempos de coleta e de entrega, manuseio no solo e dimensões físicas dos porões de transporte dos aviões (BOWERSOX *et al*, 2007, p.199).

O **transporte multimodal** (BERTAGLIA, 2009 p.303) consiste no movimento de cargas combinando diferentes modos de transporte. A multimodalidade pode ser definida como a integração entre modais, com o uso de vários equipamentos, como contêineres. Já a **intermodalidade** caracteriza-se pela integração da cadeia de transporte (FERREIRA e RIBEIRO, 2002). A integração entre modais pode ocorrer entre vários modais: aéreo-rodoviário, ferroviário-rodoviário, aquário-ferroviário, aquário-rodoviário ou ainda mais de dois modais. A utilização de mais de um modal agrega vantagens a cada modal, caracterizados pelo nível de serviço e custo. Combinados, permitem uma entrega porta a porta a um menor custo e um tempo relativamente menor, buscando equilíbrio entre preço e serviço. (FERREIRA e RIBEIRO, 2002).

### 2.1.1 Tecnologias empregadas

Para Nogueira (2009), o acompanhamento das frotas de uma empresa de prestação de serviços em transporte ou para a empresa que possui sua frota própria é de grande importância. Este departamento é responsável por realizar todo o monitoramento e gerenciamento das atividades que envolvem a boa performance dos equipamentos. Para apresentar custos adequados de transporte, a escolha da tecnologia de transporte utilizada é de extrema importância para a proporcionalidade de custos fixos e variáveis. A intensidade da utilização dos equipamentos de transporte possui grande influência no custo, também a frequência de movimentação e a porcentagem de quilômetros percorridos com o veículo carregado. A forma de se transportar os produtos dependerá muito do processo logístico de cada empresa, bem como do seu tipo e características.

Existem inúmeros softwares desenvolvidos para tratar de problemas logísticos. A programação linear, teoria de controle de estoque e simulação, em particular, são valiosas ferramentas para profissionais dessa área, pois podem tratar de problemas como: posicionamento de estoques, programação da melhor rota de seus veículos na distribuição de produtos, rastreamento e localização dos pedidos em trânsito, permitindo à empresa prestar serviços do mais elevado nível e, ao mesmo tempo, minimizar falhas e maximizar a utilização de seus ativos.

As principais ferramentas de interesse para estabelecer uma ligação instantânea entre a empresa e seus clientes, no intuito de receber e confirmar solicitações de transporte e para manter todos informados sobre a situação de determinados pedidos e as disponibilidades de estoque, são as de rastreamento por satélite, comunicações por satélite e intercâmbio eletrônico de dados (EDI), que conectam toda a cadeia de suprimentos, dando informações em tempo real (POZO, 2008, p. 182-183).

Segundo Newmann (2009), os avanços tecnológicos disponibilizam as empresas ferramentas de auxílio ao planejamento de controle de rotas no setor de transporte, como telefones celulares, *paggers* alfanuméricos, *scanners* portáteis, computadores de bordo, rastreadores de veículos munidos de receptores GPS (*Global Positioning System*), que possibilitam a visualização da posição do caminhão em tempo real. E ainda, segundo Valentim (2005), Sistema de Programação de Frota (SPF), Solução Automatizada para Transportadoras (SAT) – que são voltadas principalmente para procedimentos de controle de frota, como: consumo de pneus, combustíveis e cadastro de veículos. E as tecnicamente mais sofisticadas VSPX, TruckStops, Trucks, Road Show, Maxload, Sistema BDC e Trucker – que fazem a roteirização dos veículos no transporte de cargas fracionadas, as quais, a partir de determinados terminais, programam entregas em diversos pontos de uma rede.



## 2.2 Roteirização

Segundo Ballau (1998), o transporte representa um dos elementos mais importantes na composição dos custos logísticos de uma empresa, é capaz de absorver entre 33,3 e 66,6% dos custos logísticos totais. Surge, então, a necessidade de se entender os fundamentos do transporte e sua influência no desempenho logístico da empresa. Por isso a roteirização de cargas é uma parte importante da eficiência do transporte, ela predetermina o caminho geográfico que um veículo percorrerá. Bowersox *et al* (2007, p.222).

De acordo com Cunha (2000) e Vieira (1999) *apud* Enomoto e Lima (2007) a roteirização é o processo para a determinação de um ou mais roteiros ou sequências de paradas a serem cumpridos por veículos de uma frota, tendo por objetivo utilizar um conjunto de pontos geograficamente dispersos, em locais predeterminados, que necessitam de atendimento. Na visão de Bowersox *et al* (2007, p.222), a responsabilidade de garantir que a roteirização seja efetuada de maneira eficiente é do departamento de transporte. O departamento de transporte seleciona as transportadoras para realizar o transporte, sendo atribuição dos gerentes a responsabilidade de administrar o desempenho dos transportes contratados e privados, medindo e avaliando continuamente o desempenho das transportadoras.

Considerando Bodin *et al* (1983), Assad (1991) e Laporte *et al* (2000) *apud* Enomoto e Lima (2007), observa-se que as principais características dos problemas de roteirização e programação são: tamanho da frota disponível, tipo de frota, garagem dos veículos, natureza da demanda, localização da demanda, características da rede, restrições de capacidade dos veículos, requisitos de pessoal, tempos máximos de rotas, operações envolvidas, custos, objetivos e outras restrições (variáveis do problema).

Enomoto e Lima (2007) classificam os problemas de roteirização considerando as restrições geográficas e espaciais, dividindo assim os problemas em três grupos: **(1) problema de roteirização pura** que engloba problemas espaciais que não consideram as variáveis temporais ou precedências entre as atividades para elaboração dos roteiros de coleta e/ou entrega. **(2) problema de programação de veículos e tripulações** que podem ser considerados como problemas de roteirização com restrições adicionais relacionadas ao tempo, quando várias atividades precisam ser executadas. Este tipo de problema pode ser dividido em dois casos: Programação de veículos e Programação de tripulações. O foco do primeiro está na sequência das atividades para os veículos no espaço e no tempo e do segundo na movimentação da tripulação no espaço e no tempo. **(3) problema de roteirização e programação** é o que envolve relações de precedência entre as atividades envolvidas e também restrições de janelas de tempo (horário de atendimento e outros).

Em suma, para Bertaglia (2009 p.314), o transporte é fundamental para que as nações tornem-se competitivas, e o Brasil vem investindo pouco em infra-estrutura e em tecnologia, e esses fatores influenciam nos custos dos produtos e nos fatores logísticos.

## 3. SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO

Para Newmann (2009), distribuição é todo o conjunto de atividades de planejamento e desenvolvimento da empresa para tornar um produto disponível, capaz de ser adquirido e consumido por diversos públicos nos locais definidos por este planejamento. Santi e Corneta (2010) definem Distribuição como sendo a entrega dos produtos no local certo, em quantidade suficiente, com as características pretendidas, no momento exato e com os serviços necessários à sua venda.

A distribuição física, segundo Valentim (2005), é a representação físico-espacial dos pontos de origem e destino das mercadorias, bem como de seus fluxos e demais aspectos relevantes, de forma a possibilitar a visualização do sistema logístico no seu todo. É um conjunto de nós (pontos de origem ou destino) que devem ser atendidos através de ligações (meios de transporte existentes), nas quantidades pré-estabelecidas.

Segundo Newmann (2009), coordenar e estruturar a distribuição são os processos mais importantes em uma empresa, pois exigem a adoção de atitudes e decisões estratégicas de grande importância, que

podem afetar todas as outras decisões mercadológicas. A distribuição física é antes de tudo, decidir estrategicamente, se deve optar pela venda direta, sem os intermediários, utilizando vendedores próprios, lojas próprias, ou representantes vinculados à empresa (autônomos) ou ainda se deve por outro lado, decidir pela venda indireta utilizando canais de distribuição independentes. Uma boa distribuição, associada a um produto de boa qualidade, a uma propaganda eficaz e a um preço justo, fazem com que os produtos sejam disponibilizados a seus consumidores, de modo que estes possam fazer a opção pela compra. Estando nas prateleiras, o produto passa a fazer parte de uma gama de produtos concorrentes que podem ser comprados ou não.

### 3.1 Pontos críticos da Distribuição

A distribuição é um processo complexo e de extrema importância para as Organizações. Devido a essa complexidade, essa tarefa não escapa de alguns gargalos<sup>1</sup> que dificultam sua execução com maior eficiência e eficácia. Iremos discorrer sobre alguns desses problemas enfrentados pelas Organizações que possuem a distribuição como elemento essencial em sua composição.

Como citado anteriormente, o Brasil é um país de dimensões continentais, de longas distâncias, onde o meio de transporte de cargas mais utilizado é o rodoviário. Um dos pontos críticos que devemos atentar é a questão dos **custos logísticos**: custos com armazenagem + estoque + despesas com administração + transportes (corresponde a 60% do total em 2004), como informam Abrahão e Soares (2007). Segundo Lima (2006), no período de 1996 para 2004 o preço do diesel subiu cerca de 292%, devido ao aumento do preço do petróleo, que por consequência também aumentou o preço dos pneus. Além dos gastos com combustível, pneus, manutenção da frota; existem também os pedágios, os sistemas de gerenciamento de riscos, entre outros. Os custos adicionais incrementam o produto final e é geralmente absorvido pelo consumidor. Um ponto ainda desfavorável no transporte rodoviário são as más condições das estradas brasileiras (75%\_Confederação Nacional do Transporte). (FIGUEIREDO, 2006). Lima (2006, p. 69) coloca que:

O grande problema da matriz de transporte brasileira é que, devido à falta de infraestrutura adequada, nem sempre utilizamos o modal mais adequado ao tipo de carga transportado. Assim, em diversos mercados, o embarcador – diante da falta de disponibilidade de outros modais – acaba obrigado a utilizar o rodoviário [...]. Para finalizar, vale destacar que os valores de frete rodoviário praticados no Brasil são bastante baixos; no entanto, a falta de infraestrutura adequada, aliada a problemas de capacidade e disponibilidade, muitas vezes inviabilizam o transporte de cargas por outros modais, muitas vezes mais adequados à distância e ao tipo de produto. Assim, o resultado acaba sendo um frete alto para quem paga, mas baixo para quem recebe.

O **tempo das entregas** também pode ser considerado um gargalo, devido aos problemas encontrados nos modais de transporte, acidentes com os produtos, tamanho do pedido, volume da carga, colocação dos produtos no transporte, falta de flexibilidade da empresa para traçar novas rotas etc. A **falta de segurança e de confiabilidade nas estradas** (assaltos, por exemplo) gera dificuldades no processo de distribuição e entrega das mercadorias, principalmente quando são feitas em áreas de conflitos sociais (favelas). Segundo Consenza *et al* (2006, p. 11):

A frequência de entregas é afetada por gargalos ligados à barreira geográfica, em termos de: a) grandes distâncias para entregar; b) condições da infraestrutura rodoviária ao longo da rota de entrega; c) questões de segurança para determinadas áreas específicas, acometidas de alto nível de violência urbana; d) acidentes geográficos naturais que requerem transporte intermodal; e e) o nível de abundância da disponibilidade de empresas de transportes, terceiros e operadores logísticos para entregas nas áreas desejadas.

<sup>1</sup> “Gargalo é a atividade mais lenta numa cadeia [...]” (CHRISTOPHER, 1999, p.157 *apud* COSENZA, PEIXOTO, SILVA, p.2)

**Falhas na documentação** é um ponto crítico na atividade logística, de acordo com Consenza *et al* (2006, p.6) “uma informação documental insuficiente ou equivocada [...] provoca devoluções de produtos, exigindo logística reversa para buscas ou trocas, produzindo mais custos de distribuição”.

No ramo de distribuição, observa-se também que o transporte de cargas é um dos serviços escolhidos pelas empresas para ser terceirizado, pois assim “reduziria o capital investido em ativos, para obter maior rentabilidade do capital envolvido na operação”. (Abrahão e Soares, 2007). A terceirização é uma atividade difícil, porque além de ter um baixo nível de regulamentação no setor, exige um alto grau de confiança entre a empresa que contratou os serviços e a empresa prestadora destes. Se elas não cumprirem o acordado no contrato, poderão causar prejuízos na distribuição dos produtos.

Estes foram apenas alguns aspectos negativos gerais que abordamos aqui, visto que os pontos críticos da distribuição vão depender especificamente do ramo da empresa (o tipo de mercadoria), da região em que ela se encontra e o destino final dos produtos.

#### **4. CUSTOS LOGÍSTICOS**

Dias (2010, p.358) aponta a crescente preocupação dos gestores com os custos da distribuição. Segundo Pozo (2010, p. 178), dentre os diversos desafios da logística empresarial, um dos principais é gerir de forma adequada à relação entre nível de serviço e custo. De acordo com Dias (2010, p.359), partindo da perspectiva teórica, a metodologia ideal de distribuição seria aquela que possibilitasse o maior lucro líquido. No entanto, a escolha “das vias de distribuição mais lucrativa é problema dos mais difíceis de resolver”.

De acordo com Ballou (1995) apud Pozo (2010, p. 179), “o custo total logístico é a soma dos custos de transporte, estoque processamento de pedido e pleno atendimento do cliente”. Assim, “quando falamos e discutimos sobre o tema de como elaborar os custos da cadeia logística, a visão fragmentada do processo logístico torna-se mais difícil”. (POZO, 2010, p.180).

O método ABC (técnica contábilística que possibilita às empresas identificarem os custos associados a cada atividade, área, segmento ou produto) elimina distorções advindas da apuração dos custos, conferindo uma maior precisão ao custeio dos produtos e serviços. Dessa forma, tal metodologia contribui para um “gerenciamento mais eficaz dos custos logísticos”. (POZO, 2010, p. 182).

Dias (2010, p.367) apresenta os custos do transporte, custo de recepção e expedição, custo de estocagem e custos de estrutura como os custos que normalmente incorrem num sistema de distribuição. Outro custo muito importante, ressaltado pelo autor, é o seguro dos produtos transportados – seja entre depósitos, entre fábricas ou para varejistas e/ou consumidores.

#### **5. METODOLOGIA DA PESQUISA**

O trabalho foi realizado mediante uma pesquisa descritiva em uma empresa de Transporte e Distribuição de cargas na cidade de João Pessoa – PB, sobre as estratégias administrativas para otimização das atividades de transporte e distribuição de forma a prevenir perdas e danos as mercadorias transportadas. Foi-se utilizado como instrumento de pesquisa uma entrevista semi-estruturada com aplicação de questionário junto ao gestor(a) da organização. Os resultados foram analisados qualitativamente por etapa no processo de transporte e distribuição das cargas – ressaltando a presença de pontos críticos em cada etapa do processo de prestação do serviço.

#### **6. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Como mencionado anteriormente, a distribuição é um processo complexo e de extrema importância para as organizações. Em geral esse aspecto não é diferente na empresa abordada; principalmente por que a distribuição de mercadorias constitui a atividade fim da empresa objeto de estudo, ou seja, a razão da sua própria existência. Devido a sua complexidade, a tarefa de distribuir não escapa de alguns gargalos que dificultam sua execução com maior eficiência e eficácia.

Na empresa estudada, os custos logísticos de transporte e distribuição, em função da escolha das vias de distribuição mais lucrativas, se configuram a parte mais onerosa para a empresa, o que é

estrategicamente lógico, pois esta operação constitui a atividade fim da organização estudada. A manutenção de máquinas e equipamentos (combustível, pneus, manutenção da frota, pedágios, sistemas de gerenciamento de riscos), o estoque de mercadorias, Despesas com administração, Tempo de entrega das cargas e Terceirização de atividades/serviços seguem a Manutenção de máquinas e equipamentos como as atividades mais onerosas à organização. Já os Custos de armazenagem, Custos por extravios nas mercadorias, Falhas na documentação e Falta de segurança nas estradas foram relatadas como as operações, dentre as anteriormente citadas, menos onerosas.

Os principais pontos críticos identificados na organização foram: (1) *Ausência ou pouca disponibilidade de espaço físico para armazenagem e movimentação de mercadorias*: o que, dependendo da perspectiva, pode vir a ser um aspecto positivo à organização já que esta terá sempre que trabalhar com muita fluidez de forma a evitar a necessidade de alocação física de materiais (Filosofia Just – in – time); (2) *Falta de funcionários habilitados para realizar a manutenção das máquinas e equipamentos*; (3) *Atrasos nas entregas* devido à disfunção burocrática para a liberação dos veículos pela gerência de riscos e comunicação insuficiente ou ineficiente entre fornecedor/cliente; (4) *Atividade de re-despacho* das cargas que é realizada por empresa terceirizada: a terceirização, como abordamos anteriormente na revisão de literatura, é uma atividade difícil, porque além de ter um baixo nível de regulamentação no setor, exige um alto grau de confiança entre a empresa que contratou os serviços e a empresa prestadora destes. Se elas não cumprirem o acordado no contrato, poderão causar prejuízos na distribuição dos produtos. Tanto é que a organização estudada recentemente contratou uma nova empresa terceirizada, pois a que estava anteriormente sob seus serviços apresentou diversas falhas comprometendo a imagem da organização junto aos clientes/fornecedores.

Dentre os gargalos ressaltados pela própria organização encontra-se a avaria e extravio das mercadorias devido à falta de atenção no carregamento e mau condicionamento da carga; o que ocasiona atrasos e conseqüentemente insatisfação dos clientes. Como a empresa não possui um padrão de estratégia de ação para agir imediatamente frente a estes problemas, perde-se muito tempo ao verificar com os fornecedores da mercadoria quais medidas deve tomar, se restitui ou não o consumidor.

Na pesquisa ficou claro que o ponto “atraso na entregas das mercadorias” é demasiadamente crítico já que devido a uma série de fatores atrasos acontecem em algumas etapas no processo de prestação do serviço, dentre esses fatores podemos citar: a falta de funcionários habilitados para realizar a manutenção das máquinas e equipamentos gerando máquinas ociosas; disfunção da burocracia na liberação dos veículos pela gerência de riscos e comunicação insuficiente ente fornecedor/cliente gerando insatisfação tanto dos clientes quanto dos fornecedores; falta de treinamento dos funcionários para carregar e condicionar corretamente as mercadorias ocasionando perdas para a organização; e falta de um planejamento estratégico para solucionar problemas de extravio de mercadorias.

Todas as empresas, grandes ou pequenas, necessitam pensar estrategicamente como tornar o transporte e a distribuição de materiais mais eficiente e eficaz; esse constitui o maior desafio na administração de materiais. A distribuição - processo complexo e de extrema importância para as organizações – como visto durante toda a pesquisa, é o ponto mais importante na organização objeto de estudo, no entanto suas diretrizes precisam ser revistas no intuito de otimizar as atividades até então realizadas.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O trabalho apresentou, através dos dados recolhidos e das pesquisas realizadas, a importância do tema transporte e distribuição de cargas para as organizações que almejam manterem-se competitivos num mercado tão diversificado e globalizado. Atualmente, apesar de vários negócios serem celebrados virtualmente, as empresas encontram barreiras físicas e geográficas para distribuição das suas mercadorias; principalmente no Brasil que possui extensa dimensão continental. É importante compreendermos que a atividade de transporte e distribuição de cargas é dinâmica e complexa devida principalmente aos prazos de entrega, os modais de transporte, a documentação, a manutenção de

máquinas e equipamentos (combustível, pneus, manutenção da frota, pedágios, sistemas de gerenciamento de riscos), o estoque de mercadorias, despesas com administração, entre outros.

Ficou evidenciado que na empresa estudada a abordagem teórica sobre o tema dificilmente se aplica a realidade prática, não considerando a teoria fator essencial e determinante para execução das atividades, pois todo o conhecimento adquirido por eles, advém da vivência prática com a atividade de transporte. O que nos aponta como necessidade básica o estudo, por parte de toda a organização, da teoria que se aplica a vivência dos mesmos.

Esta pesquisa permitiu a interligação dos conteúdos teóricos com a realidade prática das organizações, proporcionando uma vivência, às autoras, na empresa – o que ocasionou um maior aprendizado e troca de conhecimento. Este trabalho constituiu também um desafio, pois o assunto ainda gera resistência – quando tratado teoricamente na prática, por ser uma área relativamente nova, nada romântica, que requer dedicação e trabalho árduo, mas que vem ganhando evidência com o crescimento econômico do Brasil na última década.

## REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Fábio; SOARES, Newton. **Estratégia de Terceirização de Serviços de Transporte\_ Parte 1**. Disponível em: [www.ilos.com.br/site/index.php?option=com\\_content&task=view&id=678&Itemid=74](http://www.ilos.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=678&Itemid=74). Acessado em: 13 de outubro de 2010.

BALLOU, H. Ronald. **Logística empresarial**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M. Bixby. **Gestão da cadeia de suprimentos e logística**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CONSENZA, Harvey J. S. R. ; PEIXOTO, Lauro L. W.; SILVA, Antônio C. M da. **Identificação de gargalos logísticos no B2C: estudo de caso de duas empresas brasileiras**. Disponível em: [www.aedb.br/seget/artigos07/1155\\_Artigo2.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos07/1155_Artigo2.pdf) . Acessado em: 13 de outubro de 2010.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

ENOMOTO, Leandro Minoru; LIMA, Renato da Silva. **Análise da distribuição física e roteirização em um atacadista**. São Paulo, 2007. Disponível em: [www.scielo.com.br](http://www.scielo.com.br). Acessado em: 06/10/10.

FERREIRA, Karine Araújo; RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral. **Logística e transportes: uma discussão sobre os modais de transporte e o panorama brasileiro**. Curitiba, 2002. Disponível em: [www.tecspace.com.br](http://www.tecspace.com.br). Acessado em: 13 de outubro de 2010.

FIGUEIREDO, Renata. **Gargalos logísticos na distribuição de combustíveis brasileira**. Disponível em: [www.forumlogistica.net/site/new/art\\_Gargalos\\_Logisticos\\_na\\_dist\\_de\\_combust.pdf](http://www.forumlogistica.net/site/new/art_Gargalos_Logisticos_na_dist_de_combust.pdf) . Acessado em: 13 de outubro de 2010.

LIMA, Maurício Pimenta. **Custos Logísticos na economia brasileira**. Revista Tecnológica, 2006. Disponível em: <http://pessoas.feb.unesp.br/vagner/files/2009/05/custos-logisticos-no-brasil.pdf>. Acessado em: 13 de Outubro de 2010.

NEWMANN, Marcel. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais**. Disponível em: [http://www.google.com.br/url?sa=t&source=web&cd=3&ved=0CCIQFjAC&url=http%3A%2F%2Fd.yimg.com%2Fkq%2Fgroups%2F22104202%2F796202920%2Fname%2FaA\\_Apostila%2B2\\_Administra%25C3%25A7%25C3%25A3o%2Bde%2BRecursos%2BMateriais\\_O%2BConceito%2Bde%2BDistribui%25C3%25A7%25C3%25A3o%2BAmpliado\\_Outubro%2B09.doc&rct=j&q=marcel%20newmann&ei=0RCxTKTfF8L98Abei0iCQ&usg=AFQjCNFvh8sRAvjlsowNzClhvOkhkPvsDA](http://www.google.com.br/url?sa=t&source=web&cd=3&ved=0CCIQFjAC&url=http%3A%2F%2Fd.yimg.com%2Fkq%2Fgroups%2F22104202%2F796202920%2Fname%2FaA_Apostila%2B2_Administra%25C3%25A7%25C3%25A3o%2Bde%2BRecursos%2BMateriais_O%2BConceito%2Bde%2BDistribui%25C3%25A7%25C3%25A3o%2BAmpliado_Outubro%2B09.doc&rct=j&q=marcel%20newmann&ei=0RCxTKTfF8L98Abei0iCQ&usg=AFQjCNFvh8sRAvjlsowNzClhvOkhkPvsDA). Acessado em: 04 de Outubro de 2010.

NOGUEIRA, Amarildo. **Departamento de Frotas: Gestão Estratégica da Empresa de Transporte**. Disponível em: [www.ogerente.com.br/novo/colunas\\_ler.php?canal=11&canallocal=41&canalsub2=132&id=2657](http://www.ogerente.com.br/novo/colunas_ler.php?canal=11&canallocal=41&canalsub2=132&id=2657). Acessado em: 05 de Outubro de 2010.

POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: Uma Abordagem Logística**. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: Uma Abordagem Logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral; FERREIRA, Karine Araújo. **Logística e transportes: uma discussão sobre os modais de transporte e o panorama brasileiro**. Curitiba, 2002. Disponível em: [www.tecspace.com.br](http://www.tecspace.com.br). Acessado em: 08 de Outubro de 2010.

SANTI, Luiz Carlos; CORNETA, Alexandre Luiz. **DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS: LEITE FERMENTADO BLISS**. Disponível em: [www.marketingunopar.com.br/download/lancamento.doc](http://www.marketingunopar.com.br/download/lancamento.doc). Acesso em: 15 de Setembro de 2010.

VALENTIM, Alexandre. **Tecnologia do Transporte de Carga**. Disponível em: [www.ebah.com.br/tecnologia-do-transporte-de-cargas-pdf-a26327.html](http://www.ebah.com.br/tecnologia-do-transporte-de-cargas-pdf-a26327.html). Acesso em: 02 de Outubro de 2010.

## UM ESTUDO SOBRE A PERCEÇÃO DE QUALIDADE DE VIDA DO TRABALHADOR TERCEIRIZADO DO IFPB – CAMPUS JOÃO PESSOA

T. F. Melquíades<sup>1</sup>, W. P. Silva<sup>2</sup> e L. A. S. Souza<sup>3</sup>  
<sup>1, 2 e 3</sup> Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa

thiago-melquiades@hotmail.com – wellington\_jp500@hotmail.com – lucianealbuquerque@yahoo.com.br

### RESUMO

O estudo da qualidade de vida no trabalho se tornou uma ferramenta importante para as organizações, pois oferecendo melhores condições de trabalho para seus colaboradores, conseqüentemente, eles produzirão melhores resultados. Esta condição se aplica também nas empresas que terceirizam atividades que não são fim, como limpeza e vigilância. Oferecer condições para que estes colaboradores desempenhem suas atividades da melhor forma, é de fundamental importância. Como também oferecer alternativas para que o colaborador tenha uma qualidade de vida fora do ambiente de trabalho. Estudar a percepção de qualidade de vida dos trabalhadores terceirizados do IFPB – Campus João Pessoa foi o objetivo deste trabalho (resultado do programa de iniciação científica da instituição). Após aplicação de questionários, foi possível observar que salário, lazer, moradia, emprego e saúde são os principais fatores que os entrevistados consideraram importantes para se ter qualidade de vida.

**Palavras-chave:** Qualidade, vida, terceirizado.

## 1. INTRODUÇÃO

Desde o final do Século XX, tem-se observado que o processo ou fenômeno da terceirização é cada vez mais notável, já que passou a se fazer mais presente e tem se difundido de forma muito expressiva em todos os setores econômicos, seja na agricultura, na indústria ou nos serviços. Evidencia-se, contudo, que os serviços terceirizados vêm sendo desenvolvidos através de empresas prestadoras de serviços que, teoricamente, têm mais agilidade e flexibilidade para se adaptarem às necessidades impostas pelo mercado, além de operarem, geralmente, com custos baixos (PICCININI, 2004).

Diante desta constatação, as instituições (públicas ou privadas) passaram a centrar suas atividades naquilo que é a sua excelência (no caso do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, o ensino e a pesquisa), delegando algumas partes do processo organizacional a outras empresas, isto é, às terceirizadas. E é exatamente neste cenário que podem surgir profundas mudanças na vida social e nos processos de trabalho dos terceirizados (RIGOTTO, 1998).

Conforme argumenta Vasconcelos (2001), verifica-se o imenso esforço que as organizações têm empreendido quanto à sua sobrevivência no mercado, assim como o enorme desgaste e sacrifício que se tem imposto aos trabalhadores modernos, incluindo-se neste rol não somente os trabalhadores ligados diretamente àquelas empresas, mas também os prestadores de serviços provenientes de empresas terceirizadas. No entanto, infelizmente, apesar de tantas ferramentas criadas para modernizar e racionalizar os processos de gestão, ainda não se conseguiu um êxito verdadeiramente eficaz em termos de ferramentas que proporcionem melhor condição de trabalho e satisfação na sua execução. E como este fato pode afetar diretamente no nível de serviço prestado, esta é, certamente, uma variável que deve ser colocada em discussão.

Seguindo esta tendência da terceirização de algumas atividades, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) optou por terceirizar as áreas de limpeza e conservação, vigilância e segurança e outros serviços especializados. Portanto, diante do exposto, este trabalho (resultado do Programa Interno de Bolsas de Iniciação Científica e Tecnológica – PIBICT – da instituição) apresenta a seguinte problemática: qual a percepção que os trabalhadores terceirizados do IFPB – Campus João Pessoa – têm quanto à qualidade de vida no seu local de trabalho?

Para responder a este questionamento, o objetivo deste presente artigo é compreender a percepção do trabalhador terceirizado quanto à qualidade de vida no local de trabalho. Para tanto, esse estudo se propõe a realizar tal análise, através dos seguintes objetivos específicos:

- Traçar um perfil dos trabalhadores terceirizados que atuam na prestação de serviços ao IFPB – Campus João Pessoa;
- Identificar os índices relativos à qualidade de vida desses trabalhadores;
- Verificar se as atuais condições de trabalho no IFPB – Campus João Pessoa - têm influenciado na qualidade de vida desses terceirizados e na qualidade dos serviços por eles prestados.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este item faz uma revisão da literatura acerca do tema, enfatizando conceitos e argumentos no intuito de obter clareza na abrangência da realização do artigo.

### 2.1 O Trabalho Terceirizado

Segundo Girardi (1999, p.27), “terceirização é um modelo administrativo que tem como objetivo a concentração de esforços na razão de ser da empresa (atividade fim), podendo transferir para terceiros,



especialistas e idôneos, tudo aquilo que não fizer parte do negócio principal da empresa”. As organizações acabam por adotar a terceirização como forma de se focar em sua atividade fim e desempenhá-la com melhor qualidade, não se desgastando com outras áreas que não lhe tragam competitividade.

A terceirização teve início na década de 1940, nos Estados Unidos, e foi difundida na Segunda Guerra Mundial, quando as empresas bélicas da época verificaram que precisavam concentrar-se mais na produção. Foi então que elas optaram em delegar algumas de suas atividades de suporte a outras empresas prestadoras de serviços. Com o fim da guerra, essa ideia evoluiu e se consolidou como uma prática administrativa (GIRARDI, 1999). No Brasil, a terceirização foi implantada pelas empresas multinacionais a partir de 1990, mas apenas como meio de reduzir custos de mão de obra, pois não se preocupavam em melhorar seus serviços, não buscavam especialização, nem incremento na melhoria da qualidade e da produtividade.

No âmbito legal sobre a terceirização, tem-se que em 1993, o Tribunal Superior do Trabalho (TST) editou o Enunciado 331 estabelecendo que “Não forma vínculo de emprego com o tomador a contratação de serviços de vigilância (Lei nº 7.012/83), de conservação e limpeza, bem como a de serviços especializados ligados à atividade-meio do tomador, desde que inexistente a pessoalidade e a subordinação direta”. A nova postura do TST permitiu uma grande abertura para a disseminação da prática da terceirização, admitindo desde então a terceirização dos serviços vinculados à “atividade-meio” da empresa (PALMEIRA, 2008, p. 89).

## 2.2. Qualidade de Vida

Conforme argumenta Asmus (2004), a qualidade de vida (QV) de uma determinada comunidade é, na verdade, um reflexo das circunstâncias de vida nas quais essa população está inserida, assim como uma apresentação da forma com que as mesmas são percebidas por seus indivíduos. Em relação ao primeiro ponto, pode-se afirmar que se constitui objeto da análise objetiva, enquanto que o segundo reporta-se à análise subjetiva. Desta feita, evidencia-se que a avaliação da qualidade de vida de um grupo de trabalhadores terceirizados deve ser multidimensional, ou seja, deve incorporar tanto o eixo objetivo quanto o subjetivo.

Segundo Sampaio (2004, p. 31), “qualidade de vida diz respeito justamente à maneira pela qual o indivíduo interage (com sua individualidade e subjetividade) com o mundo externo, portanto, à maneira como o sujeito é influenciado e como influencia”. A qualidade de vida leva em conta como o mundo externo acaba por influenciar em sua vida e esta influência varia e é única para cada indivíduo.

Por outro lado, a qualidade de vida é definida pela Organização Mundial de Saúde (OMS), através da sua Divisão de Saúde Mental, como sendo: “a percepção do indivíduo de sua posição na vida, no contexto da cultura e sistema de valores nos quais ele vive e em relação aos seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações” (BLEY & VERNAZZA-LICHT, 1997, p.7; WHOQOL, 1998). Alguns casos em que a qualidade de vida é estudada em relação à saúde mental baseiam-se em pesquisas de comportamento em situações extremas e muito particulares de estresse, como nos ambientes organizacionais, por exemplo.

A Qualidade de Vida também está presente no ambiente organizacional e é preocupação constante dos empregadores, oferecer condições para que seu empregado possa desfrutar das melhores condições de trabalho, para se sentir melhor e mais motivado no intuito de produzir mais.

Muito tem se falado sobre a Qualidade de Vida no Trabalho, porém entende-se que a satisfação no trabalho não pode estar isolada da vida pessoal de um indivíduo como um todo. Sendo assim, Handy (1978, apud RODRIGUES 1991) afirma que:

A QVT influencia ou é influenciada por vários aspectos da vida fora do trabalho. Logo, se faz necessário uma análise da vida do trabalhador fora do meio organizacional, para que possa ser medida a importância e interligação destas 'duas' vidas.

Fernandes e Gutierrez (1998, apud LIMONGI-FRANÇA, 2010) complementam:

A Qualidade de Vida no Trabalho é afetada, ainda, por questões comportamentais que dizem respeito às necessidades humanas e aos tipos de comportamentos individuais no ambiente de trabalho, de alta importância, como, entre outros, variedade, identidade de tarefas e retroinformação.

A vida do trabalhador precisa ser analisada também fora do seu ambiente de trabalho, pois não basta a organização oferecer formas do colaborador ter uma qualidade de vida dentro da empresa, se na sua vida pessoal e familiar passa por problemas, como falta de opções de lazer e morar em um lugar que não tenha saneamento básico, por exemplo.

De acordo com França (1997, apud VASCONCELOS, 2001), evidencia-se que Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) é o conjunto das ações de uma empresa que envolve a implantação de melhorias e inovações gerenciais e tecnológicas no ambiente de trabalho. A construção da QVT ocorre a partir do momento em que se olha a empresa e as pessoas como um todo, o que chamamos de enfoque biopsicossocial.

Logo, o posicionamento biopsicossocial representa o fator diferencial para a realização de diagnóstico, campanhas, criação de serviços e implantação de projetos voltados para a preservação e desenvolvimento das pessoas, durante o trabalho na empresa.

De maneira geral a QVT abrange: renda capaz de satisfazer às expectativas pessoais e sociais; orgulho pelo trabalho realizado; vida emocional satisfatória; auto-estima; imagem da empresa/instituição junto à opinião pública; equilíbrio entre trabalho e lazer; horários e condições de trabalho sensato; oportunidades e perspectivas de carreira; possibilidade de uso do potencial; respeito aos direitos; e justiça nas recompensas. Todos esses fatores acabam que por influenciar a Qualidade de Vida do Trabalhador, pois se ele exerce funções em uma organização que é bem vista e quista na sociedade, ele ganhará os méritos também por fazer parte da empresa. Se sua renda é capaz de proporcionar a escola dos filhos, o lazer do fim de semana, ele se sentirá melhor. E se existe a possibilidade de crescer dentro da empresa, isso acaba por proporcionar ao trabalhador uma qualidade de vida, tanto em seu ambiente de trabalho como fora.

Apesar de todo o surgimento de novas tecnologias de produção, ferramentas de qualidade e etc., é fato facilmente constatável que mais e mais os trabalhadores se queixam de uma rotina de trabalho, de uma subutilização de suas potencialidades e talentos, e de condições de trabalho inadequadas. Esses problemas ligados à insatisfação no trabalho têm consequências que geram um aumento do absenteísmo, uma diminuição do rendimento, uma rotatividade de mão-de-obra mais elevada, reclamações e greves mais numerosas, tendo um efeito marcante sobre a saúde mental e física dos trabalhadores, e, em decorrência na rentabilidade empresarial.

### 3. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo, de abordagem quantitativa/qualitativa, com amostragem por conveniência, que foi realizada junto aos trabalhadores terceirizados que executam suas atividades laborais nas dependências do IFPB – Campus João Pessoa. Como critérios de inclusão têm-se que os participantes da pesquisa são adultos, de 20 a 59 anos que trabalham como terceirizados no IFPB – Campus João Pessoa há, pelo menos, 6 (seis) meses. A amostra total foi de 22 trabalhadores terceirizados. Vale salientar que o critério de delimitação das pessoas que foram submetidas ao

questionário, foi ter cursado pelo menos até o 9º ano (antiga 8ª série) do ensino fundamental, pois estas pessoas possuem um maior nível de compreensão, o que traz ao trabalho uma melhor qualidade quanto às respostas obtidas.

A fim de avaliar o eixo objetivo da qualidade de vida desses trabalhadores terceirizados, foi aplicado um questionário, ou seja, um instrumento sugerido pela OMS chamado WHOQOL-Bref (WHOQOL, 1998), o qual foi desenvolvido pelo grupo de Estudos sobre Qualidade de Vida, do Departamento de Psiquiatria da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. São 26 questões (extraídas do instrumento completo WHOQOL-100) que cobrem quatro domínios fundamentais: a) físico, b) psicológico, c) relações sociais e d) meio ambiente (MINAYO, HARTZ & BUSS, 2000). O mesmo já foi validado no Brasil, podendo assim, ser aplicado a pessoas com pouca instrução. Foi feita uma adaptação do questionário que será aplicado a pessoas de baixa instrução e a mesma se deu com o intuito de facilitar a compreensão por parte dos entrevistados como forma de trazer uma maior fidelidade ao trabalho, com a aplicação de treze questões do WHOQOL-Bref.

Quanto ao eixo subjetivo, foram realizadas algumas entrevistas individuais, de caráter semi-estruturado, desenvolvidas através de um roteiro de perguntas, de maneira a permitir uma maior flexibilidade de respostas por parte dos entrevistados. Todas as entrevistas foram agendadas previamente com os participantes e, de preferência realizadas no IFPB – Campus João Pessoa, dentro da conveniência dos terceirizados. Os resultados foram analisados através da técnica de análise de conteúdo temática, com o objetivo de descobrir os sentidos fundamentais que compõem uma comunicação (MINAYO, 2004), de forma a trazer algum significado consistente e pertinente à esta pesquisa. Ao final da aplicação do questionário foi traçado um perfil da qualidade de vida dos trabalhadores terceirizados do IFPB.

O desenvolvimento da estrutura dos questionários, tanto a adaptação do WHOQOL-Bref como do questionário semi-estruturado desenvolvido pelos pesquisadores, está baseado na teoria motivacional de dois fatores de Herzberg. Robbins (2005) aponta que, de acordo com Herzberg, os fatores que levam à satisfação no trabalho são diferentes e separados daqueles que levam à insatisfação.

## 4. ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 Perfil do Entrevistado

Através do questionário sócio-demográfico desenvolvido pelos pesquisadores e aplicado aos participantes desta investigação, foi possível estabelecer um perfil do colaborador terceirizado do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus João Pessoa.

A maioria dos colaboradores terceirizados do IFPB – Campus João Pessoa é do sexo feminino, acima dos 45 anos, solteira, branca e com o ensino médio completo.

Item	Percentual
Idade acima de 45 anos	31,81%
Sexo feminino	59,09%
Estado civil solteiro	40,91%
Raça branca	31,81%

---

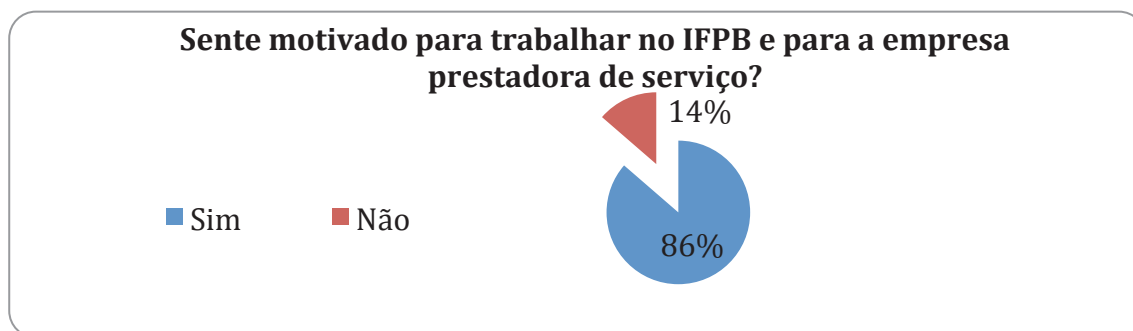
Escolaridade ensino médio completo	36,36%
------------------------------------	--------

---

**Tabela 1 – Perfil dos Entrevistados**

#### 4.2 Interpretação dos dados relacionando com a teoria dos dois fatores de Herzberg (Concepção de qualidade de vida no trabalho)

Na análise dos dados podemos encontrar indivíduos que buscam motivação e indivíduos que buscam manutenção, pois segundo a teoria de Herzberg, os fatores que levam à satisfação são diferentes dos fatores que levam à insatisfação dentro do ambiente corporativo (ROBBINS, 2005). Podemos constatar essa aplicabilidade ao observar que 86% dos entrevistados se sentem motivados para trabalhar no IFPB, assim como para empresa prestadora de serviço. Dessa forma, constatando um dos elementos motivacionais segundo a teoria, que está relacionado com a auto-satisfação dos colaboradores. Como é possível ser visualizado no gráfico um, a seguir:



**Gráfico 1 – Visão dos colaboradores em relação a motivação para trabalhar**

Neste caso, podemos destacar as seguintes respostas positiva e negativa (respectivamente) dos entrevistados: *“Sim, sempre há uma forma de crescer profissionalmente”*, demonstrando o fator intrínseco motivacional de desenvolvimento profissional; *“Não, porque não oferece as situações prometidas”*, caracterizando nenhuma satisfação. Podemos fazer a relação com as questões três, nove e dez do WHOQOL adaptado: *“Em que medida você acha que a sua vida tem sentido?”*, *“Quão satisfeito (a) você está com sua capacidade de desempenhar as atividades do seu dia-dia?”*, *“Quão satisfeito (a) você está com sua capacidade para o trabalho?”*. A terceira questão mostra que 57,55% dos colaboradores acham que sua vida faz algum sentido. A questão nove constatou que 36,36% dos entrevistados sentem completamente e/ou muito satisfeito com a capacidade de desempenhar as atividades no seu dia-dia e, apenas 4,55% responderem “nada”. Na questão dez, 45,45% dos terceirizados apresentaram que estão completamente satisfeitos com sua capacidade para o trabalho e 4,55% apresentam muito pouco ou muito.

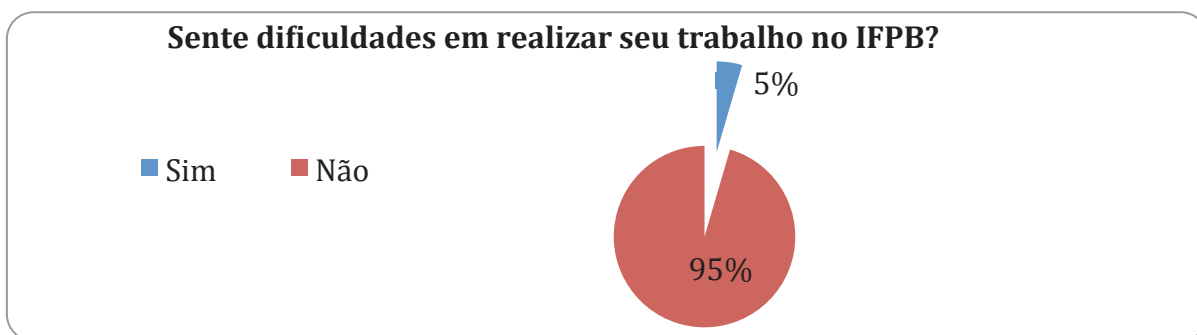
Questão/Alternativa	Nada	Muito Pouco	Médio	Muito	Completamente
<b>03</b>	4,55%	9,09%	13,64%	18,18%	54,55%
<b>09</b>	4,55%	9,09%	13,64%	36,36%	36,36%
<b>10</b>	0,00%	4,55%	4,55%	45,45%	45,45%

**Tabela 2 – Tabulação do Questionário WHOQOL**

Dessa forma, os terceirizados apresentam, dentro dos fatores intrínsecos motivacionais, o processo de desenvolver sua necessidade motivacional (MACIEL & SÁ, 2007). Dentro do analisado, os terceirizados do IFPB demonstram o sentido motivacional na capacidade de desempenhar suas atividades durante o dia-dia de forma geral, ou seja, procuram motivação dentro do ambiente organizacional durante a realização do trabalho.

Sobre os elementos extrínsecos que desenvolvem o papel de manutenção dos fatores higiênicos, podemos cruzar os seguintes dados: encontramos que 86% dos trabalhadores responderam que a empresa para qual são contratados oferecem condições de trabalho, enquanto que apenas 9% responderam que não. As principais respostas foram: *“Sim, todas as necessidades são oferecidas”*, ressaltando a satisfação do elemento higiênico; *“Não porque não pagam o salário atual da categoria”*, mostra o salário como fator determinante para nenhuma satisfação do colaborador terceirizado.

Em outra pergunta, 95% dos colaboradores responderam que não apresentam dificuldades em realizar seu trabalho no IFPB, conforme gráfico a seguir:



**Gráfico 2 – Visão dos colaboradores em relação às dificuldades de realizar o trabalho**

Dentre as principais respostas da questão, temos: *“Não. Temos todos os materiais adequados”*, *“Não. O IFPB sempre nos dar as oportunidades para trabalhar”*.

Podemos relacionar esses números do segundo gráfico com as perguntas dois, quatro, seis, sete, onze e doze do WHOQOL adaptado. Na pergunta dois, 36,36% dos entrevistados mostraram que aproveitam “muito” a vida, 31,82% responderam que “completamente” e, apenas 9,09% aproveitam “nada”. A quarta pergunta demonstrou que 45,45% dos terceirizados classificam o seu ambiente físico como “médio” e 13,64% classificaram como “nada”. Na sexta pergunta, 50% dos colaboradores responderam que é “médio” o nível de dinheiro que recebem para satisfazer suas necessidades e 18,18% responderam que dinheiro atinge “nada” e 27,27% “muito pouco” para satisfazer suas necessidades.

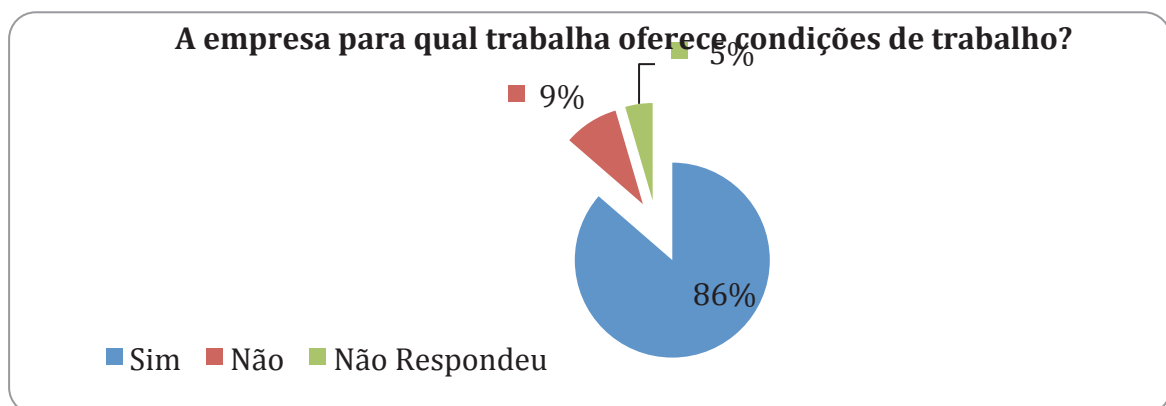
Na sétima pergunta foi demonstrado que 31,82% dos terceirizados classificam sua oportunidade de atividades de lazer como “médio” e 18,18% como “nada” juntamente com os 27,27% que responderam “muito pouco”. Já na questão de número onze, 36,36% dos colaboradores responderam que estão “completamente” satisfeitos com suas relações pessoais, e 27,27% classificam como “muito” satisfeitos. Na décima segunda pergunta, 36,36% dos funcionários apresentaram como “completamente” satisfeitos as condições do local onde moram e 31,82% representaram como “médio”.

Questão/Alternativa	Nada	Muito Pouco	Médio	Muito	Completamente
<b>02</b>	9,09%	18,18%	4,55%	36,36%	31,82%
<b>04</b>	13,64%	22,73%	45,45%	9,09%	9,09%

06	18,18%	27,27%	50,00%	4,55%	0,00%
07	18,18%	27,27%	31,82%	9,09%	13,64%
11	0,00%	18,18%	18,18%	27,27%	36,36%
12	4,55%	0,00%	31,82%	27,27%	36,36%

**Tabela 3 – Tabulação do Questionário WHOQOL**

Ao serem questionados se a empresa na qual trabalham oferece condições para ter qualidade de vida, 86% responderam que sim, 9% responderam que não e 5% não responderam.



**Gráfico 3 – Visão dos colaboradores em relação às condições de trabalho**

Entre as principais respostas podemos destacar: “*Sim, paga meu ordenado em dia, oferece e dispõe de todos os meus direitos*”, “*Sim, paga em dia oferece todas as vantagens, vale alimentação, seguro de vida, vale transporte, uniforme e calçado*”. Estas respostas fazem aplicabilidade da satisfação dos colaboradores com os elementos higiênicos. Dentre as respostas negativas, podemos destacar: “*Não, pois deveria oferecer alguns benefícios como plano de saúde entre outros*”, caracterizando os elementos para nenhuma satisfação do funcionário. Quando perguntados se o trabalho realizado no IFPB lhes trazia qualidade de vida, podemos destacar as seguintes respostas: “*Sim, pois, com o meu salário em dia posso pagar todas as despesas e renovar o meu compromisso com bem-estar, saúde e moradia*”, descrevemos assim, a relação entre um elemento fundamental para a manutenção do fator higiênico segundo a teoria de Herzberg, como decisório para o acesso a QVT do terceirizado, gerando a satisfação do mesmo. Em relação à resposta negativa, obteve-se que “*Não. Por que não tenho um esforço físico digno*”; neste caso, o fator motivacional relacionado com o conteúdo do cargo, gera nenhuma satisfação, ao mesmo tempo que não desenvolve a QVT adequada para o colaborador. Que para Handy (1978, apud RODRIGUES 1991), a QVT envolve tanto o ambiente organizacional e social, demonstrando a importância dos dois organismos.

#### 4.3 Concepção dos terceirizados sobre qualidade de vida

Os trabalhadores terceirizados, também foram questionados em relação ao que entendem sobre o significado de qualidade de vida. As principais respostas foram: “*Significa viver bem, em sua casa, com o mínimo de conforto, ter alimentação boa, praticar exercícios físicos com frequência e muita higiene*”, “*Uma boa moradia, trabalho digno, lazer e uma boa saúde*”, “*Qualidade de vida para mim é ter um bom salário para que eu possa melhorar para minha família*”, “*Ter uma casa própria, ter um salário melhor, ter condições de pagar colégio bom para os filhos e muita saúde*”, “*Ter saúde para ter capacidade para trabalhar. Um bom ambiente de trabalho, ter uma vida estável com os amigos e familiares etc.*”.

Também foi perguntado se os entrevistados tinham qualidade de vida, ressaltando a pergunta anterior, as principais repostas foram: *“Sim, moro em uma casa confortável e posso oferecer o mesmo para minha família, com o meu emprego”*, *“Não, pois ultimamente só trabalho e com pouco descanso”*, *“Não, porque meu salário só dá mesmo para o básico”*, *“Eu tendo um bom período de folga, meu salário dá pra me manter dentro das minhas condições de vida que eu levo”*, *“Sim, boa moradia e lazer”*.

As respostas acima demonstram a relação entre os elementos organizacionais como o salário; para ter acesso as expectativas pessoais e sociais para atingir uma realização, gerando QV. Além das condições de trabalho sensatas, ou seja, equilíbrio entre trabalho e lazer, também foram aspectos relevantes demonstrados pelos trabalhadores terceirizados.

A questão treze do WHOQOL adaptado, questionou como os terceirizados avaliam sua qualidade de vida. Dentre os respondentes, 45,45% classificam como “médio”, 4,55% como “nada” e, 22,73% estão “completamente” satisfeitos com sua qualidade vida. Isso demonstra a necessidade dos terceirizados a uma melhor qualidade de vida, que podemos está relacionando ao ambiente organizacional estendendo a esfera social, particular do cotidiano do terceirizado do IFPB. Que de acordo com França (1997, apud VASCONCELOS, 2001), demonstra que a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) está relacionada com as diversas ações de uma organização na qual está interligada com as melhorias contínuas e inovações gerenciais e tecnológicas no local de trabalho. Dessa forma, a QVT inicia no momento em que a organização e as pessoas da mesma se confundem o que chamamos de enfoque biopsicossocial.

Questão/Alternativa	Nada	Muito Pouco	Médio	Muito	Completamente
13	4,55%	4,55%	45,45%	22,73%	22,73%

**Tabela 4 – Tabulação do Questionário WHOQOL**

## 5. CONCLUSÃO

A partir dos dados coletados nesta pesquisa, podemos constatar os fatores que Herzberg chamou de motivacionais e higiênicos. Neste caso, o contrário de satisfação, não seria insatisfação, mas nenhuma satisfação. A mesma ideia se aplica para o indivíduo insatisfeito, que o seu inverso não seria satisfeito, mas nenhuma satisfação. Procuramos relacionar os dados dentre os três questionários aplicados, desde o sócio-demográfico como o WHOQOL adaptado e as perguntas abertas, de forma a apresentar os pontos pertinentes para está pesquisa.

Os colaboradores terceirizados mostraram que salário, lazer, moradia, emprego e saúde, são os principais fatores para possuírem qualidade de vida. Podemos interligar essa necessidade como a principal carência dos terceirizados, desenvolvendo um peso maior para os fatores extrínsecos como fatores determinantes para o desenvolvimento do estado motivação profissional.

Dentre os fatores intrínsecos (motivacionais) segundo a teoria de Herzberg, os terceirizados que exercem sua atividade laboral no IFPB apresentam uma boa relação com os amigos, colegas, familiares, conhecidos, etc., tanto no ambiente de trabalho como na vida pessoal. Em contra partida, demonstram entre os fatores extrínsecos (higiênicos) apresentaram que IFPB proporciona um bom ambiente físico para execução dos trabalhos, mas a necessidade de um melhor salário e acesso a alguns benefícios e oportunidade a atividades de lazer. Esses fatores são determinantes para os terceirizados possuírem qualidade de vida, segundo suas próprias concepções.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BLEY, D.; VERNAZZA-LICHT, N. La multiplicité des usages du terme de "Qualité de vie". In: Prevenir - Qualité de vie: santé, ecologie, environnement, 33, 2º semestre, 1997, p.7-14.

GIRARDI, D. A importância da terceirização nas organizações. RCA – online, Ano 1, Nº 1, Fevereiro 1999. Disponível em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/7998/7383>

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de Vida no Trabalho – QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2. Ed. – 5. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

MINAYO, M.C.S.; HARTZ, Z.M.A.; BUSS, P.M. Qualidade de vida e saúde: um debate necessário. Ciênc. saúde coletiva [online], 2000, vol.5, n.1, pp. 7-18.

\_\_\_\_\_. O Desafio do Conhecimento – Pesquisa Qualitativa em Saúde (8ª. ed.). São Paulo – Rio de Janeiro: HUCITEC-ABRASCO.

MIRANDA, C.R. Ataque ao mundo do trabalho: terceirização e seus reflexos na segurança e saúde do trabalhador. Disponível em <http://www.higieneocupacional.com.br/download/ataque-miranda.doc>

PALMEIRA SOBRINHO, Z. Terceirização e reestruturação produtiva. São Paulo, 2008.

PICCININI, V.C. Cooperativas de trabalho de Porto Alegre e flexibilização do trabalho. Sociologias, Porto Alegre, ano 6, nº 12, jul/dez 2004, p. 68-105.

RIGOTTO, R.M. Saúde dos trabalhadores e meio ambiente em tempos de globalização e reestruturação produtiva. Revista Brasileira de Saúde Ocupacional, 93/94: 9-20, dez.1998.

ROBBINS, Stefhem P. Comportamento Organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

RODRIGUES, M. V. C. (1991) - Qualidade de Vida no Trabalho: evolução e análise no nível gerencial. UNIFOR, Fortaleza.

SÁ, M.; MACIEL, S. Motivação no Trabalho: uma Aplicação do Modelo dos dois Fatores de Herzberg. Studia Diversa, CCAE-UFPB, Vol. 1, No. 1 - Outubro 2007.

VASCONCELOS, A.F. Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 08, nº 1, janeiro/março 2001.

WHOQOL. (1998). Versão em português dos Instrumentos de Avaliação de Qualidade de Vida – Organização Mundial da Saúde – Divisão de Saúde Mental, Grupo WHOQOL – Projeto OMS/UFRGS, Departamento de Psiquiatria. Recuperado em 15 de maio de 2010, de <http://www.ufrgs.br/psiq/whoqol.html>.



## UMA VISÃO SISTÊMICA DA RFEPECT À LUZ DOS INDICADORES DO SIMEC 2009-2010

A. S. Duarte<sup>1</sup>; A. C. A. Neto<sup>2</sup> e N. M. Ribeiro<sup>3</sup>

<sup>1, 2 e 3</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia- Campus Salvador  
arianaduarte@ifba.edu.br; clodoaldo@ifba.edu.br; nubia@ifba.edu.br

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar os principais indicadores de gestão dos Institutos Federais (IF) disponíveis no portal SIMEC, um portal operacional e de gestão do MEC, que trata do orçamento e monitoramento das propostas *on-line* do governo federal na área da educação. Este objetivo decorre do interesse em constituir uma visão sistêmica observando-se, comparativamente, o desempenho de cada Instituto em relação cada um dos indicadores selecionados, nos anos de 2009 e 2010. Além disso, visa-se à utilização da avaliação de desempenho de cada IF, através dos seus indicadores, como uma ferramenta de melhoria, acompanhamento e avaliação da qualidade de desempenho dos Institutos. Foi realizada uma breve revisão bibliográfica em relação a indicadores e inovação gerencial, considerando o SIMEC como uma inovação. A pesquisa tem características de pesquisa aplicada, documental, explicativa e quantitativa. Foram apresentados os dados de índices de avaliação de desempenho dos diversos IF, analisando-se, a título de exemplo, os índices do IFBA. Constatou-se que o principal problema de desempenho do IFBA reside elevada retenção do fluxo escolar. No que se refere à metodologia, conclui-se que a metodologia é de grande auxílio na gestão sistêmica da RFEPECT, ao permitir a visualização de certos padrões de comportamentos entre as variáveis e entres os IF, favorecendo uma análise holística e a identificação de agonismos e antagonismos entre as instituições.

**Palavras-chaves:** Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPECT); Indicadores; Gestão; Avaliação de desempenho; Instituto Federal.

## 1. INTRODUÇÃO

A história da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT) começou em 1909, quando o então presidente da República, Nilo Peçanha, criou 19 escolas de Aprendizes e Artífices que, mais tarde, deram origem aos centros federais de educação profissional e tecnológica (CEFET). Na década de 1980, um novo cenário econômico e produtivo se estabeleceu no país, com o desenvolvimento de novas tecnologias, agregadas à produção e à prestação de serviços. Desde então, para atender a essa demanda, as instituições de educação profissional vêm buscando diversificar programas e cursos para elevar os níveis da qualidade da oferta.

Cobrindo todo o território nacional, a RFEPCT presta um serviço à nação ao dar continuidade à sua missão de qualificar profissionais para os diversos setores da economia brasileira, realizar pesquisa e desenvolver novos processos, produtos e serviços em colaboração com o setor produtivo.

A RFEPCT cobre todos os estados brasileiros, oferecendo cursos técnicos, superiores de tecnologia, licenciaturas, mestrado e doutorado. A rede foi instituída oficialmente pela Lei nº. 11.892, de 29 de dezembro de 2008, publicada no Diário Oficial da União, no âmbito do sistema federal de ensino, como Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, vinculada ao Ministério da Educação e constituída por 38 Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, 2 Centros Federais de Educação Tecnológica, 1 Universidade Tecnológica Federal e 25 Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais.

A despeito desta enorme abrangência, o atual governo editou o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC) que tem como objetivo expandir, interiorizar e democratizar a oferta de cursos técnicos e profissionais de nível médio, e de cursos de formação inicial e continuada para trabalhadores. A iniciativa intensifica o programa de expansão de ensino técnico em todo o país. Além das 81 unidades que estão em construção e que devem ser inauguradas em 2011 e 2012, o Governo Federal já divulgou a previsão de ampliação de mais 120 campi para os Institutos Federais de educação, ciência e tecnologia (IF). Com as 140 existentes até 2002, mais as 214 inauguradas até 2010, a RFEPCT deverá contar com cerca de 600 unidades escolares administradas pelos 38 institutos federais e demais instituições da RFEPCT e o atendimento direto de mais de 600 mil estudantes, em todo o país.

Este artigo apresenta uma visão sistêmica da atual RFEPCT, em uma avaliação de desempenho dos Institutos pertencentes à Rede Federal, através dos seus respectivos indicadores, com os dados obtidos no Sistema Integrado de Monitoramento Execução e Controle (SIMEC) do Ministério da Educação (MEC).

## 2. INDICADORES E INOVAÇÕES GERENCIAIS

A revolução gerencial que foi abraçada por diversos países a partir da segunda metade do século 20 trouxe à tona a atenção para a gestão, em especial para o planejamento, a implementação e a avaliação dos diversos processos organizacionais. Para o acompanhamento da gestão faz-se necessário definir métricas, que quase sempre se traduzem em indicadores. Assim, um indicador pode ser compreendido com um dado relacionado a uma situação que contribui para a compreensão acerca dela ou para deliberar sobre ações que a modifiquem (LIBERAL, 2005). Pode-se dizer que indicadores são ferramentas de suporte à decisão que auxiliam a gestão e o planejamento. São parâmetros representativos, concisos e fáceis de interpretar que são usados para ilustrar as características principais de determinado objeto de análise. São os principais elementos de informação e é sobre eles que o conhecimento sobre diversos temas é construído pelos tomadores de decisão.

Siche, Agostinho, Ortega e Romeiro, em um artigo intitulado “Índices versus indicadores”, apresenta a conceituação destes termos:

entende-se o termo índice como um valor numérico que representa a correta interpretação da realidade de um sistema simples ou complexo (natural, econômico ou social), utilizando, em seu cálculo, bases científicas e métodos adequados. O índice

pode servir como um instrumento de tomada de decisão e previsão, e é considerada do um nível superior da junção de um jogo de indicadores ou variáveis. O termo indicador é um parâmetro selecionado e considerado isoladamente ou em combinação com outros para refletir sobre as condições do sistema em análise. Normalmente um indicador é utilizado como um pré-tratamento aos dados originais (SICHE, AGOSTINHO, ORTEGA e ROMEIRO, 2007, p. 139-140).

De acordo com Liberal (2005, p. 128), para fazer o melhor uso dos indicadores, sua formulação e análise “devem ser articuladas em níveis segundo a sua utilização: de entrada, de saída, de estado e de gestão. Além dessas categorias, os indicadores ainda podem ser classificados em simples e complexos”. Os indicadores representam, descrevem e caracterizam um determinado fenômeno, além de identificar a sua natureza, estado e evolução.

Os indicadores são ferramentas indispensáveis para as organizações que visam implementar inovações gerenciais. O Manual de Oslo (OCDE, 2004) afirma que a inovação organizacional inclui a introdução de estruturas organizacionais significativamente alteradas; a implantação de técnicas de gerenciamento avançado; a implantação de orientações estratégicas novas ou substancialmente alteradas. Todavia, é ressaltado que se considera “inovação apenas se houver mudanças mensuráveis nos resultados, tais como aumento de produtividade ou vendas” (OCDE, 2004, p. 62).

Paralelamente, Damanpour, Szabat e Evan (1989) categorizam inovações sob dois diferentes aspectos: as de natureza administrativa e de natureza técnica. Estas categorias diferem sobretudo por que, segundo os autores, as inovações administrativas referem-se a mudanças nos procedimentos gerenciais e nas relações humanas e sociais das organizações, modificando o seu sistema administrativo, e a inovação técnica, por sua vez, refere-se a modificações em métodos de produção ou na criação de produtos novos.

Algumas características são apontadas como constantes nos processos de inovações gerenciais, a exemplo da valorização do trabalho em grupo e de equipes criativas e interdisciplinares, do foco na melhoria da qualidade e no aumento da produtividade, na escolha por processos de produção flexíveis, e na busca de modelos organizacionais mais descentralizados e que favoreçam a inovação (ALBUQUERQUE, 1992).

Falconi (2004) afirma que “[...] um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma, confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo às necessidades do cliente.” Entretanto, há uma indefinição conceitual do que representa a “qualidade” em função de seu caráter subjetivo, ou seja, a qualidade de um produto ou serviço é influenciada pelas opiniões e percepções individuais. Ainda segundo Falconi,

[...] a qualidade é medida por meio das características da qualidade dos produtos ou serviços finais ou intermediários da empresa. Ela inclui a qualidade do produto ou serviços (ausência de defeitos e presença de características que irão agradar o consumidor), a qualidade da rotina da empresa (previsibilidade e confiabilidade em todas as operações), a qualidade do treinamento, a qualidade da informação, a qualidade das pessoas, a qualidade da empresa, a qualidade da administração, a qualidade dos objetivos, a qualidade do sistema, a qualidade dos engenheiros, etc. (2004, p. 14)

As características da qualidade de um produto ou serviço podem ser descritas e quantificadas para fins de controle e mensuração das alterações da qualidade no decorrer do tempo. Por exemplo, pode-se avaliar a qualidade do ensino brasileiro por meio da relação de diversos indicadores referentes aos discentes, docentes, infraestrutura, produção científica etc. É evidente, contudo, que a mensuração das características da qualidade tem eficácia limitada, pois há aspectos incomensuráveis que dificultam o gerenciamento, bem como sabe-se que os métodos de medição não traduzem integralmente a realidade. Por exemplo, o baixo índice de alunos que concorrem a uma vaga em um curso de uma instituição de ensino superior não significa péssima qualidade do ensino uma vez que há fatores culturais, sociais e econômicos que influem no baixo número de candidatos.

Cabe ressaltar, ainda, que a prática contínua de elaboração e utilização de um conjunto de indicadores é muito útil, ao favorecer a criação de parâmetros norteadores nas instâncias de tomada de decisão, seja estratégica, gerencial ou operacional, e de seus impactos no ambiente interno e externo. Observa-se, contudo, que a qualidade, confiabilidade e acessibilidade de um sistema estruturado de medição definido para avaliação de objetos tangíveis e intangíveis são primordiais na análise do estudo dos fenômenos visto que a imprecisão de um indicador pode comprometer a finalidade para o qual foi projetado, distanciando-se do foco de análise e dificultando o efetivo gerenciamento.

Na administração pública, independentemente da prática adotada, a introdução de inovações organizacionais e gerenciais objetiva “conferir maior eficiência à prestação dos serviços públicos” (MENDES, 2002, p.7). Ainda segundo Mendes (2002, p. 9):

Na administração pública a inovação gerencial é caracterizada por modificações desencadeadas pelo governo e empreendidas nas organizações desse setor, que possibilitem o desenvolvimento de práticas transformadoras entre os sujeitos envolvidos na produção e no consumo dos serviços. A inovação gerencial é um processo que pode demandar e, ao mesmo tempo, provocar mudanças organizacionais e institucionais, estando a eficácia de sua adoção na administração pública condicionada a fatores de natureza histórica e social do contexto no qual estão inseridas, em estreita relação com a cultura cívica da população servida.

A administração pública brasileira tem evoluído bastante por assumir uma postura gerencial, através da introdução de padrões e ferramentas de qualidade em gestão. Um exemplo de ações que contribuem para este desenvolvimento é o SIMEC.

### 3. O SIMEC

O Sistema Integrado de Monitoramento, Execução e Controle do MEC – SIMEC – foi criado, inicialmente, para acompanhamento das ações do programa Brasil Profissionalizado. Este programa visa

incentivar as redes estaduais, e apoiar alguns municípios, na implantação da base científica do ensino médio e na ampliação da oferta da educação profissional e tecnológica. Melhorar a qualidade do ensino técnico e diversificar sua oferta com Proeja e EaD. Para ter acesso ao programa os estados e municípios devem apresentar somente escolas de Ensino Médio, com prioridade para a modalidade Ensino Médio Integrado a Educação Profissional e Tecnológica (EMI) (BRASIL, sd, p. 3).

O Brasil Profissionalizado é programa que fornece financiamento e assistência técnica com o objetivo de ampliar e qualificar a oferta de educação científica, profissional e tecnológica de nível médio nas redes estaduais e municipais de ensino. Por ser um programa que prevê financiamento, fazia-se necessário o uso de instrumentos gerenciais de acompanhamento e avaliação. O SIMEC foi criado inicialmente para atender a esta necessidade, e hoje se ampliou para acompanhamento dos mais diversos programas do MEC.

Segundo o Manual do Usuário do SIMEC, este sistema pode ser definido como

um portal operacional e de gestão do MEC, que trata do orçamento e das propostas on-line, preparação para convênios, para receber assistência técnica e financeira do Governo Federal na área da educação. Pelo SIMEC – Brasil Profissionalizado cada ente federado fará o diagnóstico de sua situação e proporá ações para superar as dificuldades ou para melhorar desempenho de sua rede de EPT (Educação Profissional e Tecnológica). Tudo é feito on-line, até a aprovação, junto com a Secretaria Executiva do MEC, num diálogo de ajuste da proposta com cada ente, até a aprovação. Somente a partir da aprovação on-line e mediante diálogo de ajuste, será emitido relatório de ação e apresentado documentos para convênio com o FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) (BRASIL, sd, p. 3).

O SIMEC é composto por módulos arquitetados com a intenção de facilitar a sua utilização pelo usuário. É um instrumento que pode ser aplicado para o diagnóstico da situação educacional local das instituições atendidas pelo MEC e está estruturado em quatro grandes dimensões: 1. Gestão Educacional; 2. Formação de Professores e dos Profissionais de Serviço e Apoio Escolar; 3. Práticas Pedagógicas e Avaliação; 4. Infraestrutura Física e Recursos Pedagógicos. O sistema fornece relatório com base em dados de Indicadores Qualitativos, relativos às informações gerais associadas aos programas, e Indicadores Qualitativos, relativos ao Plano de Metas das atividades relacionadas aos programas (BRASIL, sd).

#### 4. METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como pesquisa aplicada, com abordagem quantitativa. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória já que não há estudos prévios sobre o tema, porém amplia-se ao caráter explicativo já que a modelagem dos dados obtidos permite a correlação de variáveis. Quanto aos procedimentos, a pesquisa é preponderantemente documental.

A área de abrangência da pesquisa circunscreve-se na Gestão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (RFEPCT), especialmente na Gestão dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. A pesquisa volta-se especialmente para a proposição e aplicação de uma metodologia de avaliação dos Institutos Federais, com base em uma análise comparativa de indicadores.

A coleta e a sistematização dos dados das fontes documentais do SIMEC foram desenvolvidas com acesso ao portal no endereço eletrônico <http://simec.mec.gov.br/>. A busca de cada instituição da RFEPCT, e de seus indicadores neste endereço eletrônico, e então fichamentos e tabulação dos dados dos indicadores ali disponíveis.

Assim, o primeiro passo foi a Coleta de Dados sem nenhum refinamento ou pré-seleção. Após coletar, em abril de 2011, indicadores acadêmicos, administrativos e financeiros dos Institutos Federais, referentes aos anos de 2009 e 2010, disponibilizados no SIMEC, fez-se uma análise dos dados para seleção dos principais indicadores. A partir do conjunto total de dados, realizou-se um agrupamento por IF, efetivando-se uma seleção e extração seletiva dos mesmos. Posteriormente construíram-se tabelas com os indicadores selecionados transformados em índices, por Instituto Federal, para os anos 2009 e 2010.

Os indicadores selecionados e transformados em índices coincidem com os recomendados pela Secretaria de Educação Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC)<sup>1</sup>, que tem como uma de suas atribuições manter o banco de dados, com acesso a todas as Instituições Federais de Educação Tecnológica, para a inclusão e o armazenamento de dados padronizados, o SIMEC. A partir destes dados a SETEC pode calcular os índices listados: a) Relação Candidato/Vaga, b) Relação Ingressos/Alunos (Presencial), c) Relação Concluintes/Alunos, d) Índice de Eficiência Acadêmica – Concluintes, e) Índice de Retenção do Fluxo Escolar, f) Relação de Alunos/Docente em Tempo Integral, g) Índice de Titulação do Corpo Docente, h) Gastos correntes por aluno, i) Percentual de gastos com pessoal, j) Percentual de gastos com outros custeios, k) Percentual de gastos com investimentos em relação aos gastos totais.

A partir da tabela (Figura 1) que reuniu os índices selecionados, elaboraram-se os gráficos dos índices, para cada IF, em dois formatos (horizontal e vertical) para melhor visualização, podendo ser apresentados em ordem crescente ou decrescente de desempenho. Tal ordenação favoreceu uma classificação de desempenho dos Institutos Federais, permitindo uma abordagem analítica por índice e por ano.

---

<sup>1</sup>Relatório de Gestão 2010- Secretaria de Educação Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC), p.279.

Desta tabela com os dados de cada índice por IF, construiu-se uma nova tabela, contendo cada índice, ordenando os IF, a partir da classificação de desempenho deles, para facilitar uma posterior análise da evolução dos indicadores entre os anos 2009 e 2010 disponibilizados no SIMEC. Com as tabelas foi possível construir um gráfico para cada IF, com seus respectivos indicadores acadêmicos, administrativos e financeiros de 2009 e 2010, evidenciando a posição de cada IF no *ranking* anual dos Institutos, para cada um dos índices.

Elaborou-se, ainda, em separado, o gráfico do índice “Gastos correntes por aluno”, para 2009 e 2010, por IF, em função da grandeza dos valores deste índice, que inviabilizavam sua inclusão em um gráfico único.

Foram construídos, também, gráficos com o ordenamento crescente de desempenho dos Institutos, do ano de 2010, para cada um dos índices. Com base nestes gráficos, realizou-se uma detalhada análise, possibilitando a verificação dos IF que obtiveram o maior e o menor desempenho, para cada índice SIMEC, dos anos de 2009 e 2010, assim como os que ficaram acima e abaixo da média. Efetivou-se, finalmente, uma análise do desempenho por IF, para os anos de 2009 e 2010.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tendo este artigo como objetivo evidenciar o desempenho dos Institutos Federais através dos indicadores, a título de comparação foram analisados 37 IF e 1 Centro Federal de Educação Tecnológica, o CEFET-MG. Vale ressaltar que o IFAL, IFBAIANO, UTFPR e CEFET-RJ não foram analisados por falta de dados. Na Figura 1, abaixo, podemos verificar um recorte de uma tabela com a distribuição dos Institutos e seus respectivos índices:

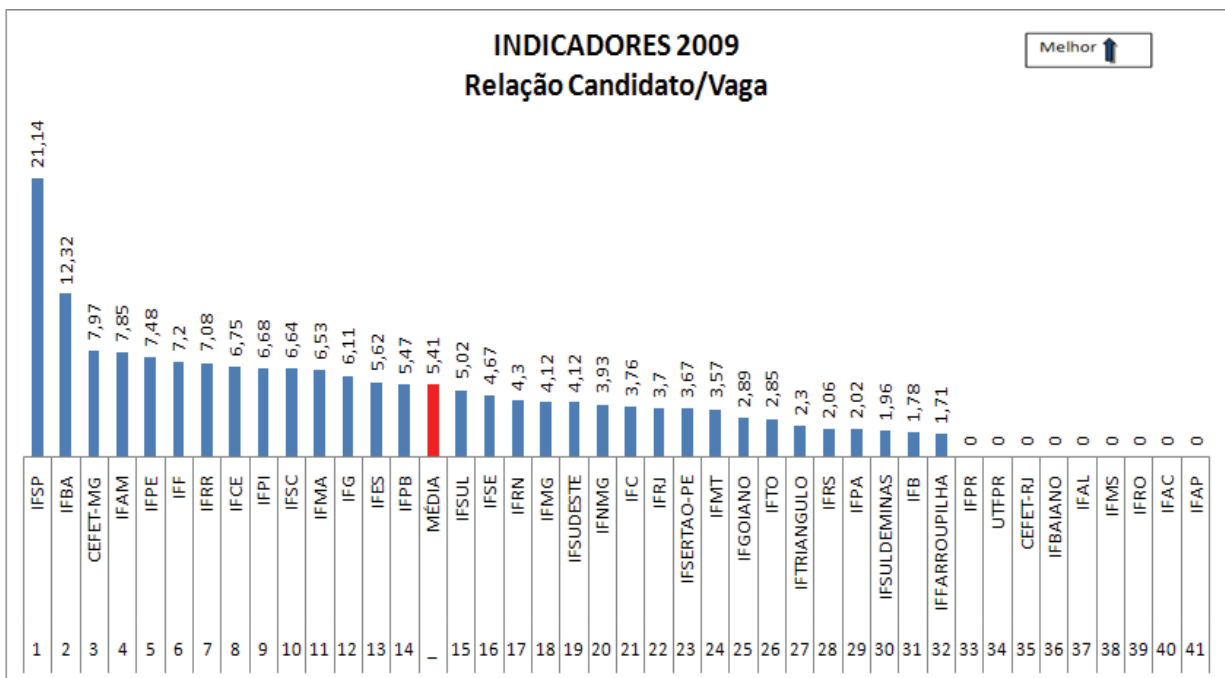
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	INSTITUTOS FEDERAIS: INDICADORES (SIMEC)								
2	INDICADOR	Relação Candidado/Vaga		Relação Ingressos/Alunos (Presencial)		Relação Concluintes/Alunos		Índice de Eficiência Acadêmica - Concluintes	
3		2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
4	IFRS	2,06	3,36	61,89	57,68	15,02	9,67	0	122,03
5	IFSUL	5,02	4,43	45,84	43,52	23,31	14,58	0	44,75
6	IFFARROUPILHA	1,71	2,84	66,83	61,17	10,35	11,48	0	59,85
7	IFC	3,76	2,61	40,08	61,45	17,22	15,11	0	50,87
8	IFSC	6,64	5,87	28,73	25,28	9,66	9,28	0	62,02
9	IFPR	0	0,34	0	70,43	0	22,24	0	0
10	UTFPR	0	0	0	0	0	0	0	0
11	CEFET-RJ	0	0	0	0	0	0	0	0
12	CEFET-MG	7,97	8,68	24,86	25,87	12,84	13,51	0	73,16
13	IFES	5,62	3,46	41,78	44,38	11,95	11,17	0	46,6
14	IFRJ	3,7	5,73	66,03	56,76	6,89	5,95	0	19,4
15	IFF	7,2	6,44	44,82	41,18	14,13	15,68	0	67,39

Figura 1-Recorte da Tabela com os índices por Instituto Federal, para os anos 2009 e 2010, obtidos no SIMEC.

A Tabela 1 permitiu a elaboração de gráficos, por meio dos quais foi possível verificar a classificação dos Institutos em relação a cada índice. Foi calculada, ainda, a média (vide Figura 2), evidenciando quais IF ficaram acima ou abaixo da média daquele índice específico.

Na Figura 2, é apresentado o índice Relação Candidato/Vaga relativo ao ano de 2009. Este índice se refere ao número de inscrições para vestibular, processos seletivos e outras formas de ingresso dividido pelo número de vagas ofertadas em Editais de Oferta de Vagas por meio de vestibular, processos seletivos e outras formas de ingresso. Como podemos observar na parte superior do lado direito da Figura 2, quanto maior for o índice, melhor a classificação do Instituto. Na figura 2 os IF são apresentados em ordem decrescente em relação a este índice.

A análise dos dados deste indicador – “Relação Candidato / Vaga” – permite inferir que, em 2009, o Instituto Federal de São Paulo (IFSP) apresenta o melhor desempenho, com índice de 21,14, e o Instituto Federal Farroupilha (IFFARROUPINHA) apresenta o menor índice, com 1,71. Se considerarmos a média de 5,41, verifica-se que treze IF ficaram acima da média, e dezoito abaixo da média (Figura 2). Nove IF por não apresentarem os dados para cálculo do índice, não foram apresentados nesta Figura.



**Figura 2- Gráfico referente ao índice Relação Candidato/Vaga, para 2009 para os IF, elaborado a partir dos dados obtidos no SIMEC.**

A análise deste gráfico (Figura 2) permite verificar quais são os institutos mais procurados nas diversas localidades do país. Também a partir deste gráfico é possível constatar quais são as instituições que despertam menor interesse e que têm menor status na sociedade como *locus* de formação acadêmica, entendendo-se que a relação Candidato / Vaga sinaliza o quanto a sociedade em geral qualifica a instituição como *locus* de formação acadêmica. Institutos como IF Sul de Minas, IF Brasília e IF Farroupilha, cuja relação mostra que há menos de 2 candidatos para cada vaga ofertada merecem análise das causas que levam a uma procura tão baixa em relação aos demais institutos.

Foram preparados gráficos do tipo apresentado na Figura 2, para cada um dos índices disponibilizados no SIMEC. A partir destes gráficos, elaborou-se uma nova tabela na qual foi distribuída a classificação de cada Instituto em relação a cada índice, para os anos de 2009 e 2010, como pode ser visto na Figura 3.

A tabela mostrada na Figura 3 permitiu uma análise da evolução, nos anos 2009 e 2010, dos índices selecionados, evidenciando se houve modificação na classificação das instituições de 2009 para 2010. Esta análise pode ser feita, com relativa facilidade, para todos os IF cujos dados foram encontrados. Entretanto, para efeito de estudo, foi selecionado o IFBA como instituição cujos dados serão analisados em maior profundidade.

Classificação dos IF's em relação aos índices (SIMEC)																							
INDICADOR	Relação Candidato/Vaga		Relação Ingressos/Alunos		Relação Concluintes/Alunos		Índice de Eficiência Acadêmica - Concluintes		Retenção do Fluxo Escolar		Relação de Alunos/Docente em Tempo Integral		Titulação do Corpo Docente		Gastos com pessoal (%)		Gastos com outros custeios (%)		Gastos com investimentos em relação aos gastos totais (%)				
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010			
CEFET-MG	3	7	32	34	16	9	5	24	23	26	26	18	1	20	27	18	21	9	7	22	31		
CEFET-RJ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	-	-	-	-	-	-	-	-		
IFAC	-	1	-	2	-	-	-	-	-	16	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
IFAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-		
IFAM	4	17	10	21	7	19	-	26	4	8	11	3	24	-	2	20	26	3	-	10	3	9	
IFAP	-	8	-	3	-	-	-	-	-	-	-	16	-	30	-	7	-	5	-	-	-	1	
IFB	31	19	1	36	14	1	-	1	19	11	32	30	-	37	-	25	-	16	-	20	-	2	
IFBA	2	5	31	31	28	31	-	27	3	2	21	32	29	12	22	9	2	32	1	23	2	7	
IFBAIANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
IFC	21	34	20	8	8	7	-	13	30	25	12	24	3	-	12	32	1	7	7	12	6	15	
IFCE	8	12	18	15	31	30	-	12	11	18	1	12	15	29	-	11	-	11	-	24	-	24	
IFES	13	26	19	22	17	12	-	17	9	7	24	25	22	17	1	4	24	25	16	19	25	13	
IFF	6	11	17	25	13	6	-	6	6	6	15	17	25	31	4	5	21	27	17	26	15	28	
IFFARROUPILHA	32	30	3	9	22	11	-	9	28	29	6	14	1	3	15	13	6	14	8	9	4	14	
IFG	12	-	30	-	30	-	-	-	-	13	-	4	-	8	8	8	-	13	12	4	4	14	17
IFGOIANO	25	29	15	14	21	29	-	28	23	30	8	5	11	4	12	17	7	12	21	17	10	12	
IFMA	11	22	12	10	3	5	-	10	20	28	21	20	31	25	26	12	15	10	12	8	19	19	
IFMG	18	20	26	19	5	3	-	3	26	26	18	10	5	6	10	22	9	23	-	27	12	29	
IFMS	-	4	-	1	-	-	-	-	-	-	19	-	32	-	14	-	-	-	-	-	-	-	
IFMT	24	24	9	16	19	22	-	25	32	34	17	8	17	18	6	14	14	31	-	-	16	3	
IFRR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Figura 3-Tabela com um ranking dos desempenhos de cada IF, por índice, feita a partir da classificação dos índices de cada Instituto, obtidos no SIMEC.

A Figura 4 apresenta um resumo, para o IFBA, com seus respectivos indicadores, para os anos 2009 e 2010, evidenciando a posição deste IF no ranking anual dos Institutos, para cada um dos índices.

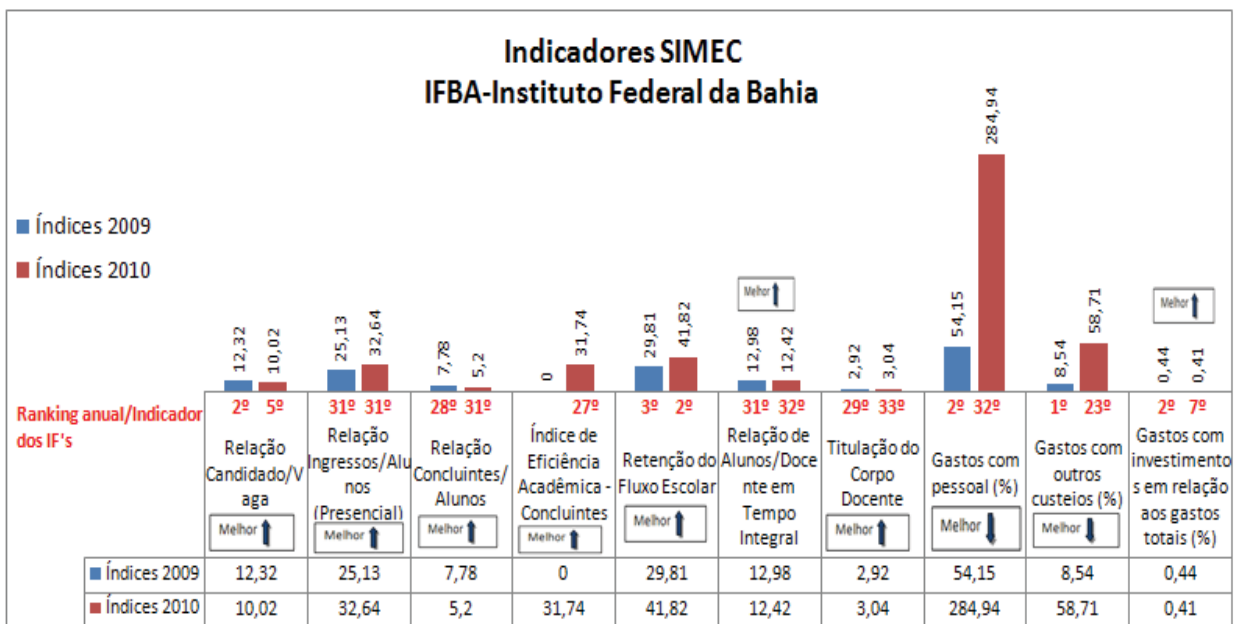


Figura 4- Gráfico por Instituto, referente ao Instituto Federal da Bahia com todos os indicadores utilizados na pesquisa, obtidos no SIMEC.

Assim, a título de exemplo, a Figura 4 apresenta a síntese dos índices do IFBA. Pode-se observar a evolução do ano 2009 para o ano 2010, além da posição do IFBA no ranking para cada ano. Ao considerar estes dados podem-se depreender as seguintes análises para o IFBA:

- Tendo em vista o indicador **Relação Candidato/Vaga**, o IFBA obteve em 2009 o índice de 12,32, ocupando o 2º lugar no ranking, e em 2010 obteve o índice 10,02, ocupando o 5º lugar no ranking, mostrando um declínio de interesse da sociedade em ingressar nesta instituição.



- Quanto ao indicador **Relação Ingressos/Alunos (Presenciais)**, o IFBA obteve em 2009 o índice 25,13 ocupando o 31º lugar do *ranking*, e em 2010 obteve o índice 32,64 mantendo o 31º lugar do *ranking*, mostrando que a instituição continua a ocupar uma das piores posições entre as demais da RFEPCCT em relação a este índice.
- Quanto ao indicador **Relação Concluintes/Alunos**, o IFBA obteve o índice de 7,78 ocupando o 28º lugar do *ranking*, e em 2010 com o índice de 5,2 ocupando o 31º lugar, mostrando um declínio de desempenho, sugerindo a necessidade de análise por parte da instituição das causas de repetências, retenções ou evasão escolar.
- Em relação ao **Índice de Eficiência Acadêmica- Concluintes**, em 2009 os dados não foram apresentados, sendo considerados como zero, e em 2010 obteve o índice 31,74 ocupando o 27º lugar do *ranking*. A falta do dado de 2009 inviabiliza a análise da evolução da instituição, mas o fato de o IFBA ocupar o 27º lugar no *ranking* deve despertar a atenção dos gestores a fim de melhorar seu desempenho, buscando as causas de repetências, retenções ou evasão escolar.
- Em relação à **Retenção do Fluxo Escolar**, o IFBA obteve em 2009 o índice de 29,81 ocupando o 3º lugar do *ranking*, e em 2010 com o índice de 41,82, ocupando o 2º lugar, mostrando que a instituição tem sérios problemas de retenção do fluxo escolar. Novamente este índice demonstra a necessidade de a instituição melhorar seu desempenho no que se refere à repetência e evasão escolar.
- Quanto ao indicador **Relação de alunos/docentes em tempo integral** o IFBA obteve o índice de 12,98 ocupando o 31º lugar no *ranking*, e 2010 com o índice de 12,42 ocupando o 32º lugar, mostrando um quadro de grande contingente de docentes sem dedicação exclusiva, o que reflete grande volatilidade da equipe de formação acadêmica.
- Em relação à **Titulação do Corpo Docente**, o IFBA obteve em 2009 o índice de 2,92 ocupando o 29º lugar do *ranking*, e em 2010 o índice de 3,04, ocupando o 33º lugar, mostrando que as demais instituições da RFEPCCT estão conseguindo qualificar seu corpo docente em ritmo mais acelerado que o IFBA.
- Em relação ao **Percentual dos Gastos com pessoal**, o Instituto obteve em 2009 o índice de 54,15 ocupando o 2º lugar do *ranking*, e em 2010 obteve o índice de 284,94 ocupando o 32º lugar. Devido ao período de expansão, com obras, contratação de pessoal, elevados gastos de custeio, estes dados dificilmente podem ser analisados sem considerar o contexto de cada instituição.
- Quanto ao **Percentual dos Gastos com outros custeios**, o Instituto obteve em 2009 o índice de 8,54 ocupando o 1º lugar do *ranking*, e em 2010 obteve o índice de 58,71 ocupando o 23º lugar. Devido ao período de expansão, com obras, contratação de pessoal, elevados gastos de custeio, estes dados dificilmente podem ser analisados sem considerar o contexto de cada instituição.
- Em relação ao **Percentual dos Gastos com investimentos em relação aos gastos totais**, o Instituto obteve em 2009 o índice de 0,44 ocupando o 2º lugar do *ranking*, e em 2010 obteve o índice de 0,41 ocupando o 7º lugar no *ranking*. Devido ao período de expansão, com obras, contratação de pessoal, elevados gastos de custeio, estes só podem ser analisados considerando o contexto de cada instituição.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A despeito da falta de dados de alguns IF, como já comentado, e da dificuldade de acesso aos dados de todos os Institutos, a pesquisa alcançou o objetivo de avaliar o desempenho dos Institutos através dos seus indicadores. Vale ressaltar, ainda, a dificuldade em tratar os dados obtidos no SIMEC, uma vez que os índices são apresentados em valor percentual, prejudicando a obtenção mais exata de resultados. Sucesso maior seria obtido se os índices fossem apresentados em números inteiros, o que facultaria uma visão sistêmica mais ampla e consistente.

Apesar das limitações, a metodologia de análise mostra-se adequada. Aplicada ao IFBA, pode-se verificar que há um gargalo no desempenho desta instituição em relação à eficiência acadêmica, com elevado grau de retenção de fluxo escolar. Foi verificado também um baixo valor do índice Relação de alunos/docentes em tempo integral, o que pode contribuir para o desempenho ruim em relação ao fluxo escolar. Registra-se aqui a recomendação de aprofundamento da pesquisa com dados mais detalhados e definitivos, preferencialmente obtidos a partir dos indicadores propostos pelo Termo de Acordo, Metas e Compromissos estabelecido entre os diversos IF e a SETEC/MEC, informações essas mais adequadas para uma avaliação do desempenho dos Institutos Federais.

A pesquisa em curso, a partir dos desdobramentos do sistema de indicadores estruturado, favoreceu a utilização de certas ferramentas estatísticas e a realização de análise estatística com a técnica de Regressão Linear, por meio do Minitab, e a Análise de Componentes Principais (ACP), via software Statistica, por exemplo. As ferramentas estatísticas permitem detectar relações entre as variáveis e estimar resultados, favorecendo a gestão, o aprendizado e a difusão do conhecimento da RFEPCT, evidenciando zonas de similaridade, criação de referências e *benchmarks* intra-rede, desenvolvendo mecanismos de difusão das informações e conhecimento da Rede, visando torná-la mais transparente e efetiva. Conclui-se, portanto, que o estudo comparativo dos indicadores mostrou-se uma ferramenta de grande auxílio na gestão sistêmica da RFEPCT, ao permitir a visualização de certos padrões de comportamentos entre as variáveis e entre os IF, favorecendo uma análise holística e a identificação de agonismos e antagonismos entre as instituições, subsidiando tomada de decisões, planos de melhorias e a troca de informações e práticas acadêmicas e gerenciais entre as instituições da rede.

## 7. REFERENCIAS

ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de. Competitividade e Recursos Humanos. **Revista de Administração**, São Paulo, v.27, n.4, p.16-29, 1992.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 28 de dezembro de 2008. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm), acesso em maio de 2011.

BRASIL. Ministério da Educação- Expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. Disponível em <http://redefederal.mec.gov.br/index.php>, acesso em junho de 2011.

BRASIL. Ministério da Educação- Manual do usuário do Sistema Integrado de Planejamento, Orçamento e Finanças – Brasil Profissionalizado, do Ministério da Educação (SIMEC). Disponível em [http://simec.mec.gov.br/mostra\\_arquivo.php](http://simec.mec.gov.br/mostra_arquivo.php), acesso em outubro de 2011.

BRASIL. Ministério da Educação- Sistema Integrado de Monitoramento Execução e Controle do Ministério da Educação (SIMEC). Disponível em <http://simec.mec.gov.br/>, acesso em abril de 2011.

BRASIL. Secretaria de Educação Profissional Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC)- Relatório de Gestão 2010, p.279, 2011.

BRASIL. Secretaria de Educação Profissional Tecnológica do Ministério da Educação- Métodos de Cálculo para os Indicadores de Gestão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica – EPT determinados no Acórdão 2.267/2005-TCU, 2011.

BRASIL. Termo de Acordo, Metas e Compromissos – Reestruturação e Expansão da Rede e Implementação dos Institutos Federais – Diretrizes Gerais. Brasília SETEC/MEC, 2011.

DAMANPOUR, F. e SZABAT, K. A. e EVAN, W M. The relationship between types of innovation and organizational performance. **Journal of Management Studies**.v.26, n.6, p.587-601, 1989.

FALCONI, Vicente. **TQC – Controle da Qualidade Total (no estilo japonês)**. 8 ed. Nova Lima – MG: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2004.

LIBERAL, Claudemir Gonçalves. Indicadores de ciência e tecnologia: conceitos e elementos históricos. **CIÊNCIA & OPINIÃO**, Curitiba, v. 2, n. 1/2, p. 121-141, jan./dez. 2005.

MENDES, Vera Lúcia Peixoto Santos. **Inovação gerencial em serviços públicos de saúde e cidadania** / Ministério da Saúde, Secretaria de Assistência à Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2002.

OCDE. Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico. **Manual de Oslo**. Rio de Janeiro: OCDE/FINEP, 2004.

SICHE, Raúl; AGOSTINHO, Feni; Ortega, Enrique; ROMEIRO, Ademar. Índices versus indicadores. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. X, n. 2, p. 137-148, jul.-dez. 2007

## USO DE SCRUM PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE SERVIÇOS EM UM INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

A. R. S. Correia <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Instituto Federal do Sertão Pernambucano - Campus Petrolina

Alexandre.correia@ifsertao-pe.edu.br

### RESUMO

Desde o manifesto Ágil de desenvolvimento de software tem-se visto vários projetos de software desenvolvidos com um visível sucesso a partir dos métodos ágeis, mas fala-se pouco sobre o desenvolvimento de outros produtos ou serviços com tais métodos. Partindo desse preposto, este artigo vem questionar: a utilização de uma metodologia ágil poderá melhorar o gerenciamento dos projetos (que transformam ideias iniciais em serviços entregues à comunidade) conduzidos no âmbito de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IF)? Assim através de uma pesquisa exploratória o artigo apresenta que a implementação de métodos ágeis em Instituições da natureza de um IF é um processo não trivial, que o Scrum por ser o método ágil mais popular na atualidade (entre outras coisas) foi escolhido como prática ágil no desenvolvimento de um serviço Institucional (o projeto da oferta de um curso de formação inicial e continuada). O artigo também apresenta um levantamento do cenário de práticas de gestão de projetos nas organizações situadas na localidade onde funciona a Instituição, e conclui que as organizações entrevistadas decididamente não conhecem os métodos ágeis. Finalmente conclui que a equipe (que é pioneira no âmbito da Instituição) mesmo com o desconforto da mudança de abordagem do gerenciamento de projetos (do tradicional modelo cascata para o Scrum) está motivada para continuar a utilizar métodos ágeis no gerenciamento de projetos futuros.

**Palavras-chave:** métodos ágeis, gerenciamento de projetos, serviços, Scrum, Instituto Federal

## 1. INTRODUÇÃO

A utilização de métodos ágeis (como XP, SCRUM, Crystal, TDD, FDD, Lean development, etc.) tem crescido no ambiente das organizações nos últimos anos, West e Hammond (2010) indicam que 35% das organizações pesquisadas estão usando métodos ágeis como sua principal fonte de desenvolvimento de processos de software [1].

Gerenciamento Ágil de Projetos “Agile Project Management” (APM) nasceu a partir dos métodos ágeis e das boas práticas de negócios em Organizações como Fuji-Xerox, Honda, Canon e Toyota [2]. Em seguida espalhou-se por Organizações dos setores de Telecomunicações, Automobilístico e Aeroespacial como Nokia, HP, IBM, Microsoft, Oracle, Google [3] e Boeing [4], os quais têm sido utilizados com substancial sucesso. Por exemplo, a Toyota consegue com APM e SCRUM ganhos de produtividade e qualidade, da ordem de quatro e dez, respectivamente, quando comparado com a gestão de projetos clássica [2] e a Boeing que ao empregar alguns princípios de APM (como o conceito de colaboração e participação ativa de todos, na condução do projeto) reduziu o documento de especificação técnica de um de seus fornecedores de componentes eletrônicos de 2500 páginas presente no Boeing 777, para 20 páginas no seu sucessor o novo Boeing 787 [4].

Boehm e Turner (2004) defendem que embora a transição em Organizações com uma visão clássica de gerenciamento de projeto para este novo paradigma mereça análise e cautela, é necessária uma busca por um equilíbrio entre a utilização de métodos ágeis e tradicionais que melhor se adaptam a cada eventual situação [5].

Apesar de Scrum e outras práticas ágeis tenham sido utilizadas na indústria de software, autores como Highsmith (Highsmith, 2004) afirmam ser possível aplicá-las no desenvolvimento de outros produtos e serviços [12].

Não raro no âmbito da Instituição (um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, aqui no artigo é denominado de “IF”) relatada neste artigo a implementação de serviços requerem previamente a formação de uma comissão de pessoas (de quatro a quinze) para construção e execução de um projeto associado, afim de possibilitar um devido acompanhamento (e memória) desde a concepção de primeira ideia até a sua entrega final para a comunidade que será beneficiada.

A formação dessas equipes que conduzem esses projetos (são de natureza interdisciplinar; os membros podem assumir diferentes papéis, inclusive com mudanças ao longo do projeto; e equipe está focada em ter resultados concretos o mais cedo possível, ao invés de uma espessa documentação que tenta explicar os possíveis resultados a serem alcançados; a figura do gerente do projeto é mais semelhante a “um líder que incentiva os membros da equipe a fazerem as tarefas que melhor sabem realizar, o trabalho colaborativo e o mérito coletivo” do que “um chefe que dita os papéis e atividades e incentiva o mérito individual”) guardam grandes semelhanças com as equipes que habitualmente compõem o gerenciamento ágil de projetos.

Este artigo, foi originado de um trabalho que está inserido num programa de incentivo a adoção de práticas que buscam a melhoria da produtividade e/ou inovação tecnológica em processos no âmbito de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IF). Esta seção, chama a atenção para o seguinte problema: É possível melhorar o gerenciamento dos projetos conduzidos em um IF ao utilizar uma metodologia ágil? A seção 2 apresenta uma fundamentação teórica, que junto com uma estratégia metodológica adotada (seção 3) guiaram a execução desse trabalho. Seguida (na seção 4) de um levantamento das organizações, da localidade onde funciona a Instituição, acerca do conhecimento dos métodos ágeis e do nível de satisfação de uma equipe durante o desenvolvimento de um projeto. Finalmente, a seção 5 apresenta as considerações finais e indicação de trabalhos futuros.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Kerzner (2001) [7] define Projeto como um conjunto de atividades e tarefas que têm um objetivo específico (por exemplo, a entrega de um produto ou serviço) a ser concluído dentro de determinadas especificações; que têm início e término definido; que tem limite de financiamento; consome recursos (porque envolve dinheiro, pessoas e equipamentos). Também define que uma bem sucedida Gerência de Projetos quando envolve: planejamento (definição de requisitos de trabalho, definição de quantidade e qualidade do trabalho, definição dos recursos necessários); acompanhamento (acompanhamento de progresso, comparação entre resultados reais e resultados previstos, análise de impacto, realização de ajustes); atinge os objetivos do projeto dentro do tempo, do custo; no nível de desempenho e tecnologia desejados; utilizando os recursos atribuídos de forma eficaz e eficiente; e aceito pelo cliente.

Cheema e Shahid (2005) indicam que não há um único e bem definido método de gerência de projeto. Existem muitos métodos para escolha. Diferentes métodos são selecionados, dependendo da complexidade do projeto (do número de pessoas a serem geridas, da responsabilidade que recai sobre os objetivos a serem atingidos, dos prazos, dos recursos disponíveis, bem como, do ambiente que o circunda) [8].

Nos dias atuais, os métodos de gestão de projeto são usualmente categorizados em dois grupos: os tradicionais (como por exemplo PMBOK e CMMI) [9] e os ágeis (como por exemplo, XP, SCRUM e CRYSTAL, TDD, Lean development) [10].

A abordagem tradicional de gerência de projetos baseia-se em processos definidos e documentados que passam por melhorias contínuas em direção à perfeição. O planejamento detalhado e o processo disciplinado que orientam a gerência de projetos tradicional, permitem a medição e controle de todas as etapas do desenvolvimento e da equipe do projeto, onde cada membro tem o seu papel claramente definido e os artefatos gerados em cada fase são os registros da evolução do projeto. A metodologia de desenvolvimento aplicada é baseada nos modelos em cascata ou espiral, embora se perceba um crescimento do modelo iterativo e incremental. Já a arquitetura é definida com ênfase na reutilização, com o objetivo de reduzir o retrabalho e aumentar a produtividade. O foco está no processo, portanto o suporte gerencial, a comunicação e a infraestrutura organizacional são requisitos essenciais para o sucesso do projeto. O planejamento geralmente é extenso e detalhado buscando a criação de um cronograma de atividades, pontos de controle e procedimentos que direcionam a geração dos objetivos previstos e a coordenação do processo. Este plano é utilizado como referência para medir o progresso durante a fase de execução do projeto e pode sofrer alterações constantes de acordo com a evolução do trabalho [11].

A Gerência Ágil de Projetos trata um conjunto de valores, princípios e práticas que auxiliam a equipe de projeto a entregar produtos ou serviços de valor em um ambiente

complexo, instável e desafiador [12]. Gerência Ágil de Projetos caracteriza-se: pelo planejamento rápido e menos detalhado que o realizado na gerência tradicional; realização de ciclos iterativos curtos; participação de todos os envolvidos com o projeto; participação efetiva do cliente em todas as fases do desenvolvimento, contribuindo com a compreensão, validação e aceite dos requisitos. Além disso, o ambiente com práticas ágeis estimula a colaboração entre os membros da equipe, reconhece que vão ocorrer mudanças e encoraja a rápida incorporação de alterações no decorrer do ciclo de vida do projeto [13].

Em 2001 é publicado o Manifesto para Desenvolvimento Ágil, a essência desse movimento é a definição de novo enfoque de desenvolvimento para a entrega de produtos ou/e serviços de valor ao mercado, em curtos períodos de tempo, com maior ênfase em: (i) pessoas e interações, do que processos e ferramentas; (ii) software funcionando, ao invés de detalhada (e frequentemente volumosa) documentação; (iii) colaboração do cliente, ao invés de negociação de contrato; e (iv) responder às mudanças, ao invés de seguir um plano inicial [14]. Ao lado do manifesto ágil, surge também “Agile Project Management” (APM) ou o “gerenciamento ágil de projeto” que representa um conjunto de valores, princípios e práticas, que auxiliam a equipe de projeto a entregar produtos ou serviços de valor em um ambiente desafiador [12].

Apesar da crescente utilização de métodos ágeis, muitas organizações ainda evitam o seu uso, utilizando como justificativa para tal, uma série de barreiras à adoção dos mesmos. Boehm e Turner (2005) identificaram uma lista destas barreiras, contudo concluem que grande parte delas não são, de fato, problemas à adoção de métodos ágeis, isto é, a dificuldade de utilização pode ser vencida pelas organizações [15].

Berger (2007) defende que na prática a implantação de métodos ágeis em Organizações Públicas Governamentais ou outras com um longo ou complexo histórico burocrático, nem sempre traz os resultados verificados na indústria de Tecnologia da Informação ou Automobilística [16]. Porém, as chances de sucesso na implantação de métodos ágeis podem ser melhoradas, afirmam Melo e Ferreira (2010) [17], principalmente se ela for feita de forma incremental e persistente, adaptando-a progressivamente às circunstâncias no contexto da Organização, reforça Back e Andres (2004) [18]. Rising e Manns (2005) sugerem que ao introduzir novas ideias, pessoas e organizações, para além de enfrentarem as resistências, passam por três etapas até que o novo faça parte de suas culturas: (i) a etapa inicial de convencimento; (ii) a etapa durante o processo de implantação da ideia; e (iii) a etapa de amadurecimento depois que a ideia está em uso já durante algum tempo [19].

Assim, implantar métodos ágeis representa um trabalho não trivial, onde se faz necessário investir em conhecimento e ações para que sejam criadas as condições que viabilizem a sua aceitação e difusão. Contudo, o esforço poderá ser recompensado no que diz em trazer melhorias em diversos aspectos (como por exemplo: melhorar os níveis de satisfação dos intervenientes do processo e os níveis de entrega do serviço dentro dos prazos; compreender que as mudanças de requisitos ocorrem frequentemente durante o ciclo de vida de desenvolvimento do produto ou serviço; maior interatividade e maior espírito de colaboração entre todos os envolvidos no processo; melhoria da comunicação e da motivação de todos os participantes) e de certo agregará valor para as pessoas envolvidas, a Instituição e a sua localidade.

### 3. METODOLOGIA

Para responder ao problema proposto, a estratégia metodológica empregada foi a seguinte:

1. foi realizado uma pesquisa bibliográfica para fundamentar o trabalho realizado;
2. foi oferecido para a comunidade escolar (Docentes, Discentes e Técnicos Administrativos) um curso de métodos ágeis, com ênfase na prática de Scrum. A escolha do Scrum residiu no fato de ser uma metodologia ágil que se ajustava bem ao cenário de gestão de projeto da Instituição e que atualmente experimenta a maior popularidade mundial [1];
3. a partir do curso, foram apresentados casos de como o Scrum poderia ser aplicado no desenvolvimento de serviços gerados pela Instituição. Através de entrevista e levantamento documental foram verificados problemas de gerenciamento de projetos enfrentados no seu dia a dia, identificou-se potenciais situações em setores da Instituição onde a prática de Scrum poderia ser utilizada e foram identificadas pessoas da comunidade escolar (entre Docentes, Discentes e Técnicos Administrativos) para compor uma equipe de execução de futuros projetos;
4. foi feita uma pesquisa (quanto à natureza, aplicada; quanto à forma de abordagem do problema, qualitativa; quanto aos objetivos, descritiva; quanto aos procedimentos técnicos, na forma de levantamento; quanto ao instrumento de coleta dos dados, na forma de questionário com perguntas abertas e fechadas [22]) para verificar qual o nível de conhecimento sobre os métodos ágeis das organizações na localidade onde funciona a Instituição;
5. foi escolhido um caso para aplicação do Scrum, que foi o gerenciamento de um projeto que previa a oferta de um curso de introdução a microinformática na modalidade de ensino a distância. O projeto teve quatro Sprints (com a duração de quatro semanas cada); e
6. durante diferentes etapas da evolução do projeto foram aplicados questionários aos membros da equipe para verificar quais aspectos da nova metodologia tinham impactos mais favoráveis (e desfavoráveis) nos futuros projetos. O mesmo questionário foi aplicado seis vezes a cada membro da equipe (antes do início do projeto, no meio de cada um dos Sprints e depois do término do projeto).

#### **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

##### **4.1 Um levantamento da realidade da localidade**

Procurou-se verificar na localidade onde funciona a Instituição qual era o cenário das práticas de gerenciamento de projetos que visam transformar ideias em produtos (ou serviços). Para isso foi elaborado um questionário para ser aplicado nas mais relevantes Organizações na localidade onde funciona o referido IF.

O questionário elaborado teve um conjunto de oito perguntas com respostas fechadas (ou abertas), foi planejado como amostra um total de 50 organizações relevantes da região (o parâmetro de relevância foi associado ao histórico de aparições nos meios de comunicação local e o tempo de atividade dessas organizações). Antes de aplicar o questionário foi explicado ao respondente representante da organização o seu objetivo e contextualizado as metodologias de gerenciamento de projetos (ágil e tradicional). Também foi informado que os nomes das organizações e dos respondentes não seriam, sob qualquer hipótese, divulgados. Foi registrado que o tempo máximo gasto na visita, para orientar e ter as respostas face aos respondentes, foi inferior a 15 minutos.



Das 50 organizações visitadas, apenas 10 responderam o questionário. Em duas das organizações os resultados foram considerados para pré-testes, avaliação e validação do questionário, verificou-se que não houve necessidade de reformulação do questionário, pelo que foram considerados os resultados das 10 organizações respondentes.

Uma grande dificuldade verificada na aplicação do questionário foi a obtenção das respostas. Em 80% da amostra (40 organizações) as pessoas se negaram inicialmente a responder, alegando a falta de tempo, pelo que o fariam mais tarde, mas após novas visitas à organização ou o contato por e-mail e telefone, permaneceram sem responder. Ao menos quatro hipóteses podem ser levantadas sobre o viés da não resposta: (i) as organizações não estão interessadas no assunto; (ii) a abordagem e o questionário não se mostraram atraentes; (iii) faz parte da cultura local não responder questionários; e/ou (iv) as pessoas da localidade sentem receio de responder questionários.

#### **Uma compilação dos dados coletados**

De acordo com os questionários respondidos 50% utilizam práticas que, predominantemente, se assemelham com os métodos tradicionais no desenvolvimento de produto ou serviço e apenas 20% utilizam práticas predominantemente assemelhadas com os métodos ágeis, os 30% restante não se conseguiu identificar uma predominância de práticas.

Em relação à capacidade de adequação à mudanças ao que foi previamente definido, em apenas 30% das organizações, respondeu que o seu pessoal envolvido reage com naturalidade quando mudanças ocorrem.

Em relação a participação do cliente como parte da equipe de desenvolvimento do serviço, 50% responderam que é vital e 50% é relevante. Finalmente, todas as empresas respondentes afirmaram que não conhecem formalmente as metodologias ágeis de gerenciamento de projetos, mas teriam o interesse em participar de uma palestra ou curso.

#### **4.2 Um levantamento da satisfação da equipe de projeto**

Foi elaborado um questionário (aplicado de forma individual e sem a identificação dos respondentes) onde cada membro da equipe (eram ao todo 8 pessoas já com experiência em participação de projetos anteriores: 4 docentes; 2 técnicos administrativos e 2 discentes) assinalava até no máximo três aspectos (além dos listados, a pessoa podia incluir algum se desejasse) que considerava que teria maior impacto favorável à implementação do Scrum em futuros projetos (tentando comparar com as práticas que realizou anteriormente). É conveniente lembrar que o mesmo questionário foi aplicado seis vezes a cada membro da equipe em diferentes etapas do projeto. As escolhas foram computadas e foi atribuído o valor 100% ao aspecto mais votado. De forma proporcional foram definidos os percentuais dos demais aspectos:

1. ter uma primeira versão do serviço (ainda que não tenha todas as funcionalidades) mais cedo, ao invés de documentação que explica o seu funcionamento → 100,0%;
2. melhorou a comunicação entre membros da equipe → 87,5%;
3. ter alguma flexibilidade para mudar requisitos ao longo da execução do projeto → 75,0%;
4. mérito (ou penalização) para a equipe → 75,0%;
5. ter o cliente próximo para tirar dúvidas e resolver problemas de requisitos → 62,5%.

Seguindo o mesmo raciocínio, foram computados os aspectos de maior impacto desfavorável à implementação do Scrum em futuros projetos. As respostas revelaram os seguintes scores:

1. uma prática nova e portanto existe alguma insegurança em relação ao desempenho e aos resultados alcançados → 100,0%;
2. realizar as tarefas com base em objetivos e prazos ao invés de trabalhar condicionado à pressão do seu supervisor → 50,0%;
3. ter o cliente próximo para tirar dúvidas e resolver problemas de requisitos → 37,5%;
4. trabalho em equipe (os membros estão mais próximos) → 37,5%.

Finalmente, quando perguntado se participariam de um novo projeto aplicando Scrum como metodologia de gerenciamento as respostas revelam que 87,5% participariam e 12,5% não responderam.

Embora não se possa generalizar para equipes e projetos futuros que ocorrerão na Instituição em questão, os números apresentados revelaram, ainda que qualitativamente, uma equipe:

- (i) que teve receio em aplicar uma nova metodologia num trabalho que já sabiam fazer de uma outra forma (ou seja gerenciar projetos usando uma metodologia tradicional *waterfall* ou cascata);
- (ii) que tem alguma dificuldade com o conceito de equipes autogerenciadas; e
- (iii) que está motivada a implementar Scrum (pelo menos) mais uma vez, principalmente, pelo fato de ter mais cedo o serviço em funcionamento, ainda que parcialmente, ao invés de uma documentação explicativa e a melhoria de comunicação entre os membros da equipe.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo trouxe à tona o seguinte problema: a utilização de uma metodologia ágil poderá melhorar o gerenciamento dos projetos (que transformam ideias iniciais em serviços entregues à comunidade) conduzidos no âmbito de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia (IF)?

A implantação de métodos ágeis em Organizações Públicas Governamentais ou outras com um longo ou complexo histórico burocrático, nem sempre traz os resultados promissores verificados na indústria de Tecnologia da Informação ou Automobilística. Porém, as chances de sucesso na implantação de métodos ágeis para a implementação de serviços podem ser melhoradas se ela for feita de forma incremental e persistente, adaptando-a progressivamente às circunstâncias no contexto da Instituição.

Verificou-se (ainda que de forma qualitativa) que a equipe de projeto, mesmo tendo sentido o desconforto de mudança de abordagem do gerenciamento de projetos, está motivada e pretende continuar implementando métodos ágeis (especificamente o Scrum) na condução de futuros projetos institucionais.

Mesmo com o grande viés de não resposta ao levantamento das organizações da localidade acerca do conhecimento dos métodos ágeis, verificou-se que 20% da amostra se diz

interessada em conhecer uma abordagem ágil, o que incentiva a sua difusão não apenas no âmbito interno da Instituição, mas também na sua circunvizinhança.

Como trabalho futuro, pretende-se continuar explorando o tema para tentar conduzir desenhos experimentais (no âmbito da Instituição em diversos projetos gerenciados por equipes ágeis versus equipes tradicionais) como sugerem Cohen e Ledford (1994) [23] em busca de uma resposta mais precisa sobre o problema posto. Finalmente, disseminar os métodos ágeis a partir de ações de divulgação (no contexto interno da Instituição e também em sua circunvizinhança) através da implementação de uma cartilha (que poderia ser em formato eletrônico, por exemplo um sítio web) além de realização de palestras, oferta de cursos e participação de eventos tecnológicos.

## 6. AGRADECIMENTOS

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e ao Instituto Federal (onde o trabalho tem sido realizado) pelo apoio que possibilitou a execução desse trabalho.

## 7. REFERÊNCIAS

ANDRADE, M.M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2005. [22].

BECK, K.; ANDRES, C. **Extreme Programming Explained: Embrace Change**. 2nd Edition. Addison-Wesley. 2004. [18].

BEEDLE M., et al. **The Agile Manifesto**. 2001. Disponível em <http://agilemanifesto.org/>, acesso em 11 de Agosto 2011. [14].

BERGER L. **Agile development in a bureaucratic arena – A case study experience**. International Journal of Information Management, Elsevier. 27: 386-396. 2007. [16].

BOEHM, B.; TURNER, R. **Balancing agility and discipline: a guide for the perplexed**. Addison Wesley. 2003. [11].

\_\_\_\_\_. **Balancing agility and discipline: evaluating and integrating agile and plan-driven methods**. In Proceedings of the 26th IEEE International Conference on Software Engineering (ICSE), 718-719, 2004. [5]

\_\_\_\_\_. **Management challenges to implementing agile processes in traditional development organizations**. IEEE Software, vol. 22 (5): 30-39. 2005. [15].

CHEEMA, A.; SHAHID, A. A. **Customizing Project Management Methodology**. 9th International Multitopic Conference, IEEE INMIC, 1-6. 2005. [8].

CHIN, G. **Agile Project Management: How to Succeed in the Face of Changing Project Requirements**. Amacom. 2004. [13].

COHEN, S.G.; LEDFORD JR, G.E. **Effectiveness of Self-Managing Teams: A Quasi-Experiment**. Human Relations, Vol.47, No 1, pp. 13-43, 1994. [23].

DYBÅ, T.; DINGSØYR, T. **Empirical studies of agile software development: A systematic review**. Information and Software Technology 50: 833–859, Elsevier. 2008. [10].

HIGHSMITH, J. **Agile project management: creating innovative products**. Addison Wesley. 2004. [12].

KERZNER, H. **Project Management**. 7ª. Edição. John Wiley & Sons. 2001. [7].

KNIBERG, H. **Scrum and XP from the Trenches, How we do Scrum**. pp 1-142, C4Media Inc. 2007. USA. ISBN: 978-1-4303-2264-1. [20].

MELO, C.O.; FERREIRA, G.R.M. **Adoção de métodos ágeis em uma Instituição Pública de grande porte – um estudo de caso**. In Proceedings of the Brazilian Workshop for Agile Methods (WBMA 2010) in the Brazilian Conference on Agile Methods (Agile Brazil 2010), 112-125. 2010. [17].

PARNAS, D.L.; CLEMENTS, P.C. **A rational design process: How and why to fake it**. IEEE Transactions on Software Engineering 12(2): 251-257. 1986. [9].

RISING, L.; MANNS, M.L. **Fearless Change. Patterns for Introducing New Ideas**. Addison-Wesley. Boston. 2005. [19].

SCRUM ALLIANCE. **The Scrum Alliance**. Disponível em: <http://www.scrumalliance.org>, acesso em 16 de Agosto de 2011. [21].

SCRUM FOUNDATION, **Jeff Sutherland's Experience as Chairman at Scrum Foundation**. Disponível em <http://scrumfoundation.com/about/jeff-sutherland>, acesso em 14 de Setembro de 2011. [3].

SUTHERLAND, J.; VIKTOROV, A.; BLOUNT, J.; PUNTIKOV, J. **Distributed Scrum: Agile Project Management with Outsourced Development Teams**. In Proceedings of the 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS, 2007. [2].

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS A.D. **Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything**. Portfolio, New York, NY. 2006. [4].

WEST, D.; HAMMOND, J.S. **The Forrester Wave™: Agile Development Management Tools, Q2 2010**. Disponível em <<http://www.microsoft.com/presspass/itanalyst/docs/05-05-10AgileDevelopmentManagementTools.PDF>> acesso em: 24 de Setembro de 2011. [1].

## VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO NA UFRN/CAMPUS DE CURRAIS NOVOS

D. C. Gomes<sup>1</sup> e S. O. C. Vieira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Currais Novos e <sup>2</sup>Universidade Estadual Vale do Acaraú  
danilo.cortez@ifrn.edu.br e solidadecesarior2005@yahoo.com.br

### RESUMO

Os valores organizacionais são compreendidos como princípios e crenças que orientam o funcionamento da organização, fundamentando a cultura organizacional do ponto de vista dos indivíduos nela inseridos. Dessa forma, esta pesquisa buscou identificar e relatar os valores organizacionais da UFRN/Campus de Currais Novos, através da descrição desses valores sob a percepção dos indivíduos nela presentes. Nesse sentido, fez-se necessário entender os valores pessoais e organizacionais, bem como o comprometimento e o comportamento organizacional pautados nesses valores pesquisados. A pesquisa exploratória descritiva utilizou como instrumento de coleta o Inventário de Valores Organizacionais – IVO, validado por Tamayo, Mendes e Paz (2000). O público alvo da pesquisa constituiu-se de todos os servidores (docentes e técnicos administrativos) da UFRN/Campus de Currais Novos, totalizando 57 servidores. Os resultados encontrados revelaram que os valores organizacionais, de maior importância para a instituição pesquisada, estão relacionados à hierarquia. Em contrapartida, os valores que detêm menor importância estão relacionados a igualitarismo.

**Palavras-chave:** gestão de pessoas, valores organizacionais, comportamento organizacional.

## INTRODUÇÃO

Nas organizações, o recurso humano constitui o mais valioso dos recursos pelo fato das pessoas serem dotadas de habilidades, capacidades, conhecimentos e comportamentos. A gestão de pessoas aborda este assunto dentro de um contexto comportamental entre pessoa e organização, ou seja, o comportamento da pessoa em relação à sua organização e da organização em relação à pessoa. Segundo Bergamini (2008) os estudos do comportamento humano, dentro das organizações, procuram entender como as pessoas vivem e resolvem seus problemas dentro do ambiente de trabalho.

Diferentemente dos outros recursos, a gestão nas organizações tem deixado claro que o elemento humano se caracteriza como fator de extrema importância no que se refere ao comprometimento de se chegar aos objetivos organizacionais pretendidos. Tamayo e Gondim (1996) definem o comportamento organizacional a partir de valores existentes na organização. No Brasil, eles foram pioneiros no estudo dos valores organizacionais a partir da percepção dos empregados. Seguindo o pensamento de Shalom H. Schwartz, autor da [teoria dos valores humanos básicos](#), construíram e validaram instrumentos de pesquisa que viabilizam avaliar os valores organizacionais tais como eles existem na mente dos empregados.

Seguindo esta linha de raciocínio, a pesquisa justifica-se pela necessidade de aprofundar os conhecimentos na área de gestão de pessoas, especificamente em valores organizacionais, aliando a teoria à prática, considerando que o contexto organizacional articula e direciona interesses e objetivos que são comuns a todos os integrantes. No entanto, esses valores são evidenciados e avaliados de forma diferenciada por cada membro inserido na organização, sendo cada indivíduo apropriado dos seus valores.

Deste modo, esta pesquisa tem como objetivo identificar os valores organizacionais do Campus de Currais Novos para melhor analisar e conhecer o comportamento organizacional da instituição, através de uma investigação cuja finalidade foi pesquisar os valores organizacionais a partir da percepção dos servidores nela inseridos.

Para Tamayo (1998), a percepção dos valores organizacionais pelos empregados estabelece uma imagem da empresa quanto a sua eficiência, tendências à inovação, tipo de gestão, e a interação entre os empregados. As características dessa imagem determinam a identificação do empregado com a empresa e com os seus objetivos. Com base nesses argumentos, a problemática da pesquisa condiciona o seguinte questionamento: Quais valores organizacionais, na visão dos servidores, são priorizados na UFRN/Campus de Currais Novos?

Os estudos do comportamento organizacional levam a um entendimento de que os valores organizacionais podem ser considerados uma consequência dos valores individuais, levando-se em consideração que a função dos valores consiste em orientar a organização, guiando o comportamento de seus membros na forma de pensar, agir, sentir e de maneira que haja uma interação mútua.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Valores Organizacionais

Entende-se por valores, um conjunto de princípios e crenças que se considera importante e que são evidenciados através das características de um indivíduo ou grupo, e que influencia a forma de pensar e agir de cada indivíduo, ou seja, são os valores que orientam as ações e eles existem consciente ou

inconscientemente na personalidade do indivíduo. Da mesma forma os valores estão presentes nas organizações influenciando, direta ou indiretamente, no comportamento organizacional.

Para Oliveira & Tamayo, 2004 (Apud DELFINO, LAND & SILVA, 2010, p. 70), “Valores organizacionais podem ser considerados como o reflexo dos valores individuais considerados em conjunto. Qualquer grupo reflete valores e crenças originais de alguém”. Entende-se, portanto, que valores organizacionais são aspectos que definem como os profissionais da organização se comportam e nos quais se estabelecem as relações organizacionais formando o clima e a cultura da organização.

Quanto à importância dos valores dos organizacionais, Tamayo (1998, p. 57), descreve o seguinte: “A importância atribuída por uma organização a certos valores pode determinar a quantidade de esforço investida por seus membros na emissão de certos comportamentos, bem como a sua persistência na execução dos mesmos”. Seguindo esta linha de raciocínio fica o entendimento de que o reconhecimento dos valores, por parte da organização, gera fatores positivos como satisfação no trabalho e o comprometimento profissional dos que a fazem.

De acordo com Tamayo (1998) a percepção dos valores de uma organização e os comportamentos de comprometimento estão relacionados com afetividade, cidadania organizacional e satisfação no trabalho. O comprometimento afetivo se define como um estado em que o indivíduo se identifica com a organização e com os seus objetivos partilhando o desejo de alcançá-los. Compreende-se, ainda, por comprometimento a identificação e a lealdade do servidor com a instituição e o envolvimento com a função por ele desempenhada. Desse modo, considera-se que o estudo dos valores organizacionais deve ter como referência os valores humanos, uma vez que estes valores se originam na motivação humana.

## **2.2. A função dos valores pessoais e organizacionais**

As organizações estão inseridas em um ambiente de constantes mudanças econômicas, políticas e sociais ocasionando impacto sobre o ambiente de trabalho e sobre as relações entre indivíduos e organizações. A partir dessas mudanças surge a necessidade da sobrevivência organizacional. E, dentro desta necessidade, os valores se apresentam como norteadores da vida funcional da instituição seja ela pública ou privada. São os valores que formam a personalidade da empresa, o comportamento dos seus servidores e a rotina de funcionamento de toda e qualquer instituição.

De acordo com Gomes (2009, p. 22) “Os seres humanos possuem características distintas e intrigantes, principalmente referindo-se à análise dos comportamentos e diversidade de personalidades, aspirações e desejos entre estes”. Segundo Gouveia (2008), os valores, na organização, assume duas funções: 1 - guiar as ações humanas (tipo de orientação); 2 – Expressar suas necessidades (tipo de motivador). Para a primeira função dos valores o autor afirma que “a função dos valores como guia de comportamentos humanos é identificada pela dimensão funcional denominada tipo de orientação, com três possibilidades: social, central e pessoal”. Para a segunda função dos valores o autor conclui o seguinte: “a segunda função dos valores é dar expressão cognitiva às necessidades humanas, identificada pela dimensão funcional do tipo motivador: materialista (pragmático) ou humanitário (idealista)”.

Conforme Tamayo, Mendes & Paz (2000, p. 294), “os valores organizacionais podem fortemente influenciar o que as pessoas realmente fazem”. Para eles, os valores não só influenciam o comportamento do indivíduo, como também o julgamento que ele faz do outro em relação ao sistema organizacional. Defendem ainda que, “Os valores podem ser considerados como um projeto para a organização e um esforço para atingir metas por ela fixadas. As normas organizacionais estão enraizadas nos valores e podem ser consideradas uma operacionalização dos valores organizacionais”.

De acordo com Tamayo (1998) o grau na escala de valores de uma organização se estrutura no tempo, na missão e nos objetivos da empresa, e que, a fonte dos valores organizacionais é constituída por exigências da organização e dos indivíduos que a compõem. Essas exigências estão relacionadas às

necessidades biológicas do indivíduo e às necessidades de sobrevivência e bem-estar da própria organização. Com referência a esta temática o teórico, acima citado, descreve o seguinte:

Os valores organizacionais têm funções importantes. A primeira delas é criar entre empregados modelos mentais semelhantes, relativos ao funcionamento e à missão da organização, evitando percepções diferentes que, certamente, teriam repercussões no comportamento e atitudes dos empregados, pois os valores são assimilados em suas estruturas cognitivas. A segunda função destacada é a contribuição dos valores na construção da identidade social da organização, tornando-a distinta em relação às demais organizações (TAMAYO, 1998, p. 66).

Todas as teorias funcionalistas aqui apresentadas levam ao entendimento de que os valores têm a função de viabilizar uma interação entre servidor e organização, gerando um comportamento de envolvimento focado nos objetivos da organização. O envolvimento com o trabalho leva, conseqüentemente, o servidor a se identificar psicologicamente com o que ele faz motivando-o a um maior comprometimento com a organização.

### **2.3. Comportamento organizacional e comprometimento**

Entende-se por comportamento organizacional a forma como o indivíduo apresenta sua conduta e suas atitudes como trabalhador dentro de uma organização. Kanaane (1999), estudioso do comportamento humano nas organizações, afirma que comportamento e atitude podem ser conceituados de forma distinta uma vez que o comportamento é a reação, e atitude é a tendência à reação. Para ele, o fato de um funcionário chegar atrasado ao trabalho não significa, necessariamente, que ele não goste do que faz. Neste sentido, o autor alerta para a necessidade de que a chefia esteja atenta para captar o real significado das ações expressas no trabalho, o que implica comportamentos mais receptivos e sutis de comando, em face do trabalhador e do ambiente organizacional. Dessa forma, o comportamento da organização poderá contribuir para a integração do trabalhador ao ambiente profissional gerando um compromisso mais efetivo com a organização.

Ainda de acordo com Kanaane (1999, p. 49), “repensar a organização implica rever a estrutura de poder e de autoridade vigentes, a qualidade de vida dos indivíduos pertencentes à mesma, os padrões de relacionamentos interpessoais, sistemas de comunicação, entre outros pontos”. Sobre o comportamento organizacional atual, Gomes (2009, p.22) descreve o seguinte:

As mudanças ocorridas no ambiente organizacional partem do pressuposto de que as organizações necessitam se adequar às novas exigências de mercado, principalmente quando relacionada à competitividade, comprometimento dos colaboradores, aumento de produtividade, reestruturação organizacional, ruptura de paradigmas. Para tanto, as organizações buscam alinhar seus processos e estruturas aos novos moldes organizacionais baseado na coletividade, nos resultados e no comprometimento.

A compreensão da conduta humana possibilita conceber atitudes de valores, crenças, sentimentos, pensamentos referentes às situações organizacionais, levando o servidor a comprometer-se com estas situações. Por comprometimento entende-se o ato de se envolver, de se empenhar, e de se inserir no ambiente dos seus afazeres seja como pessoa ou como profissional. Nas organizações, conforme teorias expressas neste artigo, o comprometimento pode ser percebido a partir da forma como o servidor



desenvolve o seu trabalho, como empenha esforços e responsabilidades em realizar suas tarefas estabelecendo um vínculo, entre ele e a organização, baseado nos seus valores.

A importância do tema comprometimento organizacional, nos dias atuais, está muito clara na medida em que as organizações sentem necessidade de compreender melhor os seus empregados. Para eles, procurar identificar as variáveis que servem de efeitos motivacionais torna estes empregados mais satisfeitos e produtivos para a organização (RODRIGUES & FREIRE JUNIOR, 2002). Sobre o tema comprometimento, os autores descrevem:

O comportamento dos servidores de se sentirem muito ou pouco comprometidos com o seu trabalho, embora seja originalmente produto de sua escala de valores éticos, pode e deve ser lealmente desenvolvido pela organização através de programas motivacionais e, principalmente, pela atenção dada para oferecer saudáveis condições de vida no trabalho e na sociedade. (RODRIGUES & FREIRE JUNIOR 2002, p. 12).

Ainda na visão dos pesquisadores Rodrigues & Freire Junior (2002, p. 11), “o comprometimento do indivíduo com a sua organização de trabalho está intrinsecamente relacionado com a escala de valores éticos individuais, que são fatores determinantes da sua conduta e da responsabilidade social com a função”. De acordo com Robbins (1998, p. 93) o comprometimento é conceituado da seguinte forma: “compromisso organizacional é definido como um estado em que o empregado identifica-se com a organização e suas metas, e deseja manter-se ligado a esta organização”.

Entende-se, portanto, que valores pessoais, organizacionais e comprometimento, no contexto do comportamento organizacional, devem estar interligados possibilitando ao servidor a consciência do seu valor social e profissional. Também possibilita, ao servidor, internalizar a idéia de que é um dever ético proteger o seu conceito profissional e sua conduta perante a sociedade a quem presta serviços. A partir destas teorias entende-se que comprometimento é um processo através do qual o trabalhador expressa sua preocupação com o bem-estar e o sucesso da organização em que trabalha.

## METODOLOGIA

Nos procedimentos metodológicos utilizou-se, como instrumento de pesquisa, o inventário de valores organizacionais – IVO elaborado por Tamayo, Mendes e Paz (2000) contendo uma escala de 36 valores organizacionais, conforme anexo I, que levou os respondentes a avaliarem a importância desses valores, como princípios orientadores, na vida da sua organização dentro de um nível real e desejável. Os valores constantes do IVO estão compartilhados e relacionados a seis fatores motivacionais conforme apresentados na tabela abaixo:

Tabela 1: Itens correspondentes a cada um dos tipos motivacionais e coeficientes alfa

FATOR	ITENS	ALFAS
Autonomia	1, 3, 4,5	0,83
Conservadorismo	2, 7, 8, 11,16	0,77
Hierarquia	9, 10,17,18,19,20,22,24,27,28	0,87

Igualitarismo	6,12,13,14,15,25,26	0,85
Domínio	21, 23, 31, 32, 33, 34, 35,36.	0,84
Harmonia	29,30	0,85

Fonte de pesquisa: A.Tamayo et al.(2000)

Os seis tipos motivacionais do IVO, na tabela acima, avaliam de forma compartilhada os valores que expressam ideologias sobre o que seja apropriado para o bom desempenho de uma organização, a partir de seis aspectos fundamentais da vida organizacional compreendida da seguinte forma: 1 – Autonomia = a importância atribuída à procura de inovação, de criatividade e de independência na execução do trabalho; 2 – Conservadorismo = a ênfase na interdependência dos membros da organização e na obtenção de objetivos grupais; 3 – Hierarquia = a relevância de papéis hierárquicos na estrutura do relacionamento interpessoal e na distribuição de recursos e de poder; 4 – Igualitarismo = procura efetivar o bem-estar de todos os membros da organização e a sua participação nos processos decisórios; 5 – Domínio = a importância dada ao sucesso organizacional e à satisfação dos clientes; 6 – Harmonia = o respeito à natureza e a procura de complementariedade organizacional. O IVO também possibilita avaliar, cada item, em dois níveis: os valores reais e os valores desejáveis. Os valores reais, na percepção do servidor, são os realmente praticados, e os valores desejáveis significam a importância que os servidores gostariam que fosse atribuída a cada um dos valores organizacionais.

Esta pesquisa é do tipo exploratória-descritiva. Exploratória porque a pesquisa tem como finalidade ampliar o conhecimento a respeito de um determinado problema. Descritiva porque procura conhecer a realidade estudada, descrevendo com exatidão os fatos e fenômenos dessa realidade (TRIVINOS *apud* ZANELLA, 2006).

A pesquisa foi realizada no Campus de Currais Novos, localizado no Sítio Totoró – Currais Novos/RN. A população-alvo deste estudo constituiu-se de todos os professores e técnicos administrativos da instituição pesquisada. Portanto, esta investigação, se caracteriza como uma pesquisa do tipo censitária, tendo em vista que, optou-se, considerando o pequeno número de atores, por entrevistar toda a população de servidores, conforme especificação dos cargos abaixo:

Tabela 2: Descrição dos cargos dos servidores da UFRN/Campus de Currais Novos

Cargo	Quantidade
Professor	39
Bibliotecário	01
Pedagogo	01
Técnico para assuntos educacionais	01
Técnico de contabilidade	01

Técnico de Enfermagem	01
Assistente em administração	04
Assistente de aluno	01
Auxiliar Administrativo	01
Operador de máquina copiadora	01
Copeiro	02
Vigilante	04
<b>Total</b>	<b>57</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa 2011

Sobre pesquisa censitária, Zanella (2009) orienta que se escolhendo fazer uma pesquisa censitária (aquela que envolve toda a população e mais adequada no caso de populações menores), não deve se utilizar o termo “amostra”.

## ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O conceito de valores organizacionais é relativamente moderno, onde as organizações atuais consideram os valores como principais fatores motivacionais do comportamento organizacional. Com base nesse princípio a pesquisa buscou identificar os valores organizacionais do Campus de Currais Novos e conhecer o comportamento da instituição através de uma investigação cuja finalidade foi pesquisar os valores organizacionais a partir da percepção dos servidores nela inseridos. Ao final da interpretação dos dados coletados, pode-se concluir que a problemática proposta para este estudo “Quais valores organizacionais, na visão dos servidores, são priorizados na UFRN/Campus de Currais Novos?” foi devidamente analisada conforme determina o Inventário de Valores Organizacionais – IVO validado por Tamayo, Mendes e Paz (2000).

Os resultados descritivos da pesquisa, após tabulados estão apresentados na tabela 3 com médias e desvios-padrão. Percebe-se nos resultados que os valores relacionados a igualitarismo detêm a menor média encontrada (3,01), diferentemente dos valores referentes à hierarquia que alcançou a maior média (3,47).

Para os teóricos citados neste trabalho, os valores organizacionais permitem identificar componentes da cultura organizacional a partir de aspectos fundamentais da vida organizacional. Os valores de igualitarismo estão relacionados à busca constante de informações, distribuição do poder pelos diversos níveis, tratamento proporcional ao mérito, oportunidades iguais para todos os funcionários, imparcialidade nas decisões administrativas, ambiente de relacionamento interorganizacional adequado e complementariedade de papéis entre organizações. Estes valores expressam a efetivação do bem-estar de todos os membros da organização e a participação dos mesmos nos processos decisórios.

No entanto, os resultados que dizem respeito aos valores de igualitarismo, no Campus de Currais Novos, apresentam uma relevância inferior aos demais valores demonstrando que, para a instituição pesquisada, estes valores não são prioritários para a sua vida organizacional conforme resultado exposto na tabela abaixo.

Tabela 3: Resultado descritivo dos valores organizacionais, na percepção dos servidores da UFRN/Campus de Currais Novos

Valores Organizacionais	Média	Desvio-padrão
Autonomia	<b>3,10</b>	<b>1,54</b>
Conservadorismo	<b>3,36</b>	<b>1,50</b>
Hierarquia	<b>3,47</b>	<b>1,54</b>
Igualitarismo	<b>3,01</b>	<b>1,55</b>
Domínio	<b>3,08</b>	<b>1,49</b>
Harmonia	<b>3,37</b>	<b>1,37</b>

Fonte: Dados da pesquisa 2011

Numa segunda análise dos resultados apresentados na tabela 3, observa-se que todos os itens obtiveram relevância mediana diante da escala de valores revelando que, na percepção dos servidores, nenhum dos valores pesquisados representa muita importância ou extrema importância para sua instituição.

Sobre a importância dos valores, no contexto organizacional, Kanaane (1999, p. 50) conceitua o seguinte:

O conjunto de valores, normas e padrões sociais influenciam o ambiente organizacional, delimitando o que se conceitua por cultura organizacional. Esta, por sua vez, se constitui gradativamente a partir dos valores que vão sendo cultuados por seus membros. As interações sociais, expectativas e necessidades refletem os anseios dos trabalhadores assinalando o clima organizacional existente nas suas organizações.

Para Domenico e Latorre (2008, p. 253) “os valores têm funções importantes, atuando como mediadores nos conflitos, contribuindo para a solução dos problemas das organizações e, conseqüentemente, garantindo sua sobrevivência”. Dessa forma, entende-se que os valores organizacionais além de fortalecer a cultura e a identidade organizacional, se faz necessária também pelo fato de fortalecer os princípios motivacionais do trabalhador.

Ainda analisando os resultados constantes da tabela 3, observa-se que os valores relacionados a hierarquia alcançaram a maior média na escala dos valores organizacionais da instituição pesquisada (3,47). Este valor representa a relevância dos papéis hierárquicos na estruturação do relacionamento interpessoal e na distribuição de recursos e de poder. Os valores relativos a hierarquia são: Preservação dos costumes vigentes da organização - Tradição de respeito às ordens - Respeito às pessoas com cargo de chefia - Respeitar as regras e normas estabelecidas pela organização - Controle do serviço executado - Respeito aos níveis de autoridade - Preocupação com o cumprimento de horários e compromissos – Acompanhamento e avaliação contínua das tarefas - Utilização de recursos sem causar danos meio ambiente - Proteção ao meio ambiente.

Segundo Tamayo, Mendes e Paz (2000, p.308), “Somente na dimensão “Hierarquia *versus* Igualitarismo” aparecem como sendo opostos. Os valores que os constituem situaram-se em regiões opostas, o qual significa que as suas metas são conflituosas”.

Os resultados apresentados nesta pesquisa corresponderam à proposta do Inventário de Valores Organizacionais – IVO, elaborado e validado pelos autores acima citados, uma vez que, os valores referentes a Hierarquia e Igualitarismo resultaram em maior e menor média respectivamente. Este resultado demonstra uma predominância pela estrutura de poder hierárquico nos valores

organizacionais da instituição. Quanto às relações de poder e processo de trabalho, Kanaane (1999, p. 23) diz o seguinte:

A limitada participação nos processos produtivos tem ocasionado o descompromisso do trabalhador, gerando impedimentos que atuam tanto em termos individuais como grupais. Os problemas daí advindos estendem-se ao contexto em que o trabalho é realizado, ocasionando entraves em sua organização e no nível de satisfação dos funcionários, principalmente no tocante à necessidade de integração e de reconhecimento.

Por fim, diante do que foi descrito sobre valores organizacionais entende-se que o comprometimento do indivíduo com a sua organização de trabalho está intrinsecamente relacionado com a escala dos valores, que são fatores determinantes na conduta do trabalhador e da sua responsabilidade com a função que exerce.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os aspectos comportamentais nas organizações têm levado estudiosos a investigar o assunto sobre valores pessoais e organizacionais, tendo em vista que os indivíduos possuem valores próprios, crenças, desejos, ambições que variam por diversos motivos. Os valores da organização são, na realidade, os valores compartilhados pelos indivíduos que dela fazem parte.

Tamayo (2000), considera os valores da organização a partir do julgamento de indivíduos, defendendo que é a partir da percepção dos servidores que são determinadas as atitudes e os comportamentos. Nessa perspectiva, a pesquisa buscou identificar valores predominantes no Campus de Currais Novos, entendendo que a instituição pesquisada está inserida num contexto organizacional comprometida com a missão de educar, produzir e disseminar o saber universal, contribuir para o desenvolvimento humano, comprometendo-se com a justiça social, a democracia e a cidadania.

A pesquisa buscou identificar os valores organizacionais do Campus de Currais Novos e, a partir dos valores identificados, contribuir para o desenvolvimento de estratégias que possibilitem utilizar as habilidades e competências das pessoas com maior integração e desenvolvimento dentro do atual cenário organizacional.

Os resultados encontrados revelaram uma pequena relevância de valores hierárquicos que influenciam na construção dos valores organizacionais. Os demais valores resultaram numa avaliação também mediana, em menor escala, significando que estes valores têm menor importância para a organização.

Diante dos resultados de menor importância para os valores relacionados a igualitarismo sugerimos, a instituição pesquisada, que haja uma reflexão sobre o ambiente de trabalho com o intuito de aflorar comportamentos mais afetivos que possibilitem maior comprometimento, satisfação e envolvimento dos servidores nos mais diversos processos executados e atividades desenvolvidas no Campus de Currais Novos.

## REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional**. São Paulo: Atlas, 2008.

DELFINO, Islania Andrade de Lira [et. al]. **A relação entre valores pessoais e organizacionais comparados aos princípios do cooperativismo**. Revista interinstitucional de psicologia. 2010. Disponível em: [www.fafich.ufmg.br/](http://www.fafich.ufmg.br/). Acesso em 08 de mai. 2011.

DOMENICO, Marcia Russi de. LATORRE, Sidney Zaganin. A relação entre tipos de cultura organizacional valores organizacionais. In. **Valores humanos & gestão: novas perspectivas/** Maria Luiza Mendes Teixeira (org.). São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

GOMES, Danilo Cortez. **Valores pessoais e gestão do conhecimento organizacional**. RAUP – Revista eletrônica – Mestrado em Administração. 2009, p. 21-33. Disponível em: <http://portal.unp.br/sis/templates/UnP/File/RAUnP-Ano1v1n2Abr-Out2009.pdf>. Acesso em: 02 de jun. 2011.

GOUVEIA, Valdiney V. [et.al]. Teoria funcionalista dos valores humanos. In. **Valores humanos & gestão: novas perspectivas/** Maria Luiza Mendes Teixeira (org.). São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. Tradução Cristina Ávila de Menezes. Rio de Janeiro: LTC. 1998.

RODRIGUES, Zuleide Ribeiro. FREIRE JUNIOR, Luciano Galvão. **Comprometimento organizacional e valores éticos**. In Valores éticos e comprometimento dos servidores públicos do Rio Grande do Norte: relatórios de pesquisas / Zuleide Ribeiro Rodrigues (coord.). Natal: construgof, 2002.

TAMAYO, Alvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres. **Inventário de valores organizacionais**. Artigos - Estudos de Psicologia. 2000, p. 289-315. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/epsic/v5n2/a02v05n2.pdf>. Acesso em 28 de abr. 2011.

TAMAYO, Álvaro. GONDIM, Maria das Graças Catunda. Artigo **Escala de valores organizacionais**. Revista de Administração, São Paulo: v. 31, n. 2, abril/junho/1996. Disponível em [www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp](http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp)? Acesso em 28 de abr. 2011.

TAMAYO, Álvaro. **Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo**. Revista de Administração, São Paulo: v. 33, n. 3, 1998. Disponível em [www.rausp.usp.br](http://www.rausp.usp.br). Acesso em 25 de abr. 2011.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia da pesquisa**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006.

## VARIÁVEIS ORGANIZACIONAIS UTILIZADAS PELOS COMPRADORES INDUSTRIAIS EM NATAL E GRANDE NATAL

S. F. Silva<sup>1</sup>, R. C. S. O. Santos<sup>2</sup>, F. I. Roberto<sup>3</sup> e M. F. F. S. Tacconi<sup>4</sup>

Instituto Federal de Educação, Ciência Tecnologia do Rio Grande do Norte – Campus Natal Zona Norte  
suelle\_fernandes.adm@hotmail.com, rejanecristina64@hotmail.com,

ilma\_roberto@hotmail.com, marli.tacconi@ifrn.edu.br

### RESUMO

A compra organizacional pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso organizacional e por isso, precisa ter objetivos estratégicos bem traçados. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho foi analisar algumas das variáveis organizacionais do comportamento de compra utilizadas pelos compradores das indústrias de transformação da cidade do Natal e grande Natal. As variáveis organizacionais se referem as características particulares de cada empresa que impactam no processo de compra e que nesta pesquisa se deterá no tamanho da empresa, na orientação de compra e em alguns pontos da política, regra e procedimento. Através de um estudo de campo de natureza exploratória e descritiva foram coletados 74 questionários, adaptados do instrumento de Silveira (2000). Os resultados apontam que a maioria dos pesquisados são indústrias de micro e pequeno porte refletindo a participação destes na economia natalense. Dentre os principais critérios utilizados pelos compradores de Natal e grande Natal na hora de selecionar os seus fornecedores estão as condições comerciais (preço, prazo de pagamento e despesa financeira), a qualidade dos insumos e os prazos de entrega. Com relação à política de aquisição verifica-se que a maioria dos compradores costumam utilizar três ou mais fornecedores para cada item. Foi predominante o uso de avaliação formal dos fornecedores, o que corrobora com o nível de experiência dos entrevistados, e os aspectos que são avaliados por um maior número de empresas reflete o resultado do critério de importância. Poucas foram as empresas que ainda não se utilizam de sistemas informatizados no setor de compras. Dessa forma, considera-se que os compradores ponderam a relação preço versus qualidade, que foram os dois primeiros critérios em nível de importância, tendo uma maior predominância pelo custo, que se confirma com o terceiro critério (prazo de entrega) que também remete a lucratividade.

**Palavras-chave:** variáveis organizacionais, comportamento de compra organizacional, fornecedor

## 1. INTRODUÇÃO

Segundo Bailyet al. (2000, p. 442), “O estudo do comportamento do comprador organizacional tem sido de considerável interesse dos envolvidos na atividade de marketing”. Esse interesse centra-se no que faz a atividade de compras e como ela pode ser influenciada, porque entender o processo de compra organizacional pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso dos produtos e serviços no mercado e da existência organizacional.

O marketing é uma das ferramentas usadas pelas empresas para vencer a concorrência. E é crucial a todas as organizações em virtude de ser o elo que liga a empresa com o mercado. Nesse sentido, as empresas devem possuir uma boa estrutura de marketing para que através da sua organização desempenhe o papel de ligação com o cliente através das suas funções e métodos, principalmente no tocante à forma de compras da organização, que é o foco deste estudo.

Partindo do princípio de que o foco das organizações é o cliente e que para alcançar a sua credibilidade e vencer a concorrência, à empresa precisa oferecer produto ou serviço que alinhem qualidade e custo, as compras organizacionais possuem um papel fundamental na competitividade das empresas. Diante deste panorama, comprar na qualidade certa, quantidade certa, nas fontes certas, no preço certo e escolher os melhores fornecedores é função-chave das compras.

As compras organizacionais são realizadas a partir de certos critérios e levando em consideração alguns fatores econômicos tais como: nível de atividade na economia e recursos disponíveis, como também requisitos dos produtos a serem adquiridos, que devem ser conhecidos pelos profissionais de compras, que devem ser bem qualificados para exercerem esta tarefa (BERTAGLIA, 2003).

Essa atividade quando bem desenvolvida deve ter objetivos estratégicos traçados e não a finalidade operacional única de encher os depósitos e/ou almoxarifados. Nessa visão estratégica, um comportamento esperado pelo comprador organizacional é o desenvolvimento de avaliações formais dos fornecedores. Pois, precisam reconhecer as características organizacionais das empresas com as quais trabalham ou pretendem trabalhar, e levar em consideração, que no mercado industrial os relacionamentos entre fornecedores e compradores são bem mais estreitos do que no mercado de consumo individual, tornando-se necessário compreender o comportamento de cada empresa – fornecedor. Este conhecimento possibilitará aos compradores organizacionais reconhecerem a forma como os fornecedores trabalham e o que esperar deles.

Nesse sentido, objetivo deste trabalho foi analisar algumas das variáveis organizacionais do comportamento de compra utilizadas pelos compradores das indústrias de transformação da cidade do Natal e grande Natal, a fim de contribuir com informações que apoiem o desenvolvimento de estratégias para vendedores, compradores e empresários ou para outros estudiosos ou interessados no assunto.

Para isso, este artigo está organizado em seções que abordam de forma teórica o mercado e as compras organizacionais e depois o marketing e as variáveis organizacionais do comportamento de compra organizacional. Na sequência se apresenta a metodologia utilizada e são apresentadas as informações levantadas no trabalho de campo realizado em setenta e quatro (74) empresas da Cidade do Natal e grande Natal. E, por fim. São discutidas as considerações finais.

## 2. O MERCADO E AS COMPRAS ORGANIZACIONAIS

De acordo com Kotler e Keller (2006), o mercado organizacional é formado por todas as organizações que adquirem bens ou serviços que são utilizados no processo produtivo de outros produtos ou serviços para serem vendidos, alugados ou fornecidos para outras instituições públicas ou privadas. Dessa forma, o mercado organizacional é composto por organizações, indústrias e intermediários que fornecem bens e serviços derivados para terceiros, até chegar ao consumidor final.



Nos mercados organizacionais, as principais forças descritas por Churchill e Peter (2000) são a demanda, a concorrência e a tecnologia. A demanda, porque o volume de bens e/ou serviços que uma organização compra depende de quanto os consumidores irão comprar. Ou seja, a demanda dos indivíduos por um produto ou serviço afetam as compras nos mercados organizacionais.

Com relação à concorrência, os compradores organizacionais são afetados pelo volume a ser comprado e pelo número de empresas fornecedoras disponíveis num determinado mercado.

No que se refere à tecnologia, é necessário que os fornecedores de produtos para mercados organizacionais acompanhem as mudanças tecnológicas, pois ela proporciona aos clientes organizacionais que estes operem com mais eficiência e eficácia.

Churchill e Peter (2000) destacam que as empresas com a finalidade de realizarem suas missões compram produtos e serviços de outras empresas. E estas por sua vez, tentam proporcionar maior valor possível para que isso venha a se concretizar.

Esses mesmos autores definem em cinco as principais características que diferenciam os compradores organizacionais dos consumidores finais que são:

- ✓ na compra organizacional a quantidade de compradores é menor se comparada aos produtos de consumo;
- ✓ as compras organizacionais e o valor financeiro são elevados em relação às compras dos produtos por consumidores finais;
- ✓ o critério de decisão de compra tende a ser racional, e os consumidores decidem pelo modo emocional e menos pelo racional ;
- ✓ o relacionamento é forte entre fornecedores e clientes e entre os consumidores finais são fracos;
- ✓ o número de pessoas que participam na decisão de compras é maior entre as organizações do que voltado para o mercado final.

Para Bertaglia (2003), as compras individuais feitas por consumidores e as compras empresariais variam em função do nível envolvimento que existe na decisão de compra. As compras de rotinas até as compras complexas ou de alguma coisa nova, como uma caldeira, elevadores ou serviços de avaliação de processos empresariais podem variar de acordo com as circunstâncias. Portanto, sejam os compradores individuais ou organizacionais, faz-se necessário entender de que modo esses compradores respondem a uma oferta de valor, em forma de serviços ou bens para consumo.

Uma das vantagens competitivas que uma empresa pode ter é ser líder em custos, isto não significa que tenha que ter o menor preço, mas o menor custo ou pode buscar se diferenciar no mercado. No entanto, para qualquer uma dessas, a empresa precisa iniciar com uma boa compra, onde a escolha de fornecedores é o primeiro passo.

As compras organizacionais são os processos de tomadas de decisões pelas quais as organizações estabelecem a necessidade ou problema que origina a compra de produtos e serviços a ser resolvida, bem como identificar, avaliar e escolher entre os fornecedores e as marcas disponíveis qual a opção é melhor. Dessa forma, os compradores organizacionais buscam as alternativas disponíveis e estabelecem os critérios de seleção, como especificação do produto, e definem os procedimentos da escolha, avaliando a melhor alternativa, e assim conclui a compra e a avaliação do desempenho do produto e do fornecedor (CHURCHILL; PETER, 2000).

Para Dias (2010), a função compras é importante para a competitividade organizacional porque além de suprir as necessidades de materiais ou serviços, ainda têm a competência de satisfazê-las no tempo certo, com padrões de qualidade e nas quantidades necessárias. É atividade do comprador, verificar se o que foi comprado foi efetivamente entregue e providenciar a existência de espaço para armazenamento. Inclusive, devendo minimizar os custos e evitando o desperdício (BERNARDI, 2008).

Dessa forma, a função compras tem como objetivos básicos, comprar na quantidade certa, na qualidade certa, no tempo certo, no preço certo e escolhendo o melhor fornecedor (BAILY et al., 2000).

Para Baily et al. (2000), a quantidade certa envolve considerações quanto aos níveis de estoque e alguns aspectos devem ser levados em consideração entre eles destacaremos os seguintes: que quantidade de material é necessária; qual o volume de vendas ou consumo; como estão os níveis atuais de estoque e qual a disponibilidade de materiais no mercado.

Na qualidade certa significa adquirir produtos ou mercadoria, que atendam exigências e expectativas específica quanto ao seu dimensionamento e características técnicas do requisitante, como também seu bom desempenho e utilidade (BAILY et al., 2000).

No tempo certo requer um cuidado para que os tempos acordados de entrega pelos fornecedores são cumpridos e qual o nível de impacto organizacional de cada tipo e tempo de atraso (BAILY et al., 2000).

Buscar preços certos visa encontrar um equilíbrio entre um preço justo e a qualidade, como também garantia de entrega nos prazos certos e condições de pagamentos, gerando assim, um custo econômico para empresa, e que, o fornecedor também tenha boas condições de remuneração, desenvolvendo assim, uma parceria saudável entre as partes interessadas (BERNARDI, 2008).

A busca pela fonte certa de suprimentos, leva em consideração a escolha dos fornecedores, para isso deve ser feito um levantamento sobre a qualificação e um histórico de fornecimentos para saber se o fornecedor é pontual nas entregas, como também se ele tem um bom atendimento e principalmente se têm idoneidade. Além disso, deve ser levado em consideração se o fornecedor trabalha com novas tecnologias, se têm capacidade de entrega, dentre outros (BERNARDI, 2008).

### 3. MARKETING E AS VARIÁVEIS ORGANIZACIONAIS NAS COMPRAS

O *marketing* está presente no dia a dia de qualquer pessoa, a título de exemplo podemos citar as entidades beneficentes, que se utilizam do marketing para angariar donativos. Instituições religiosas, partidos políticos e muitas outras entidades fazem marketing para obterem melhores resultados em suas campanhas (LAS CASAS, 2005).

Segundo Las casas (2005), em 1960, a Associação Americana de Marketing definiu marketing como sendo o desempenho das atividades empresariais que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao usuário ou consumidor.

Outra definição *de marketing*, segundo Churchill e Peter (2000) é planejar, executar, estabelecer preços, promover e distribuir ideias, produtos e serviços que visam a satisfação nas trocas entre indivíduos e organizações. O principal objetivo do marketing busca trazer benefícios na troca entre as organizações e clientes. O cliente fica satisfeito por ter comprado o produto que desejava e a empresa satisfeita pela remuneração que ganhou com a venda do produto ou serviço.

As compras organizacionais possuem algumas variáveis que atuam influenciando o comportamento de compra das empresas, que segundo Las Casas (2005) podem ser divididas em quatro grupos: variáveis ambientais, variáveis organizacionais, variáveis interpessoais e variáveis individuais. Uma maior ou menor ênfase em cada uma dessas variáveis dependerá do objeto de comercialização.

As *variáveis ambientais* se referem aos fatores que as empresas enfrentam e que podem mudar suas políticas de compras tais como, as mudanças na economia, as inovação tecnológica e/ou uma nova lei que seja promulgada (SILVEIRA, 2000).

As *variáveis organizacionais* são as características particulares de cada empresa que impactam no processo de compra. Conforme Silveira (2000), os pontos de análise das variáveis organizacionais são: o

*tamanho da empresa, sua estrutura, seus recursos de compras, a orientação de compra e as políticas, regras e procedimentos.*

Para esse mesmo autor, a utilização de procedimentos formalizados de compra tende a se relacionar ao *tamanho da empresa* compradora. Quanto maior for a empresa mais ela tende a ter um processo de compras mais sofisticado. A *estrutura organizacional* influencia o processo de compra à medida que muda o número de departamentos requisitantes, a sua localização ou dispersão geográfica e seu nível de centralização ou descentralização que se reflete no nível de autonomia do comprador. O *recurso de compra* significa os recursos financeiros, físicos, humanos e tecnológicos disponíveis para serem utilizados no processo de compra. Neste ponto, quando o departamento de suprimentos possui profissionais bem qualificados (humano) a avaliação de fornecedores é mais formal e rigorosa e vice versa. O nível de automação (tecnológico) que o setor responsável pelas compras dispõe influencia no próprio funcionamento desse setor e em sua eficiência e eficácia. A *orientação de compra* que se refere à como a organização pensa que deve ser seu processo de compras, ela tem dois extremos: em uma extremidade, a empresa vê a tarefa compras como função administrativa, quanto mais econômica for à compra de suprimentos melhor é na outra extremidade, vemos a tarefa compras como uma função estratégica, que agrega valor aos clientes da empresa e traz competitividade organizacional. Por fim, as *políticas, regras e procedimentos* determinam como deve ser o comportamento da empresa e do comprador em determinadas situações como o número de cotações de compra, o posicionamento frente a questões éticas, os acordos de fornecimentos, etc.

As variáveis interpessoais reflete a forma como cada profissional do setor de compras tenta impor ou não os seus pontos de vista. É preciso que cada profissional veja a empresa como um todo, e não que cada área trabalhe isoladamente como se fossem varias empresas em uma (SILVEIRA, 2000).

As variáveis individuais expõem que são os indivíduos e não as organizações que tomam as decisões. A personalidade de cada um, afeta de forma direta o seu desempenho no processo de compras (SILVEIRA, 2000).

#### 4. METODOLOGIA

A proposta deste trabalho é um estudo de campo de natureza exploratória e descritiva. Exploratória porque busca conhecer um fenômeno organizacional e descritivo porque se propõe a observar, registrar e analisar os dados sem realizar manipulações (CERVO; BERVIAN, 2002).

A coleta dos dados foi realizada através de questionário adaptado do trabalho de mestrado de Silveira (2000) que sugere para futuras pesquisas, que seu trabalho seja aplicado de forma similar em outras realidades, que no caso desta pesquisa foi realizada na Cidade do Natal e grande Natal abrangendo as cidades de Extremoz, São Gonçalo, Macaíba e Parnamirim, para se estabelecer comparações e aprofundar os principais tópicos que compõem as variáveis organizacionais.

O questionário visava investigar as características particulares de cada indústria, que impactam no processo de compra (variáveis organizacionais) detendo-se no tamanho da empresa, na orientação de compra e nas políticas, regras e procedimentos. Por isso, verificou número de funcionários da empresa, os três fatores mais relevantes, que são levados em consideração na escolha de um fornecedor, a política de número de fornecedores para cada insumo, o nível de utilização de avaliação formal de fornecedores, os aspectos avaliados nessa seleção e o uso de comunicação eletrônica. Além disso, levantou-se o cargo dos entrevistados e o tempo de experiência deles em compras.

O universo foi formado pelas indústrias de transformação da Cidade do Natal e seu entorno, constantes no Cadastro Industrial da FIERN, disponível na página eletrônica da federação. Inicialmente foi realizado um sorteio de forma aleatória com o uso da ferramenta *Excel*. Em seguida foram realizadas as ligações e posteriormente, as empresas que aceitaram eram visitadas para a aplicação do

instrumento. A amostragem final foi formada por setenta e quatro (74) indústrias de transformação de Natal e grande Natal. Os resultados da pesquisa estão apresentados a seguir.

## 5. VARIÁVEIS ORGANIZACIONAIS DE COMPRA UTILIZADAS EM NATAL E GRANDE NATAL

Neste tópico serão analisados os resultados da pesquisa realizada nas indústrias de transformação de Natal e seu entorno separados em dois pontos. No primeiro ponto aborda-se o número de funcionários, o cargo e o tempo de experiência no setor de compras dos pesquisados e no segundo é realizada uma exposição sobre os três fatores mais importantes, segundo os entrevistados, para se selecionar um fornecedor para a compra organizacional, como funciona a política de aquisição da organização com relação ao número de fornecedores, a utilização de sistema formal/informal de avaliação dos fornecedores e os aspectos que são considerados neste sistema de avaliação, bem como se há ou não comunicação eletrônica entre empresas compradoras e fornecedoras.

### 5.1 Porte organizacional e perfil do pesquisado.

Ao mapear o porte das indústrias de transformação de Natal e grande Natal constatou-se que, dentre as empresas pesquisadas 81,1% delas empregam até 50 funcionários e 13,5% até 100, ou seja, a maioria delas está enquadrada como micro e pequena empresa, o que reflete a grande participação desses portes organizacionais na economia natalense.

Quanto ao cargo ou função dos entrevistados, 35,1% são proprietários, 27% são gerentes, 23% são diretores, 9,5% são compradores e 5,4% são auxiliares, ou seja, a pesquisa demonstra que na maioria das empresas pesquisadas os próprios donos das empresas desempenham a função de comprador. Esse dado corrobora com o porte organizacional, micro e pequena empresa, predominante desta pesquisa.

O tempo de experiência dos entrevistados, ou seja, o tempo em que eles trabalham com compras pode ser observado na Figura 1.

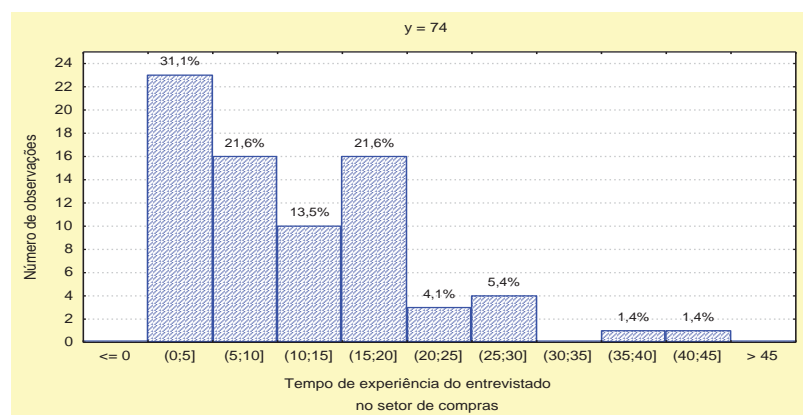


Figura 1 – Tempo de experiência do entrevistado no setor de compras

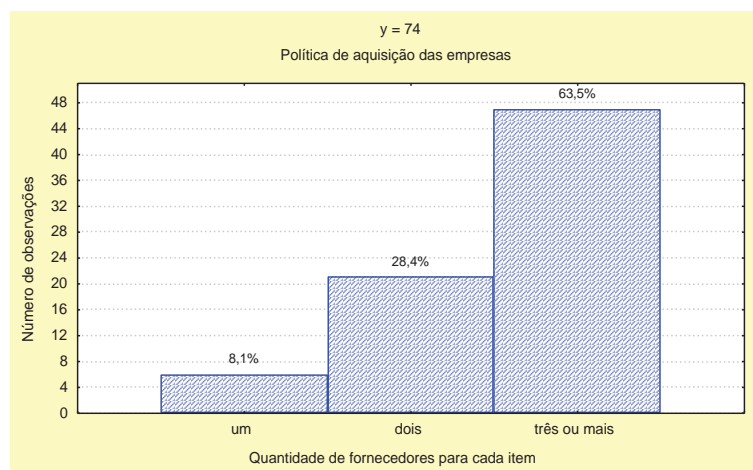
Com relação ao tempo de experiência dos entrevistados no setor de compras pode-se observar que a maioria dos compradores, com 31,1%, possui até cinco anos de experiência. No entanto, somando-se os profissionais que possuem mais de 10 anos de experiência nesse setor verifica-se que são 47,4%, ou seja, quase metade dos entrevistados possui uma larga experiência com as compras organizacionais.

### 5.2 Variáveis organizacionais utilizadas pelas indústrias natalenses e do seu entorno.

A escolha do fornecedor é um ponto essencial para a lucratividade e a competitividade das organizações. Nesse alinhamento, buscaram-se verificar quais são os principais critérios utilizados pelos compradores de Natal e grande Natal na hora de selecionar os seus fornecedores. Para isso, dentre várias opções, os pesquisados deveriam enumerar o primeiro, o segundo e o terceiro critério de maior importância que ele utiliza na seleção dos fornecedores.

Nessa forma de avaliação, o primeiro critério apresentado pelos entrevistados, com 56,8%, foi a variável, condições comerciais (preço, prazo de pagamento e despesa financeira). Contudo, os entrevistados que não marcaram essa variável como o primeiro critério de escolha, o escolheu dentre os três principais a serem considerados em uma aquisição empresarial, porque no somatório dos 74 pesquisados 69 compradores definem essa variável como primordial. Na sequência os segundo critério mais importante na seleção de um fornecedor é a qualidade dos insumos fornecidos. Apresentando que os compradores fazem a relação preço versus qualidade na hora da aquisição. E em terceiro lugar ficou o prazo de entrega das mercadorias como critério fundamental. Analisando-se os dados da escolha dos três principais critérios é possível verificar que houve uma grande concentração entre os pesquisados em torno dessas três variáveis, onde eram quase sempre as escolhidas variando apenas a ordem de prioridade e, portanto, ficando na frente de critérios como flexibilidade, garantia e cortesia no atendimento entre outros.

A política de aquisição das indústrias com relação ao número de fornecedores utilizados para cada tipo de insumo pode ser visualizado na Figura 2.

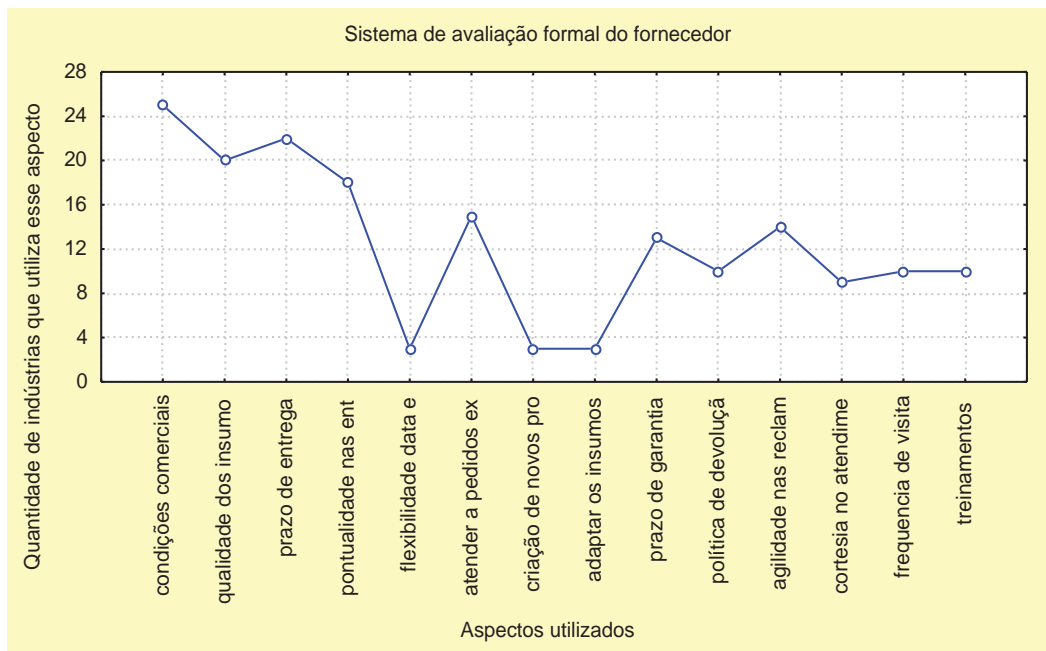


**Figura 2 – Quantidade de fornecedores utilizados para cada insumo**

No que diz respeito à política de aquisição das empresas pesquisadas, Figura 2, verifica-se que 63,5% dos compradores costumam utilizar três ou mais fornecedores para cada item, 28,4% disseram que costuma ter apenas dois fornecedores para cada item e 8,1% costuma ter apenas um fornecedor para cada item. Isso demonstra que as empresas preferem manter a política de variedade de fornecedores e não reflete a utilização da política de aquisição pregada pelo sistema *just in time* entre as indústrias de Natal e Grande Natal pesquisadas.

Quanto à avaliação dos fornecedores, em 62,2% das empresas visitadas existe um sistema formal de avaliação, onde são registrados aspectos como condições comerciais, prazos de entrega, qualidades dos insumos, pontualidade das entregas, atendimento a pedidos extras ou de urgência, agilidade na tomada de providências relativas a reclamações de cliente, prazo de garantia entre outros requisitos, referentes ao fornecedor. E em 37,8% das empresas esse sistema é realizado apenas de forma informal.

As empresas que marcavam que possuíam sistema formal de avaliação do fornecedor também marcavam quais os critérios que eram utilizados nesse sistema de avaliação formal, conforme Figura 3.



**Figura 3 – Aspectos utilizados no sistema de avaliação do fornecedor**

No que diz respeito aos aspectos considerados no sistema formal de avaliação do fornecedor, os resultados da pesquisa mostram que o critério mais registrado, com 25 indústrias, foram as condições comerciais de preço e prazo de pagamento, seguido por prazo de entrega, com 22 indústrias, e qualidade do insumo, com 20 indústrias. Essa informação reforça a prioridade apresentada na questão sobre o nível de importância desse critério para as indústrias pesquisadas.

Em quantidade de indústrias que utilizam cada critério na avaliação formal do fornecedor percebe-se que a pontualidade das entregas, com 18 indústrias, fica com um quantitativo bem próximo dos outros três descritos anteriormente.

Os critérios de avaliação que são registrados por entre 10 e 15 indústrias foram o atendimento a pedidos extras, o prazo de garantia, a política de devolução, a agilidade na tomada de providências relativas a reclamação do cliente, a cortesia no atendimento, a frequência das visitas dos vendedores e o treinamento quanto a utilização dos produtos.

Com uma baixa incidência de avaliação ficaram os aspectos de flexibilidade para alterações nas datas de entrega das mercadorias, para o desenvolvimento de novos produtos pelos fornecedores e a capacidade do fornecedor de adaptabilidade do insumo ao processo fabril do comprador.

A tecnologia da informação também está cada dia mais presente nas empresas, pois a maioria das organizações em que foram aplicados os questionários, com 85%, possui algum tipo de comunicação eletrônica com seus fornecedores, ganhando mais agilidade nos pedidos e facilitando a comunicação entre compradores e fornecedores. Ao mesmo tempo, na era dos processos tecnológicos, algumas empresas preferem os métodos convencionais, não possuindo assim, nenhum tipo de comunicação eletrônica, conforme 15% das indústrias pesquisadas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo aborda um assunto muito importante para todos os interessados em conhecer como funciona o setor e a função compras de uma organização. As compras de uma indústria são de extrema importância e deve ser visto de forma especial pelos gestores, já que a produção dos produtos e/ou a prestação de serviços com qualidade, bem como o desempenho e desenvolvimento da empresa

dependem da aquisição de bons produtos, com bons preços e com pontualidade nas entregas. E para isso é necessário realizar a escolha de bons fornecedores.

As indústrias pesquisadas são basicamente de micro e pequeno porte e de forma geral utilizam algum tipo de comunicação eletrônica com os fornecedores. Os entrevistados eram em sua maioria proprietários ou gerentes e com mais de 10 anos de experiência no setor de compras.

Esta pesquisa verificou que dentre as variáveis organizacionais do comportamento de compra mais utilizadas pelos compradores das indústrias de transformação da cidade do Natal e grande Natal são: as condições comerciais, seguida pela qualidade do insumo e pelo prazo de entrega do fornecedor.

A busca por condições comerciais (preço, prazo de pagamento e despesas financeiras) foi nitidamente o fator mais importante na hora de escolher um fornecedor. Faz-se necessário ressaltar que fornecedores que oferecem um preço muito abaixo dos praticados pelos seus concorrentes podem fornecer insumos que no final gastam mais tempo, mão-de-obra ou outros insumos (água, luz, etc) no processo produtivo afetando os custos e possivelmente reduzindo o valor agregado dos produtos ou serviços finais. Ou seja, o menor preço de aquisição não é o menor custo total de um insumo.

O critério qualidade também surge como o segundo critério mais importante na avaliação sugerindo que os compradores fazem a relação preço versus qualidade, que minimizaria a possibilidade de que uma aquisição rentável na entrada se torne uma aquisição não rentável na saída da mercadoria. E o prazo de entrega foi o terceiro critério mais importante, que é o que impacta no volume dos estoques que o comprador precisa manter em seu almoxarifado e conseqüentemente, no capital investido e na lucratividade organizacional.

A política de aquisições utilizadas pelas indústrias de Natal e grande Natal, com relação ao número de fornecedores, apresentou que a maioria trabalha com vários fornecedores para cada tipo de insumo. Essa informação levanta a ideia de que pode existir uma baixa confiança nos fornecedores e dessa forma, ficar com um ou dois fornecedores para cada insumo seria um risco muito grande de futuros prejuízos. Essa informação deve ser levada em consideração pelas empresas e fornecedores na cidade do Natal a fim de que os vendedores desenvolvam estratégias de fidelização dos clientes.

A avaliação formal do fornecedor é realizada por um grande número de indústrias e corrobora com o nível de experiência dos entrevistados, em que quase metade possui larga experiência na área. E o resultado dos critérios mais avaliados de forma formal confirma as prioridades apresentadas nas questões de nível de importância na seleção do fornecedor, que são as condições comerciais, seguidas pela qualidade e prazo de entrega.

Foram pouco significativos na avaliação formal os aspectos de flexibilidade para alterações nas datas de entrega pelos fornecedores e sua capacidade de adaptabilidade do insumo ao processo industrial do comprador que condiz com a informação de que apenas poucos compradores pesquisados possuem apenas um fornecedor para cada tipo de insumo. Condição de exclusividade, normalmente, necessária para que um fornecedor preste esse tipo de serviço.

Essa pesquisa levanta novos questionamentos para futuras pesquisas, porque como os compradores preferem trabalhar com vários fornecedores seria interessante verificar qual o nível de confiança dos compradores, em seus fornecedores. Além disso, sugere-se verificar se no varejo natalense, estão presentes os mesmos critérios de seleção dos fornecedores encontrados nas indústrias.

## REFERÊNCIAS

BAILY, Peter John Hartwell et al.. **Compras: princípios e administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2008.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva 2003.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice hall, 2002.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, Paul. **Criando valor para o cliente**. São Paulo: Atlas, 2000.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SILVEIRA, Rosandra Fernandes da. **Análise das variáveis organizacionais do comportamento de compra das grandes empresas industriais do Rio Grande do Sul**. 2000. 102 f. Dissertação (Mestre em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000.



# Arquitetura e Urbanismo

The image features a solid green background. In the lower right quadrant, there is a white area containing a faint, light gray grid pattern. The grid lines are thin and spaced evenly, creating a subtle architectural or urban planning reference. The overall design is clean and modern.

## A INFLUÊNCIA DA PERSIANA PARA O CONFORTO AMBIENTAL E OS TIPOS DE ACIONAMENTOS

C. S. Alessandra<sup>1</sup> e R. S. C. Miquelina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió

alessandracorreia\_st@hotmail.com – miquelinac@yahoo.com.br

### RESUMO

O presente artigo aborda a análise das tipologias de persianas e os tipos de acionamento, além de sua influência quanto à condição de conforto do usuário no interior dos ambientes. Analisar as tipologias de persianas e seus respectivos acionamentos quanto ao funcionamento, formando um catálogo informativo didático sobre persianas, assim como verificar sua influência no condicionamento dos ambientes a partir da coleta de dados. A metodologia consiste num estudo conceitual e bibliográfico acerca do tema persiana. Foram adotados os seguintes procedimentos: revisão na literatura em livros e revistas técnicas; verificação das tipologias existentes em catálogos especializados de fabricantes; identificação da composição e características dos materiais utilizados na confecção das persianas; conceituação dos diferentes tipos de acionamento; análise das características dos produtos para o conforto ambiental; construção de catálogo informativo didática dos tipos de persianas e acionamentos manuais e automáticos. Através dos estudos realizados, foi verificada a grande variedade de produtos existentes no mercado atual e sua variação quanto às características e aplicação. Observou-se que as tipologias Romana, Rolô, Plissada, Pannel e Celular (41,67% das persianas estudadas) receberam a indicação do fabricante de proporcionar controle térmico ao ambiente, principalmente devido ao uso de tecido blackout com proteção de 100% dos raios UV. A tipologia celular foi a única indicada pelo fabricante para o condicionamento acústico (8,33% das tipologias estudadas). Com isso, pode ser percebida a grande influência causada pelo uso da persiana quanto à condição de conforto para o usuário do ambiente. Os temas abordados no artigo auxiliam para uma melhor identificação do produto persiana, expondo informações específicas quanto as suas características gerais para a aplicação adequada em projeto de interiores e fomentando novas discussões sobre o tema.

**Palavras-chave:** persianas, tipologias e conforto.

## 1. INTRODUÇÃO

A persiana pode atuar como peça decorativa em ambientes internos, sejam eles residenciais ou comerciais, controlar a luz natural que incide no ambiente e proporcionar privacidade aos usuários. É aplicado em aberturas como portas e janelas. Pode auxiliar no conforto ambiental, controlando a luminosidade interna para execução das atividades no ambiente; reduzindo a entrada de radiação solar, responsável pelo incremento na temperatura do ar; além de algumas tipologias serem fabricadas com materiais termoacústicos. A necessidade de cada espaço é o fator determinante para indicação do uso de uma tipologia. As tipologias são diversas e variam em tamanho, forma, cor e material de composição. Para cada modelo de persiana existe um tipo de acionamento específico. Os tipos são de comando manual ou motorizado.

Este artigo tem por objetivo apresentar os primeiros resultados alcançados na pesquisa, ainda em andamento, que visa analisar as tipologias de persianas e seus respectivos acionamentos quanto ao funcionamento, formando um catálogo informativo didático sobre persianas, assim como verificar sua influência no condicionamento dos ambientes a partir da coleta de dados.

A metodologia consiste num estudo conceitual e bibliográfico acerca do tema persiana. Foram adotados os seguintes procedimentos: revisão na literatura em livros e revistas técnicas; verificação das tipologias existentes em catálogos especializados de fabricantes; identificação da composição e características dos materiais utilizados na confecção das persianas; conceituação dos diferentes tipos de acionamento; análise das características dos produtos para o conforto ambiental; construção de catálogo informativo didática dos tipos de persianas e acionamentos manuais e automáticos.

As fontes de informações sobre persianas são escassas, geralmente estão disponibilizados em catálogos de fabricantes, que indicam sua linha de produto e dados técnicos. A presente pesquisa contribui para o conhecimento detalhado das características gerais para aplicação em projetos.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A persiana é um elemento de composição usada no interior das edificações para proteger as aberturas existentes. O seu dimensionamento depende da necessidade e escolha do usuário, podendo estar limitado ao vão de abertura ou exceder a esse limite. É aplicada próxima a esquadria, mas não havendo ligação direta com a mesma. Entretanto, existe uma tipologia denominada entre vidros (Figura 1), cuja persiana encontra-se integrada à esquadria. Esse modelo é utilizado em áreas de hospitais por representar maior limpabilidade na superfície da persiana. Os fabricantes indicam que esse produto reduz a absorção de calor e regula a luminosidade no ambiente (ACUSTIC ART, 2011; CLIMAX PERSIANAS ENGENHARIA, 2011; ZELOART, 2011).

Apesar das inúmeras tipologias existentes, grande parte dos usuários escolhe o produto para seu ambiente sem avaliar as características dos produtos. O estudo realizado por Cândido (2009), em Maceió/AL, constatou que os fatores determinantes para a escolha de persianas são o preço, a função (entendendo função como aumento da privacidade e diminuição da radiação direta dos raios solares) e a estética da persiana (72% dos entrevistados). Verificou também que as tipologias mais vendidas foram horizontal em PVC, rolo com blackout (Figura 2) e vertical em tecido.



**Figura 1: Persiana Entre Vidros**

**Fonte: CLIMAX PERSIANAS ENGENHARIA, 2011.**



**Figura 2: Persiana Rolô**

**Fonte: PERSIANAS BRASIL, 2011.**

A persiana além de ser um componente na decoração de ambientes, é também um produto que auxilia no conforto do usuário. Segundo Vianna (2001) e Gonçalves (2001), o conforto em interiores, está relacionado com as ações humanas no espaço. O ser humano está em constante adaptação com o meio para o desempenho de suas atividades e quando este esforço não é percebido, dizemos que ele encontra-se no estado de conforto. Existem variáveis do meio ambiente que influenciam no conforto humano: insolação, iluminação natural e artificial, ventilação natural e acústica. Dessas variáveis, as persianas podem interferir na insolação, reduzindo a incidência de radiação solar no interior do ambiente; na iluminação natural através do controle da luz e na acústica pelo uso de materiais reflexivos como PVC ou isolantes como a fibra de vidro.

A luminosidade pode sofrer alteração pelo uso de persiana no ambiente. MELO; CASTRO; MORAES et al (2010) verificaram que a persiana horizontal em PVC na cor bege reduz a quantidade de luz no ambiente por se tratar de uma obstrução na esquadria, mas o nível de iluminamento apresentou valores satisfatórios para o desenvolvimento das atividades no interior do ambiente. MELO; CASTRO; CÂNDIDO (2010), em simulação digital do comportamento da persiana horizontal no ambiente construído, constataram que o posicionamento da persiana perpendicular a abertura (90º graus) reduziu a concentração de luminosidade na região próxima a janela.

A insolação apresenta uma forte influência quanto à entrada de radiação solar e luz visível para o interior do ambiente. O posicionamento do sol em relação às fachadas da edificação em determinadas horas do dia e nos diferentes períodos do ano é uma informação indispensável para a escolha e utilização de uma persiana, além da atividade a ser desenvolvida no ambiente. A incidência de radiação direta no mobiliário pode acarretar problemas como desbotamento de tecidos estofados, danos em equipamentos eletrônicos e demais componentes de decoração. (LUXAFLEX, 2010).

O brilho é uma característica que também interfere na luminosidade do ambiente. Conforme Schmid (2005), o brilho é um fator que depende da refletividade da superfície e da quantidade de iluminação sobre ela. O brilho será maior quanto mais clara for a cor da superfície. A diferença de cor e brilho dos objetos no interior do ambiente gera o contraste. Muito contraste pode causar ofuscamento, dificultando a visualização dos objetos ou do espaço. A persiana poderá interferir na distribuição da luminosidade devido ao material de fabricação ou da cor do produto, absorvendo ou refletindo mais radiação.

Algumas tipologias de persianas podem contribuir para o condicionamento acústico de um

ambiente. Prestar atenção na acústica é também um dos pontos principais de um projeto de interiores. Deve-se ter cuidado para que as aplicações de materiais e formas sejam funcionais ao projeto (SOUZA; ALMEIDA; BRAGANÇA; 2006). A tipologia plissada, por exemplo, pode ter em sua composição o material fibra de vidro, que é um isolante acústico. Entretanto, não se pode dizer que, apenas pelo uso de um produto com essa propriedade, a persiana terá um eficiente resultado no isolamento no ambiente, pois sua dimensão é irrelevante diante da existência de muitos materiais refletores.

Todas as tipologias de persianas oferecem benefícios que contribuem de alguma forma para o conforto ambiental. Os materiais de composição e a tipologia dessas peças devem ser observados para atender as necessidades específicas de cada projeto.

### 3. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para cada tipologia, a persiana possui distintas características que indica o tipo e uso de cada uma. Diferem em forma, dimensões, materiais de composição e cor. Dentro do contexto da tipologia existem variações. As persianas horizontais, por exemplo, possuem diferentes larguras de lâminas que podem ser escolhidas segundo a necessidade do usuário. Além disso, o material empregado pode condicionar uma nova tipologia, como é o caso da horizontal em madeira, também conhecida como persiana de madeira. Cada modelo possui design e funcionalidade específicos.

Existem tipologias desenvolvidas por diferentes fabricantes que possuem características visuais e técnicas semelhante, entretanto com nomenclaturas diferentes. Isso pode confundir o cliente em compras quanto ao orçamento de produtos diferentes. A análise das tipologias e dos acionamentos existentes, e comercializadas em âmbito local, de diferentes fabricantes, possibilitou a formação de um catálogo descritivo e informativo das persianas, que está exposto resumidamente nos itens 4.1 e 4.2.

#### 3.1 Tipologias

A persiana **horizontal** é uma das tipologias mais vendidas (CÂNDIDO, 2009). É composta por várias lâminas dispostas horizontalmente e conectadas entre si por cordões. Sua movimentação acontece de baixo para cima, e vice versa, ou com movimentos individuais das lâminas em seu próprio eixo. É formada por vários materiais como, por exemplo, lâminas metálicas, de madeira ou de PVC. Essa tipologia não permite a vedação total da iluminação, entretanto também permite a passagem da ventilação natural (FOLHA, 2011). As persianas em alumínio apresentam variações no tamanho das lâminas, 16 mm, 25 mm e 50 mm. O tamanho da lâmina vai influenciar no fator de abertura e consequentemente na entrada de luz e na visibilidade do ambiente. A espessura da lâmina é de 0,18mm para as de 16 mm e 25 mm, já para as de 50 mm a espessura é de 0,24mm. Nessa tipologia o produto pode ser instalado tanto em tetos como em paredes, sendo também um material disponível em diversas cores de acabamento (TRILHOSUISSO, 2011).

A **persiana de madeira** é uma variação das persianas horizontais, diferenciada pelo material utilizado em sua confecção. São produzidas com madeiras de reflorestamento e tratada contra a ação de insetos. Possui também variedade na tonalidade das lâminas devido ao material. Esse modelo de persianas produz aconchego e sofisticação ao interior. Em comparação com as demais tipologias encontradas, a persiana de madeira possui um dos valores mais elevados (FOLHA, 2011). Para a escolha da persiana de madeira pode ser observado o tamanho da lâmina. Alguns fabricantes possuem as opções de 25 mm e 50 mm de largura como referência. As de 50 mm, que apresentam uma maior abertura entre as lâminas, possibilitam uma melhor visualização externa do ambiente.

A tipologia **vertical** é composta por lâminas dispostas paralelas e verticalmente, unidas por um cordão que dá suporte e movimento. Os materiais utilizados na fabricação das lâminas são PVC, tecidos, telas solares e alumínio. A aplicação da peça pode ser feita dentro ou fora do vão da esquadria. O

tamanho das lâminas (largura) depende do tipo de material de composição da persiana.

A **celular** apresenta formato hexagonal, de células simples ou duplas, inspiradas nas colméias de abelhas. Essa tipologia pode ser utilizada como um condicionante termoacústico para o ambiente. Seus tecidos são translúcidos ou com blackout, que filtram os raios solares. Possui também propriedade antiestática, reduzindo o acúmulo de poeira (CRIATIVAPERSIANAS, 2010).

A principal característica da tipologia **plissada** é o formato ondulado, que se assemelham a vincos. De efeitos translúcidos ou blackout, seus materiais de composição vão desde os tecidos naturais aos sintéticos. Possuem diferentes possibilidades em cores e texturas, tornando o produto prático para compor o ambiente. Sua instalação acontece no interior do vão da abertura, pois é uma peça que ocupa pouco espaço quando recolhida.

O modelo **painel** é composto por dois ou mais painéis deslizantes, tendo com principal material o tecido. A movimentação dos painéis acontece horizontalmente para direita ou esquerda. É adequado para grandes vãos de portas e janelas (CRIATIVAPERSIANAS, 2010).

No tipo **rolo**, a peça caracteriza-se por ser um painel inteiriço. O cilindro existente na parte superior da estrutura controla a movimentação de abertura e fechamento da peça que acontece verticalmente. Um dos tecidos mais utilizados é o blecaute de vinil, pois possibilita a vedação da iluminação natural. Outro material relevante é a tela solar, composta por fibra de vidro e PVC. Ela permite a passagem da ventilação e a visualização do ambiente externo; controla o calor e filtra os raios UV, sem impedir a entrada de luz natural (FOLHA, 2011).

Na **romana**, a composição é feita por lâminas horizontais integradas de tecidos. Segue as mesmas características de uso e função da rolô, mas com design diferenciado, pois sua abertura acontece com a suspensão de lâminas largas de tecido de forma consecutiva. Quando fechada, as lâminas formam um painel inteiro com linhas horizontais. Seu tecido tem composição nobre, como seda ou também o uso de fibras naturais, com blecaute de vinil ou tela solar (FOLHA, 2011).

As **fibras naturais** se diferem das demais tipologias pelo material de composição. São de origem natural como, por exemplo, as varetas de madeira ou bambu.

A **soft sheer** possui duas telas de tecido translúcido dispostas paralelamente e interligadas por lâminas de tecido opaco (blackout). É antiestática, pois previne o acúmulo de poeira entre as telas, criando um efeito de ondas horizontais sincronizadas (REPERSUL, 2011).

A composição da **sheer** é feita por um único painel que forma duas telas paralelas. Esse painel é composto por dois tecidos, sendo um deles opaco e outro, transparente, que se intercalam em pequenas lâminas horizontais. O movimento de subida e descida das lâminas permite o controle da claridade interna do ambiente segundo as necessidades (DECORNAT, 2011).

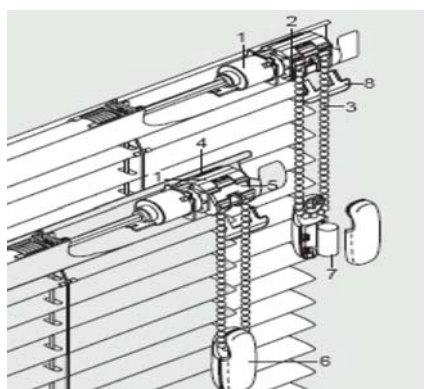
Uma nova tipologia encontrada é a **persiana blight**. Foi desenvolvida com painéis flexíveis de células fotovoltaicas embutidos nas lâminas da persiana, assim a energia solar que é emitida durante o dia é captada e transformada em iluminação para o ambiente no período noturno. Recebeu o nome de Blight pela combinação de blind (cortina) e light (luz). O autor da peça, o designer Vincent Gerken, afirmou não ter produzido nenhum produto novo, mas sim, utilizado as funções desse objeto em sua totalidade e acrescentado um pouco de tecnologia para lhe dar uma nova função – captar a energia solar e convertê-la em eletricidade (ECO DESENVOLVIMENTO, 2009).

### 3.2 Acionamentos

Para controlar o movimento das lâminas ou tecidos das persianas, são utilizados diferentes tipos de acionamentos. Cada um compõe um sistema apropriado para cada tipologia de persiana. Podem ser

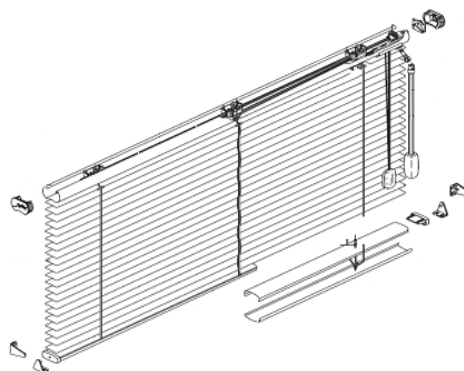
sistemas manuais ou automáticos. Os mais usados são os manuais, conhecidos como convencionais, por terem um custo menor.

Para o acionamento manual existem várias opções. No acionamento **Standard**, o comando é realizado através de cordões. Para abrir ou fechar as lâminas é necessário girar a haste que compõe o sistema. O acionamento **Easy control** também é feito através de cordões. Para abrir ou fechar, subir ou descer e/ou estender as lâminas das persianas é necessário puxar um dos lados do cordão. Esse tipo é recomendado para grandes esquadrias (ARTHUR DECOR, 2011). O modelo **Easy control plus** se caracteriza por ser um comando leve, com a diminuição de até 70% da força utilizada na movimentação da persiana (MELO 2010). No tipo **Monocomando por corrente**, o acionamento é realizado por um único comando nas correntes. As lâminas das persianas sobem, descem ou giram com esse tipo de acionamento (Figura 3). O sistema monocomando evita que várias cordas apareçam quando a persiana é recolhida (SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011). Para o acionamento **Convencional por bastão** a movimentação das lâminas acontece com o giro do bastão acrílico transparente (Figura 4). O movimento de abrir e fechar são acionados através de cordas. Possui em seu mecanismo um freio duplo que permite o travamento da persiana quando acionado com o cordão, para atingir o nível desejado de abertura. Ao inclinar a corda, as lâminas da persiana se recolhem ou se abaixam (SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011).



**Figura 3: Acionamento monocomando por corrente**

Fonte: SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011.



**Figura 4: Acionamento convencional por bastão**

Fonte: SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011.

O sistema automático é conhecido como acionamento **Motorizado**, cujos comandos são definidos por um controle remoto ou interruptores (Figura 5). A basculação das lâminas depende de leves toques nos comandos na direção subir, descer ou estender até que atinja o nível desejado do produto (ARTHUR DECOR, 2011). Utiliza o sistema infravermelho, que é composto por um motor, um receptor, uma fonte e um transmissor. O acionamento do transmissor é feito com o controle remoto direcionado para o receptor, que deve estar aparente para receber o sinal do transmissor (SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011).

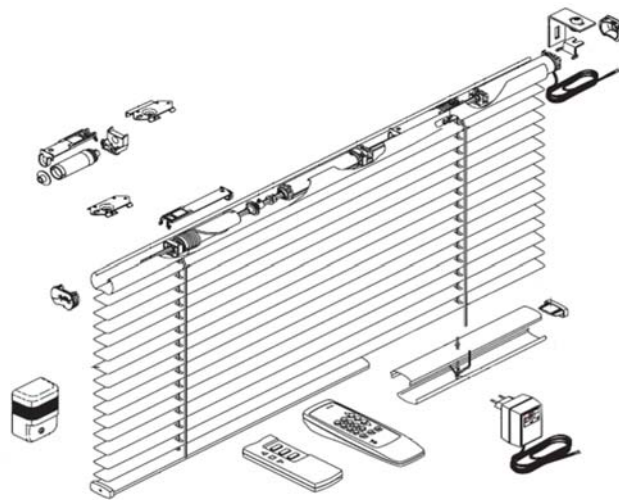


Figura 5: Acionamento motorizado

Fonte: SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011.

A motorização de persianas não é mais uma novidade e atualmente é utilizada em projetos de interiores. Essa tipologia recebe esse nome por obter um motor para acionamento da peça, isto é, abrir ou fechar automaticamente. A instalação do mecanismo do produto é simples, pois necessita apenas um ponto de energia instalado próximo a janela. Alguns modelos são comercializados com timer, que controla a abertura e fechamento em horário previamente determinado pelo usuário (EMTECO, 2010).

Apesar da boa aceitação do sistema motorizado pelos usuários, esse produto possui um custo elevado, o que reduz o seu consumo. Segundo Cândido (2009), um fator relevante da escolha da tipologia da persiana é o custo do produto. Com isso, conclui-se que a motorização, apesar de apresentar inúmeras vantagens em relação ao manual, ainda possui uma demanda reduzida.

Como tipologias especiais de acionamento têm o **Top down/ bottom up**, que através dos seus comandos permite que a persiana seja recolhida de cima para baixo e de baixo para cima. Assim a entrada de luminosidade pode ser tanto por cima quanto por baixo ao mesmo tempo (MELO 2010). Outro tipo é o acionamento **Simplicity** sendo a sua utilização em tetos (MELO 2010). Por fim temos o acionamento **Entre vidros** com as opções **entre vidros com botão**: esse tipo de acionamento movimenta o giro das lâminas, mas não permite o seu recolhimento; **entre vidros com bastão**: permite tanto o giro quanto o recolhimentos das lâminas das persianas. O acionamento de giro acontece com o movimento do bastão, enquanto a subida ou descida das lâminas através dos cordões. No sistema **entre vidros motorizado**, o acionamento é realizado por controle remoto ou interruptor sem fio (SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS, 2011).

### 3.3 Relação das tipologias com o conforto ambiental

A persiana tem como uma de suas características o controle da luz natural, regulando e distribuindo a luminosidade (VIANNA; GONÇALVES, 2001). A quantidade de luz incidente depende de fatores como a posição das aberturas em relação às fachadas da edificação, sua inclinação (lateral ou zenital), dimensionamento e o tipo de material utilizado nesse fechamento como vidro, acrílico ou policarbonato. A aplicação de uma persiana com materiais translúcidos, por exemplo, pode conter o excesso de radiação, porém permitindo luminosidade suficiente para o desempenho das atividades. O formato da persiana também é fator relevante, pois tipologias como a painel que se distancia da abertura para sua movimentação possibilita entrada de luz constante pela fresta lateral, mesmo estando



totalmente fechada. As tipologias celular e rolô, por exemplo, podem ter fechamento lateral com uso de uma estrutura própria, gerando o escurecimento do ambiente.

A partir dos dados obtidos verificou-se que 58,3% das persianas são indicadas pelos fabricantes quanto à característica de controle da luminosidade. São elas Horizontal entre vidros; Horizontal; Horizontal de madeira; Horizontal de alumínio; Natural; Sheer (Mystique) e Rolô. Todas as tipologias horizontais, assim como a natural, pela própria característica da forma reduzem parcialmente a entrada de radiação solar quando fechadas. A Sheer e a Rolô, apresentam melhor resultado no controle da luminosidade através do uso de tecido opaco (16,67% das persianas estudadas).

Observou-se que as tipologias Romana, Rolô, Plissada, Painel e Celular receberam a indicação de proporcionar controle térmico ao ambiente, principalmente devido ao uso de tecido blackout com proteção de 100% dos raios UV, o que constitui 41,67% das persianas estudadas. A Vertical (Luminette) teve como referência a capacidade de bloqueio de até 99% dos raios U.V., contribuindo para o controle da radiação (8,33% das tipologias estudadas). A Celular foi a única tipologia indicada para o condicionamento acústico (8,33% das tipologias estudadas).

Diante do que foi exposto, constatou-se a existência de diferentes propriedades dos produtos desenvolvidas pelos fabricantes que atuam na condição de conforto do ambiente. Verificou-se que a escolha dos produtos no momento da especificação ou compra do mesmo não pode ser aleatória e, sim, partir da necessidade de utilização do espaço construído.

#### 4. CONCLUSÃO

A escolha e aplicação de uma persiana dependem da necessidade do usuário para o desempenho de suas atividades no ambiente. Para tal, devem ser verificadas as condições de iluminação, acústica e térmica a que o ambiente está submetido, para assim, poder fazer a indicação certa do produto. A variedade de persianas é muito grande. Novas tipologias estão sendo inseridas no mercado com o objetivo de um maior e melhor aproveitamento do produto. Um exemplo disso foi a criação da tipologia blight que agrega as funções de uma persiana horizontal à tecnologia para produção de energia. O conhecimento das tipologias é um importante fator para se obter um melhor desempenho da mesma. Além disso, questões relacionadas ao ambiente como a localização, dimensionamento das aberturas, além dos materiais que as compõem, são essenciais para a escolha do produto.

Sobre os acionamentos, as informações dos componentes do comando manuais e motorizados, servem na identificação do tipo adequado para cada persiana. As novas tecnologias nos acionamentos motorizados demonstram as facilidades de comando da peça e a comodidade para seus usuários. As peças com tecnologia são mais eficientes devido ao pequeno esforço que proporciona para o manuseio do produto. Entretanto ainda pouco utilizadas devido ao custo final do produto.

A temática mostra-se relevante pela escassez de referência e fontes informativas sobre o produto e sua utilização, além de fomentar novas discussões sobre o tema persianas, produto muito utilizado e pouco conhecido em sua totalidade. A pesquisa terá continuidade com a análise de um ambiente reproduzido em maquete para verificação da luminosidade no interior do mesmo com a utilização de diferentes tipologias aplicadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ACUSTIC ART. **Produtos**. Disponível em <<http://www.acusticart.com.br/esquadrias.html>>. Acesso em: 09 Ago. 2011.

ARTHUR DECOR. **Persianas Horizontais e Verticais: limpeza e manutenção**. Disponível em <<http://www.arthurdecor.com.br/download/persianas.pdf>>. Acesso em 20 Jun. 2011.

CÂNDIDO, Arlete. **Análise das tipologias e do uso das persianas em ambiente residencial para projeto e interiores**. Relatório final de Iniciação Científica PIBICIT 2009. Instituto Federal de Alagoas, Maceió. 2009.

CLIMAX PERSIANAS ENGENHARIA. **Persiana entre vidros**. Disponível em <[http://www.climaxpersianas.com.br/persiana\\_entrevidros.html](http://www.climaxpersianas.com.br/persiana_entrevidros.html)>. Acesso em: 01 Jun. 2011.

CRIATIVAPERSIANAS. **Catálogo de produtos Top Line**. 2010.

DECORNAT. **Persiana Sheer Elegance**. Disponível em: <<http://www.persianasdecorinat.com.br/persianas+sheer+elegance.asp>>. Acesso em: 12 Ago. 2011.

ECO DESENVOLVIMENTO. **Persiana capta energia solar e ilumina a casa durante a noite**. Eco Design, Fev. 2009. Disponível em <<http://www.ecodesenvolvimento.org.br/noticias/persiana-capta-energia-solar-e-ilumina-a-casa-a>>. Acesso em: 05 Mai. 2011.

EMTECO. **Uso de tecnologia em persianas e janelas é mensurado em pesquisa**. São Paulo, Nov. 2010. Disponível em: <<http://www.emtecomotores.com.br/novidades/uso-de-tecnologia-em-persianas-e-janelas-e-mensurado-em-pesquisa>>. Acesso em: 25 Mai. 2011.

FOLHA. **Persianas para todo tipo de ambientes: use e abuse da novidade**. Ribeirão Pires, Mauá, Rio Grande da Serra, edição 1512. Mar.2011. Disponível em <[http://www.folharibeiraopires.com.br/portal/suplemento/construo\\_1512site\\_novamatrizqxd.pdf](http://www.folharibeiraopires.com.br/portal/suplemento/construo_1512site_novamatrizqxd.pdf)>. Acesso em: 25 Abr. 2011.

LUXAFLEX. **Celebração da luz**. Catálogo 2010.

MELO, Dyanna. **Análise das tipologias e do uso das persianas em ambiente residencial para projeto de interiores**. Relatório Final de Iniciação Científica PIBICIT 2010. Instituto Federal de Alagoas, Maceió. 2010.

MELO, Dyanna; CASTRO, Miquelina; MORAES, Júlia et al. Análise das tipologias e do uso das persianas em ambiente residencial para projeto de interiores. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e desenvolvimento em design (9º P&D). **Anais**. São Paulo- SP, outubro de 2010.

MELO, Dyanna; CASTRO, Miquelina; CÂNDIDO, Arlete. Persianas: estudando as tipologias e a sua contribuição em projetos de interiores. V Congresso Norte Nordeste de Pesquisa e Inovação (V CONNEPI). **Anais**. Maceió – Al. 2010.

PERSIANAS BRASIL. **Persiana Rolô**. Disponível em <<http://www.persianasbrasil.com.br/persianas-rolô.php>>. Acesso 24 Mai. 2011.

REPERFUL. **Persiana Soft Sheer**. Disponível em:

<<http://www.repersul.com.br/produtos/cortinas/cortina-softsheer>>. Acesso em: 12 Ago. 2011.

SCHMID, Aloísio Leoni. **A idéia de conforto**: reflexões sobre o ambiente construído. Curitiba: Pacto Ambiental, 2005.

SOUZA, Léa Cristina Lucas de; ALMEIDA, Manuela Guedes de; BRAGANÇA, Luís. **Bê-á-bá da acústica arquitetônica**: ouvindo a Arquitetura. São Carlos: EdUFSCar, 2006.

SUSHINE CORTINAS E PERSIANAS. **Manual Softline**. Disponível em

<<http://www.sunshinepersianas.com.br/publicados/produtos/manual/softline.pdf>>. Acesso 24 Mai. 2011.

TRILHOSUISSO. **Persianas e Cortinas**. Disponível em:

<[http://www.trilhosuisso.com.br/persianas\\_cortinas.html](http://www.trilhosuisso.com.br/persianas_cortinas.html)>. Acesso em: 09 Ago. 2011.

VIANNA, Nelson Solano; GONÇALVES, Joana Carla Soares. **Iluminação e Arquitetura**. Geros s/c Ltda, São Paulo, SP, 2001.

ZELOART. **Persianas Entre Vidros**. Disponível em: <[http://www.zeloart.com.br/opcionais\\_4.html](http://www.zeloart.com.br/opcionais_4.html)>  
Acesso em: 08 Ago. 2011.

## ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS PORTADORAS DE NECESSIDADES ESPECÍFICAS NO INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ – CAMPUS JUAZEIRO DO NORTE

Y. M. G. M. Brasil<sup>1</sup>, G. L. Landim<sup>2</sup> e I. S. Santos<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Ceará - Campus Juazeiro do Norte, <sup>2</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Juazeiro do Norte  
e <sup>3</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Juazeiro do Norte  
yllarabrazil@yahoo.com.br – gabriela\_edificacoes@hotmail.com – igor.ifce@gmail.com.br

### RESUMO

Nas televisões, rádios, jornais, redes sociais, prega-se o fim do preconceito a todo tipo de pessoa. Fim do preconceito para com negros, homossexuais, pessoas com menor renda, deficientes, enfim, todas as pessoas devem ser tratadas como iguais. Entretanto, alguém com necessidades especiais necessita de adaptações para sua locomoção para a posterior agregação destas pessoas à sociedade. O respeito às diferenças vai além do tratar pessoas especiais de maneira agradável. É também, fazer com que elas tenham acesso a todo tipo de informações, atendimento, prestação de serviço, áreas de lazer, ou seja, cinemas, teatros, banhos públicos; preparação para o mercado de trabalho, sejam, escolas, bibliotecas, universidades, etc., como todas as outras pessoas têm. As nossas cidades, ainda estão longe de estarem aptas a comportar totalmente portadores de necessidades específicas, tanto nas estruturas das vias de circulação como rampas e calçadas, quanto ao pensamento de pessoas conhecidas como “normais” que desrespeitam as poucas adaptações existentes para os portadores de necessidades específicas. Este artigo visa analisar a acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas no Instituto Federal do Ceará - Campus Juazeiro do Norte. O intuito da pesquisa é mostrar as dificuldades que tais pessoas enfrentariam ao estudar, trabalhar ou visitar o Instituto, onde são diminutas as quantidades de adaptações. Com a pesquisa feita neste campus, verificaram-se os erros existentes em rampas, calçadas e vias de acesso que impossibilitariam o trânsito de cadeiras de rodas. Tais dificuldades não se restringem à entrada do Instituto, pois, calçadas de acesso para quadras se mostram bastante degradadas, além de que as vias de acesso são de pedra, dificultando a livre locomoção das pessoas com cadeiras de rodas. A metodologia utilizada no estudo tem caráter exploratório e descritivo com a realização de estudo de caso a partir do levantamento de dados e informações no próprio IFCE - Campus Juazeiro do Norte. Espera-se que com este artigo, tanto o Instituto, quanto outras escolas e universidades prestem mais atenção a estas apropriações, tão necessárias à integração de pessoas que com certeza possuem grande capacidade intelectual e que, porém se mantêm distantes por preconceito e falta de adaptação nos locais de estudo. A educação formal deve ser direito de todos, e para isso se tornar real, é necessário que os portadores de qualquer tipo de necessidade possam ter acesso às escolas, universidades, bibliotecas, etc.

**Palavras-chave:** Acessibilidade, Portadoras de Necessidades Específicas, Escola.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje a ideia de que pessoas portadoras de deficiência física, motora ou mental, sejam inferiores em algum sentido, não é mais aceita. A única dificuldade que tais pessoas possuem foi imposta pela sociedade, pois, foi o perfil ideal de personalidade determinada pelas pessoas, que causou a segregação dos portadores de deficiência.

Paralelamente a esses conceitos, deve-se considerar o art. 3º do Decreto n. 3.298, de 20 de dezembro de 1999, que regulamenta a Lei n. 7.853, de 24 de outubro de 1989, e dispõe sobre a Política nacional para integração da PcD: “Deficiência 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.”

No dia a dia, nós muitas vezes não percebemos quão irregulares são os lugares que frequentamos. Nas ruas, restaurantes, hospitais, escolas, poucas pessoas prestam atenção nas adaptações feitas para os portadores de necessidades especiais, mesmo que tais adaptações sejam previstas pela lei Nº 7.853 de 24 de outubro de 1989, que no seu Art. 2º diz: “Ao poder público e seus órgãos cabe assegurar às pessoas portadoras de deficiência o pleno exercício de seus direitos básicos, inclusive dos direitos à educação, à saúde, ao trabalho, ao lazer, à previdência social, ao amparo à infância e à maternidade, e de outros que, decorrentes da Constituição e das leis, propiciem seu bem-estar pessoal, social e econômico.”

Com este pensamento de inclusão, foi realizada uma pesquisa no Instituto Federal do Ceará – Campus Juazeiro do Norte, em setembro de 2011, para atestar se a Lei Nº 7.853 vigora neste estabelecimento federal.

## 2. METODOLOGIA

O Instituto sempre procurou adaptar-se a todos os portadores de necessidades especiais, porém, não havia estudos que comprovassem se seu espaço físico era capaz de assegurar uma afluência de viandantes segura e sem imprevistos.

A pesquisa foi feita em caráter exploratório, com medição das alturas e comprimentos das rampas, através da utilização de trenas e consulta às plantas originais do IFCE. Com as dimensões anotadas, as rampas foram desenhadas no programa gratuito, Google SketchUp 8. E através de cálculos, obtiveram-se os valores de grau de inclinação. Então, foi possível identificar se as rampas estavam de acordo com a NBR 9050 “Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos”.

Este estabelecimento possui cinco rampas para acesso aos blocos de salas de aula, à guarita, ao auditório e ao campo. Com a finalidade de provar se as rampas estão em conformidade com a ABNT NBR 9050, foi realizada uma pesquisa no campus. Já para as calçadas e vias de acesso, apenas foram tiradas fotografias mostrando os seus estados de conservação.

### 3. DESENVOLVIMENTO

Segundo a ABNT NBR 9050, acessibilidade é: “Possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos.” (NBR 9050, 2004)

Portanto, toda e qualquer pessoa deve conseguir se locomover, perceber e entender o local em que está sem a necessidade de auxílio de demais pessoas para tal e sem também precisar de ajuda ao utilizar mobiliários e instrumentos disponíveis na instituição.

Nestes estudos, foi dado maior destaque às áreas externas, ou seja, aos principais acessos do Instituto, que são divididos em rampas, calçadas e vias de acesso.

#### 3.1 Rampas

Para melhor análise das rampas, foi utilizado o programa Google SketchUp 8, desenhando-as com as dimensões adquiridas nas medições em campo. Com a finalidade de atestar a normalidade das rampas, admitiu-se neste artigo, a utilização das Tabelas 1 e 2, elaborada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

**Tabela 1 – Dimensionamento de rampas (NBR 9050)**

Inclinação admissível de cada segmento de rampa (%)	Desníveis máximos de cada segmento de rampa (m)	Número máximo de segmentos de rampas
5 (1:20)	1,50	Sem limite
5 (1:20) < i < 6,25 (1:16)	1,00	Sem limite
6,25(1:16) < i < 8,33(1:12)	0,80	15

Para casos excepcionais, em que não se possa seguir totalmente a tabela acima, deve-se seguir a tabela abaixo:

**Tabela 2 – Dimensionamento de rampas para situações excepcionais (NBR 9050)**

Inclinação admissível de cada segmento de rampa (%)	Desníveis máximos de cada segmento de rampa (m)	Número máximo de segmentos de rampas
8,33(1:12) < i < 10 (1:10)	0,20	4
10 (1:10) < i < 12,5 (1:8)	0,075	1

E, para o cálculo de grau de inclinação utilizou-se a equação (NBR 9050):

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

I é a inclinação em porcentagem;

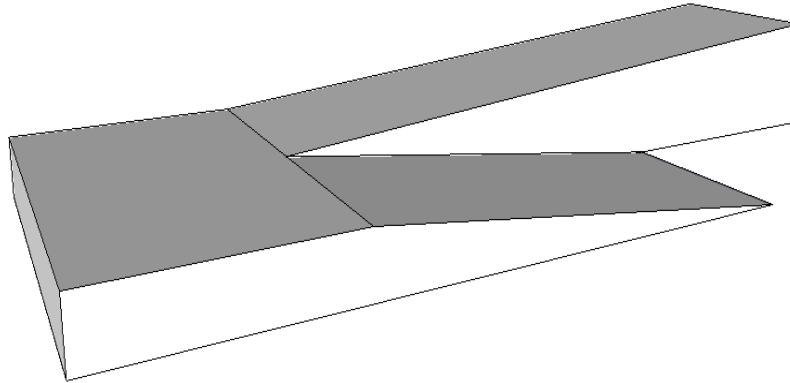
H é a altura do desnível;

C é o comprimento da projeção horizontal.

[Eq. 01]

### 3.1.1 Rampa da Guarita

A rampa da guarita (Figura 1) vence 0,56m de altura com 2,35m de comprimento no segmento inferior e 3,7m no segmento superior, totalizando 6,05m.



**Figura1 - Rampa da Guarita feita no SketchUp (medidas tiradas do IFCE)**

Então:

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

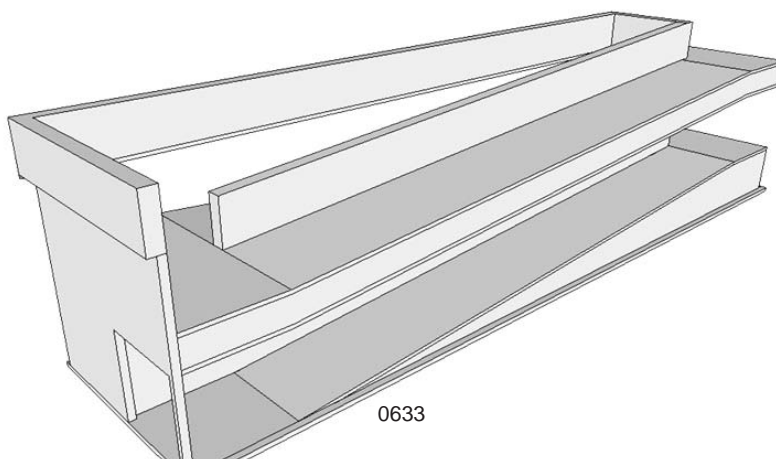
$$I = \frac{0,56 \times 100}{6,05}$$

$$I = 9,25\%$$

Tendo o grau de inclinação de 9,25%, os segmentos deveriam ter no máximo um desnível de 0,20m, portanto esta rampa está fora de norma, já que o segmento inferior tem 0,27m de altura e o superior, 0,29m.

### 3.1.2 Rampa Principal

A rampa principal do Instituto Federal do Ceará – Campus Juazeiro do Norte, mostrada na Figura 2, mede 15,00m de comprimento e 3,75m de altura.





**Figura 2 – Rampa Principal feita no SketchUp (medidas tiradas do IFCE)**

Logo:

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

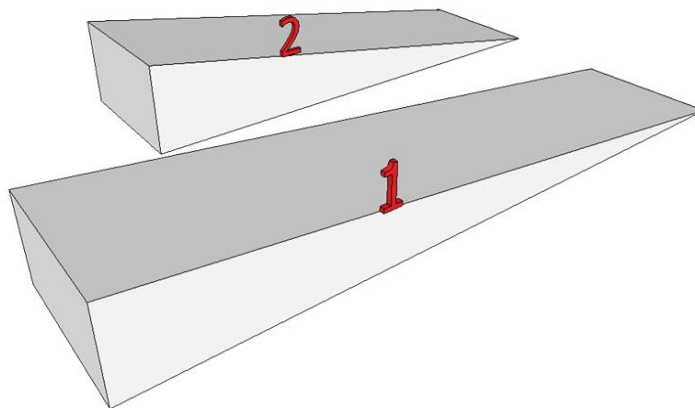
$$I = \frac{3,75 \times 100}{3 \times 15}$$

$$I = 8,33\%$$

Comparando este resultado com as Tabelas 1 e 2, veremos que esta rampa está fora de norma, pois, com uma inclinação de 8,33%, deveria ter desnível de no máximo 0,80m. Esta rampa possui desnível de 1,25m para cada segmento de rampa.

### 3.1.3 Rampas do Auditório

As rampas do auditório ficam em locais diferentes, cada uma destas, em sua porta específica (vide figura 3).



**Figura 3 – Rampa do Auditório feita no SketchUp (medidas tiradas do IFCE)**

A rampa 1 tem desnível de 0,50m e comprimento de 4,40m. Portanto:

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

$$I = \frac{0,50 \times 100}{4,40}$$

$$I = 11,36\%$$

Então, com grau de inclinação de 11,36%, podendo ter um desnível de no máximo 0,075m, o que não se faz verdade. Pois, como já foi dito, esta rampa possui 0,50m de altura do desnível.

Na rampa 2, a diferença de nível é de 0,56m, com um comprimento de 3,42m. Portanto:

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

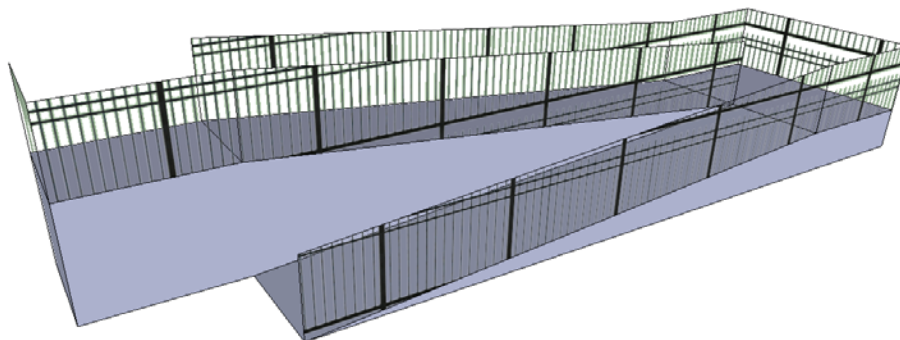
$$I = \frac{0,56 \times 100}{3,42}$$

$$I = 16,37\%$$

Esta rampa, portanto, já está fora de norma desde já, pois este grau de inclinação não é recomendado nas Tabelas 1 ou 2.

### 3.1.4 Rampa do Campo

Na rampa do campo (Figura 4), são ultrapassados 1,41m de altura em 7,8m de comprimento em cada segmento, tendo deste modo 15,6m de comprimento, em vista disso:



**Figura 4 – Rampa do Campo feita no SketchUp (medidas tiradas do IFCE)**

Logo:

$$I = \frac{H \times 100}{C}$$

$$I = \frac{1,41 \times 100}{15,60}$$

$$I = 9\%$$

Com esta medida de grau de desnível, de acordo com a Tabela 2, o desnível máximo de cada segmento seria 0,20m. Então, esta rampa também está fora de norma, já que o seguimento inferior tem 0,60m de altura, e o segmento superior, 0,81m de altura.

## 3.2 Calçadas

As calçadas nas suas construções originais obedeceram à norma, porém, o plantio de árvores com raízes superficiais e grandes, prejudicou tais construções. Como mostra a Figura 5:



**Figura 5 – Calçada (Fotos tiradas no IFCE – Campus Juazeiro do Norte)**

Além destas calçadas, outra irregularidade se acha na entrada da recepção, que exibe um desnível de 0,03m, possibilitando a subida de cadeiras de rodas apenas com muita dificuldade, ou até, impossibilitando a subida sem auxílio de outras pessoas.

### 3.3 Vias de acesso

Assim como as calçadas e rampas, as vias de acesso do Instituto não se apresentam em boas condições de tráfego para pessoas portadoras de deficiência física, por possuir grandes declives e aclives.



**Figura 6 – Via de acesso (Ladeira existente no IFCE – Campus Juazeiro do Norte)**

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Todas as rampas apresentam alguma irregularidade, seja o grau de inclinação acima do aceitável, seja o comprimento de cada segmento, que excede ao recomendado para aquele grau de inclinação.

**Tabela 3 – Verificação da normalidade das rampas**

Rampas	Grau de inclinação (%)	Comprimento de cada segmento (m)	Desnível de cada segmento (m)	Conformidade com a NBR 9050
Rampa Guarita	9,25	Seg. inferior = 2,35	0,27	Fora da Norma
		Seg. superior = 3,70	0,29	
Rampa Principal	8,33	15,00	1,25	Fora da Norma
Rampa Auditório 1	11,36	4,40	0,50	Fora da Norma
Rampa Auditório 2	16,37	3,42	0,56	Fora da Norma
Rampa campo	9	Seg. inferior = 7,80	0,60	Fora da Norma
		Seg. superior = 7,80	0,81	

As calçadas e ruas estão, em certos casos, impossibilitadas de receber portadores de deficiência física, pois estão em ruim estado, não permitindo que estas pessoas se desloquem com facilidade pelo Instituto.

#### 5. CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se tem uma lei federal é obrigatório que se cumpra na sua totalidade em todo o território brasileiro, porém, vimos nesta análise que, mesmo em um Instituto Federal, tal lei não está sendo efetivada. Como pôde ser visto ao longo deste artigo, nenhuma rampa está de acordo com a ABNT NBR 9050 e as calçadas e ruas estão dispostas um modo que não viabiliza o trânsito de cadeiras de rodas, já que apresentam grandes falhas em seu trajeto.

Desta maneira, os acessos mais básicos para os portadores de deficiência no Instituto Federal do Ceará – Campus Juazeiro do Norte se exibem não de forma a impedir, mas a dificultar a entrada ou saída de portadores de deficiência física.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, 2004.

COHEN, Regina – “Estratégia para a Promoção dos Direitos das Pessoas Portadoras de Deficiências.”

*Decreto n. 3.298, de 20 de dezembro de 1999* (1999). Regulamenta a Lei n. 7.853 de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para Integração da pessoa portadora de deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União (DOU).

REGRAS de Acessibilidade ao Meio Físico Para o Deficiente. In: INSTITUTO Brasileiro dos Direitos da Pessoa com Deficiência. Disponível em: <<http://www.ibdd.org.br/arquivos/acessibilidade.pdf>>. Acesso em: 7 de set. 2011.

ACESSIBILIDADE. In: CENTRO de Referência FASTER. Disponível em: <<http://www.crfaster.com.br/acess.htm>>. Acesso em: 7 de set. 2011.

ACESSIBILIDADE para Deficientes. In: INSTITUTO Federal do Espírito Santo. Disponível em: <[http://www.cefetes.br/internet\\_arquivos/O\\_Cefetes/Informacoes\\_institucionais/PDI/10\\_acessibilidade\\_deficientes.pdf](http://www.cefetes.br/internet_arquivos/O_Cefetes/Informacoes_institucionais/PDI/10_acessibilidade_deficientes.pdf)>. Acesso em: 7 de set. 2011.

## ACESSIBILIDADE: SÍMBOLO DE INTEGRAÇÃO, E ASSEGURAÇÃO DE CIDADANIA

P. C. Gonçalves<sup>1</sup>; C. L. Guimarães<sup>2</sup>; S. L. L. Silva<sup>3</sup>; C. J. N. Fonseca<sup>4</sup> e M. R. P. Silva<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal do Pará - Campus Belém

cantaopatricia10@yahoo.com.br – camilaguimaraes94@yahoo.com.br – silvia.lena16@gmail.com

joannafonseca019@gmail.com – marcos.gestorpublico@gmail.com

### RESUMO

Dentro de nossa sociedade há aqueles possuidores de necessidades especiais, sendo elas motoras, neurológicas ou visuais, diante dessa realidade se faz necessária a criação de um sistema que possa atender essas dificuldades para que o entendimento dessas pessoas, com o espaço seja gradativamente eficiente, tornando-os autônomos, sejam satisfatórios a quaisquer indivíduos. Mediante a este fato a intenção é promover um programa de acessibilidade que adentre no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (CAMPUS-BELÉM); a corrigir falhas ou mesmo implantar novas categorias assistenciais àqueles que necessitam de locomoção, e advier de segurança e estabilidade motora, além daquelas pessoas que possuem dificuldades de aprendizagem, e priorizam uma reformulação nos métodos educacionais. Sempre envolvendo todos os que integram o corpo estudantil; se trata de um projeto de implantação de categorias elementares para a inclusão social e espacial. Assim serão reprogramados educadores, e a estrutura arquitetônica do campus, exercitando a cidadania e a posteridade deste trabalho, aprimorando a execução as normas da ABNT (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS).

**Palavras-chave:** Cidadania, integração, arquitetura assistencialista, autonomia

## 1. INTRODUÇÃO

Este projeto estima a integração socioespacial do Instituto Federal de Educação, Ciência e tecnologia do Pará (CAMPUS - BELÉM) para que os portadores de necessidades especiais possam se relacionar com o espaço como todos sem limitações, e também que não possuam desníveis educacionais.

Seguiremos as normas da ABNT, e implantaremos dentro do campus, um sistema capaz de atender tais necessidades especiais com êxito, e para este desenvolver se faz preciso conhecimento audiovisual, táteis, e de distribuição de cores, e com a utilização das normas asseguraremos que a modificações estruturais serão eficientes e satisfatórias aos usuários que estão em foco neste trabalho. É importante ressaltar que o estabelecido em nosso propósito não é tomar as deficiências físicas humanas e sim da arquitetura irresponsável encontrada nos estabelecimentos de ensino, e fazer com que haja um cumprimento legal e indesejável de um indivíduo social, mesmo que ele seja portador de necessidades especiais. Assim a verificação dessas falhas será o princípio de ação, e procedente a isto será revigorado o sistema, ou refeito para que a acessibilidade se torne fato, e exercite seu fundamento correlativo as necessidades dos deficientes, onde esta estimativa não deve nem pode ser encarada como um problema, mas sim ser concebida de imediato como uma solução, para que o sistema atenda todos que também apresentam dificuldades de locomoção, como idosos, pessoas obesas, e mães com bebês levados em carrinhos, e também aquelas que possuem impasses que dificultam uma boa circulação no espaço, necessitando de muletas ou qualquer instrumento que viabilize a autonomia locomotiva.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 Determinação do PIE da calcita in natura (ausência de reagentes)

Perante aos dados é fácil determinar que o desconhecimento sobre acessibilidade é fato, e isto influencia no descaso dado aos portadores de necessidade especiais, categorizando estatisticamente as razões nas falhas ao atendimento a estas pessoas.

No Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará, a falta de um espaço adequado aos portadores de necessidades especiais, e demonstrado com estes dados que deixaram claro, que a implantação de um sistema eficiente que possa atender tais necessidades é de extrema importância e urgência, já que para todas as deficiências tem de haver a seguridade no espaço que os recebe.

Foram identificadas poucas rampas de acesso para cadeirantes, e de orelhões, e instalações que possibilitem o alcance manual, a ausência de calçadas em revelo para os deficientes visuais, e identificação em Braille de livros, e de tudo que seja necessidade de percepção de uma pessoa cega, e métodos pedagógicos especializados para atender alunos surdos e mudos, há também que implantar um maior número de elevadores, pois sem eles tornasse impossível a circulação de cadeirantes dentro no espaço.

E com isso é imprescindível que haja uma reestruturação arquitetônica, realizando procedimentos inovadores para não somente exercite a segurança, mas venha ser também um ambiente agradável e estimulante mediante a uma visão técnica, que trabalhe o aspecto estético, sensibilizando cores, e incorporando um compartilhamento social.

### **3. CONCLUSÃO**

A abordagem a este assunto de extrema importância buscou identificar, por quais dificuldades os portadores de necessidades especiais passam diariamente, dentro dos institutos educacionais que, mostrando a má arquitetura estabelecida desses ambientes, o objetivo foi indicar um sistema que viesse integrar indivíduos possuidores de deficiência com o seu espaço, social e educacional para que participem de forma integral de todas as etapas necessárias a formação de ser interligado ao seu mundo social. Espera-se que a implantação das soluções indicadas se torne realidade, dentro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (CAMPUS BELÉM), para que todos que estão integrados a ela, possam ter eficiência em um sistema que é de direito, e mensurável ao seu recebimento como cidadão.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA**

Brasil, N. N. Rede Norte Nordeste. Recife: Departamento de Engenharia de Minas. UFPE, 2010.



## CRIAR NO SKETCHUP E DESENVOLVER NO REVIT ARCHITECTURE: UMA AVALIAÇÃO DE INTEROPERABILIDADE PARA A PROJETAÇÃO NO CONTEXTO DA TECNOLOGIA BIM

R. M. Santos<sup>1</sup> e R. M. Rêgo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Pernambuco - Campus Recife e <sup>2</sup>Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife  
rmflorms@gmail.com – rejanerego@recife.ifpe.edu.br

### RESUMO

Este artigo apresenta uma avaliação da interoperabilidade entre modelos geométricos tridimensionais elaborados no programa SketchUp 7.0 e o Revit Architecture 2010, que constitui-se em um *software* fundamentado na modelagem da informação da construção (*Building Information Modeling – BIM*). Cultural e historicamente os profissionais adotam a representação gráfica na fase inicial da projeção arquitetônica, principalmente o esboço, no qual a ideia em elaboração é apresentada, em especial, por meio de croquis de perspectivas. Considerando que a modelagem geométrica 3D constitui-se no principal diferencial proporcionado pelo emprego de instrumentos gráficos digitais no processo projetual arquitetônico, constituindo-se no foco dos programas de auxílio ao projeto arquitetônico (CAAD) e na raiz da tecnologia BIM, procedeu-se à investigação para analisar os prós e contras no uso de modelos SketchUp nas fases iniciais da projeção para posterior desenvolvimento dos mesmos via Revit Architecture. Iniciando-se com a revisão bibliográfica sobre o processo projetual arquitetônico e sobre os conceitos, fundamentos, características e aplicações da modelagem geométrica tridimensional, realizou-se o estudo do programa SketchUp através de sua experimentação e análise de procedimentos na elaboração de modelos de edificações. Por fim, realizaram-se testes de exportação e/ou importação dos modelos 3D criados no SketchUp com o *software* Revit Architecture, para avaliar os processos metodológicos adequados a esse tipo de operação. Concluiu-se que a principal vantagem do uso do SketchUp nas fases iniciais está na facilidade de seu uso. Contudo, para efeito de interoperabilidade com o Revit Architecture, de maneira a um maior aproveitamento do modelo, é necessário a adoção de diversos procedimentos na elaboração e formas de exportação/importação do modelo SketchUp, para que o mesmo possa ser transformado nos elementos construtivos do Revit Architecture, possibilitando, então, a continuidade da projeção dentro do paradigma da modelagem da informação da construção.

**Palavras-chave:** Interoperabilidade; BIM; SketchUp; Revit Architecture

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos 25 anos, no Brasil, o processo de projeto em Arquitetura, Engenharia e Construção (AEC) vem sofrendo alterações significativas com a disponibilidade dos programas computacionais genéricos para representação e projeto, conhecidos como programas CAD (*Computer Aided Design*) (RÊGO, 2008).

A primeira modificação significativa operou-se na produtividade, pela adoção dos programas gráficos na fase de documentação final, visto a possibilidade de suprimir as tarefas mecânicas e repetitivas, com ganhos significativos de qualidade gráfica. Essa primeira etapa tem sido considerada como a “fase da representação 2D”.

Nessa primeira fase de adoção de programas CAD, a utilização de modelos geométricos tridimensionais do edifício era irrelevante do ponto de vista da projeção em si. Quando realizados, os modelos 3D destinavam-se, apenas, à apresentação do projeto, sendo, inclusive, denominados de “maquetes eletrônicas”. Mas, já se podia perceber o potencial do emprego de modelos 3D como instrumento projetual pela diminuição do grau de abstração exigido pelas representações ortográficas.

A evolução dos programas genéricos para representações 2D e 3D culmina com um segundo momento, onde as modificações ao processo projetual em AEC deveu-se à disponibilidade dos programas dedicados, denominados CAAD (*Computer Aided Architectural Design*). Esses programas são ao mesmo tempo editores de desenho e modeladores geométricos 3D e trabalham com a tecnologia orientada a objetos parametrizável. Durante o processo de desenvolvimento da proposta, o projetista constrói e interage com um modelo do edifício.

Uma vez que a projeção pode ser desenvolvida baseada no modelo 3D através dos programas dedicados, a oferta de *software* de modelagem para a fase inicial, de concepção projetual, tornou-se crescente. Esses programas buscam uma interação mais fácil e um aprendizado intuitivo e mais rápido que os dedicados.

Histórica e culturalmente a fase de concepção projetual arquitetônica é realizada através do emprego de esboços, com ênfase em croquis de perspectivas do espaço idealizado. Mesmo com a disponibilidade de programas gráficos dirigidos a essa etapa (como o SketchUp), no meio acadêmico e no profissional ainda se questiona a viabilização e adequação do processo criativo característico desse momento por meio de instrumentos gráficos digitais.

O processo projetual arquitetônico encontra-se, atualmente, diante da emergência de um novo paradigma projetual baseado na modelagem da informação da construção (*Building Information Modeling* - BIM), caracterizado, fundamentalmente, pela “construção virtual” do edifício através de um modelo geométrico tridimensional parametrizável. Nesse contexto, adotar programas gráficos de modelagem 3D na fase inicial da projeção passa a se constituir em um procedimento complementar e/ou substituto dos tradicionais esboços projetuais.

Contudo, no paradigma projetual baseado na modelagem da informação da construção os modelos gerados por *software* para os estudos iniciais deverão “interagir” com os programas BIM. Os desenvolvedores de programas argumentam que essa interoperabilidade existe e se expressa através de exportação/importação de arquivos e do “aproveitamento” do modelo 3D elaborado em um programa genérico de modelagem pelo programa BIM. Verifica-se, na prática, que o processo não é tão simples. Considerando-se relevante analisar a interoperabilidade entre um programa de modelagem para a fase inicial do processo de projeto e um programa BIM, procedemos à pesquisa, ora apresentada, analisando e avaliando a interoperabilidade entre os modelos gerados no Sketchup com o *software* Revit Architecture, baseado na modelagem da informação da construção.

## 2. DISCUTINDO A MODELAGEM GEOMÉTRICA TRIDIMENSIONAL NO PROCESSO PROJETUAL ARQUITETÔNICO

O processo projetual arquitetônico dedica-se à concepção, desenvolvimento e validação de espaços, os quais devem atender a determinada atividade. Historicamente, a projeção arquitetônica é desenvolvida através da representação gráfica do espaço proposto (perspectivas, plantas, cortes e elevações) e da representação física reduzida (maquetes). O tipo de representação relaciona-se com a fase do processo projetual e funciona como um instrumento mediador entre o projetista e sua proposta de solução (RÊGO, 2000). A modelagem geométrica tridimensional configura-se como um substituto à perspectiva, além de permitir a geração da documentação do projeto, quando desenvolvida em programas CAAD.

### 2.1 O Processo Projetual Arquitetônico: Fases e Características

Silva (1998) define três etapas principais para a realização de um projeto: estudos preliminares, anteprojeto e projeto definitivo. No estudo preliminar têm-se o conhecimento dos requisitos e das limitações do projeto, essenciais para o direcionamento das melhores resoluções do problema. Para o autor, o “partido arquitetônico” se caracteriza essencialmente pela conceituação da proposta de solução ao problema projetual, através, por exemplo, das necessidades do projeto que irão ser supridas, da concepção volumétrica, referências culturais, etc.

A etapa de anteprojeto compreende uma solução clara para o problema, que pode ser considerada generalizada, mas não quer dizer que é a definitiva, pois ainda poderá sofrer alterações durante o processo. Segundo o referido autor, alguns conteúdos do anteprojeto são: (a) Definição volumétrica; (b) Enquadramento no terreno; (c) Geometria dos espaços; (d) Tratamento do espaço externo.

No projeto definitivo têm-se uma proposta conclusiva, apresentando a melhor solução para o problema. Também chamado de “projeto executivo”, terá a função primordial de comunicar toda a proposta para que a edificação seja construída.

As representações do projeto são constituídas, geralmente, a partir das vistas ortográficas, perspectivas e modelos físicos tridimensionais (ou maquetes). Todas são maneiras de descrever a edificação a ser construída e apresentam informações complementares.

A perspectiva exata proporcionou a possibilidade de simular a tridimensionalidade do objeto arquitetônico de maneira mais próxima do que seria a construção real. As representações ortográficas são mais adequadas à documentação e comunicação final da proposta para fins construtivos e tem papel importante durante a projeção, na medida em que favorece o estudo e análise dos aspectos funcionais, topológicos e de dimensionamento dos ambientes. Nas representações ortográficas, (projeções horizontais e projeções verticais) há uma redução dimensional. Visto tratar-se de uma projeção cilíndrica ortogonal e devido à posição do objeto em relação aos planos de projeção uma das três dimensões do objeto – comprimento, largura ou espessura – não é representada. São, portanto, representações com alto grau de abstração, que exigem aos sujeitos envolvidos com a projeção uma percepção visuo-espacial bem desenvolvida. As maquetes configuram-se em uma das representações tridimensionais de projeto mais próxima do real. Elas são muito usadas, ainda hoje, por causa do seu grande potencial esclarecedor de informações do projeto para a equipe, e, especialmente, para o cliente.

Borges (2001) cita duas funções da linguagem gráfica na projeção:

- Solucionar projetos;
- Colocar essa solução como forma de apresentação e documentação.

O autor apresenta uma classificação de formas representativas de um projeto, onde cada uma delas atende a um nível de complexidade e um público-alvo diferente:

- Desenhos de Referências: anotações gráficas ou registro sobre projetos, edificações ou paisagens existentes. Fazem parte da estrutura do conhecimento que todos os projetistas devem estabelecer.
- Diagramas: são usados como forma de exclusão ou simplificação de informações, caracterizam-se especialmente pelo nível de abstração. Podem ser esquemáticos ou sintéticos, funcionais e de fluxo.
- Desenhos para projeção: empregados durante a definição e desenvolvimento dos princípios de solução. São executados como forma de estudo para encontro e teste de ideias.
- Desenhos para apresentação: desenvolvidos para apresentação e visualização das soluções de projeto, prestando-se à comunicação com o cliente e também como recurso de avaliação da proposta.
- Desenhos visionários: são caracterizados como uma forma de expandir especialmente a especulação formal e volumétrica do objeto proposto.

As ferramentas digitais para representação e projeto começaram a ser adotadas na década de 1960, e, a partir de então, discutem-se a vantagem de seu uso, possíveis mudanças na projeção e influências no resultado final. Segundo Otero (2007), a principal função dos processos digitais em arquitetura está na questão da maior quantidade e qualidade de informação que se pode extrair.

Alves (2009) aborda a influência do uso do computador na representação do projeto arquitetônico e as mudanças provocadas para os profissionais na construção do próprio projeto. Primeiramente, faz uma comparação entre o desenho de um projeto realizado de maneira digital e de maneira convencional, concluindo que se percebe uma maior flexibilidade naquele produzido de modo digital, devido às possibilidades de manipulação.

Otero (2007) cita três fundamentos para as etapas do processo digital: (1) Reconhecimento da função a se realizar, tendo um estudo do patrimônio; (2) Elaboração e desenvolvimento de ideia, proporcionando soluções para os problemas que poderiam surgir; (3) Projeto acabado, revisado com uma apresentação final e com toda a composição dos elementos no espaço.

É possível dizer, ainda segundo o autor, que a interferência das ferramentas informatizadas proporciona melhorias nas análises, no desenvolvimento das ideias e na velocidade dos resultados. As etapas do processo projetual podem ser colocadas da seguinte forma:

- Etapa um: no estudo preliminar existe a habilidade de usar os comandos computacionais para que o desenho seja feito igual ou até melhor aos realizados com instrumentos tradicionais. A modelagem 3D e visualizações simultâneas do objeto ajudam no processo.
- Etapa dois: no desenvolvimento das ideias, recursos como animação auxiliam no trabalho de simulação e criatividade do projetista.
- Etapa três: na fase de definição da proposta há a possibilidade de associar aos modelos tridimensionais informações não gráficas e atributos físicos, de forma a permitir a realização de simulações construtivas (OTERO, 2007).

Fazer referência ao emprego de ferramentas informatizadas na projeção arquitetônica implica abordar o CAAD, ou seja, a utilização de ambientes computacionais para resolução de problemas de projeto e representação gráfica da forma e do espaço arquitetônico. Segundo Asanowicz (2007), hoje os estudantes fazem projetos usando as ferramentas do CAAD específicas para o determinado projeto. Assim, eles vêem o resultado do seu aprendizado no próprio exercício, atingindo suas metas da seguinte maneira:

- Procurando ideias e praticando a modelagem das mesmas.
- Transportando as ideias, fazendo desenhos em 2D.
- Modelando a construção no computador, interagindo com a animação 3D.
- Estudando os materiais usados, realizando e finalizando o trabalho.

## 2.2 Modelagem Geométrica Tridimensional

A modelagem geométrica permite que a estrutura ou forma física do produto seja identificada no computador, incorporando a ideia de simulação do produto. Um modelo geométrico tridimensional possibilita a manipulação e armazenamento de toda informação que descreve o objeto e proporciona a recuperação de informações e cálculo de propriedades geométricas e físicas (FERREIRA, 1990).

Em um projeto, um modelo é a representação exata de um objetivo real, sistema ou processo. Em geral, os modelos podem ser classificados, segundo Rodriguez (1992), como:

- Analógicos: não precisam ser o objeto propriamente dito representado, enquanto o modelo segue os mesmos princípios físicos ou simula o sistema real.
- Simbólicos: representação abstrata, tendo a geometria do modelo definida por funções matemáticas.
- Icônicos: é um protótipo em escala real do objeto. Réplicas de plásticos de carros e aviões são exemplos disso. Sua representação permite ser em 2D (fotos) ou 3D (brinquedos de plásticos).

A modelagem geométrica pode ser de três tipos: *wireframe* (ou estrutura de arame), superfície e sólido.

O modelo *wireframe* é representado através das linhas, das curvas e de pontos de interseção das arestas (nós), podendo ser compreendido como a representação do “esqueleto” do modelo. É a descrição geométrica precisa, sendo as faces não visíveis.

Modelos de superfície são gerados a partir de “retalhos” (*patches*) planos e curvos para formar a casca (a superfície propriamente dita) que envolve objeto (Figura 01).

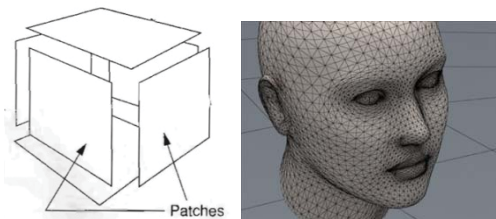


Figura 01: Exemplos de “patches” na modelagem por superfície [Fonte: <http://3dmodelblog.wordpress.com>]

A modelagem de sólidos baseia-se no uso matemático de sólidos primitivos<sup>1</sup>, como cubos, esferas, cilindros, cunhas e identifica parâmetros como tamanho, posição e orientação. Formas complexas podem ser criadas usando as chamadas “Operações Booleanas”, ou seja, operações que trabalham com a soma, a interseção e a subtração entre os sólidos primitivos (Figura 02).

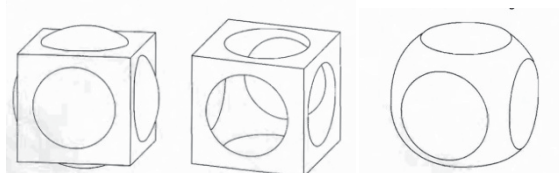


Figura 02: Soma, Subtração e Interseção entre um cubo e uma esfera [Fonte: RODRIGUEZ (1992)]

<sup>1</sup> A expressão “sólidos primitivos” é a tradução dada em português para *primitive solids* adotada pelos programas gráficos computacionais. Conceitualmente os “sólidos primitivos” referem-se aos “sólidos geométricos”. Ou seja, à região do espaço limitada por uma superfície, podendo esta superfície ser poliédrica ou não poliédrica.

Além das Operações Booleanas, a técnica de varredura (*sweeping*) permite a modelagem de diferentes formas tridimensionais. A varredura é realizada a partir de contornos bidimensionais (formas poligonais) que são movidos ao longo de um “caminho”, que pode ser uma curva, uma linha sinuosa ou reta, ou rotacionados ao longo de um eixo. Ou seja, o processo de varredura se efetiva pela extrusão ou rotação.

Com o conhecimento dos tipos de modelagem, podemos destacar o de superfície, pois é o tipo adotado pelo *software* trabalhado em nossa pesquisa, o SketchUp. A forma de criação de modelos tridimensionais no computador, pelo SketchUp, consiste na criação do modelo 3D a partir da extrusão e rotação de uma superfície 2D. O modelo resultante é formado pelas superfícies geradas pelas arestas das formas 2D sendo, portanto, “ocos” (Figura 03).

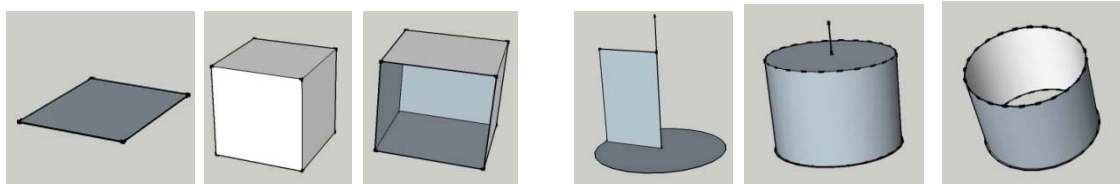


Figura 03: Modelagem por superfície no Sketchup: varredura por extrusão e por rotação.

A principal limitação da modelagem por superfície é não poder representar as propriedades necessárias para analisar a estrutura interna e propriedades físicas de um produto, visto que os modelos são “ocos”.

### 2.3 Compreendendo os fundamentos da Modelagem da Informação da Construção (BIM)

O processo projetual baseado na tecnologia BIM simula o projeto em um ambiente virtual, possibilitando praticar a construção, experimentar e fazer ajustes antes da realização do projeto. O “modelo de informação do edifício” é uma representação digital rica em dados, orientada por objetos inteligentes e paramétricos, através da qual vistas e dados apropriados à necessidade de vários usuários podem ser extraídos e analisados para gerar informação (KYMMELL, 2008).

Os três principais pilares conceituais que fundamentam o emprego da tecnologia BIM e que caracterizam o novo paradigma projetual em AEC são: parametrização, interoperabilidade e projeção colaborativa. A parametrização baseia-se na tecnologia orientada a objetos permitindo que um elemento modelado seja definido por parâmetros geométricos. A interoperabilidade é compreendida como a possibilidade de troca de informações entre programas sem perda, ou com perda mínima das mesmas. E pela projeção colaborativa, a partir do modelo tridimensional da proposta arquitetônica, todos os demais profissionais responsáveis pelos projetos complementares podem atuar paralelamente e mais precocemente do que antes.

### 3. A PESQUISA

A investigação ora apresentada teve como objetivo principal analisar e avaliar a interoperabilidade entre os modelos 3D gerados no Sketchup (versão livre 7.0/Google) e o Revit Architecture (versão teste 2010/Autodesk), *software* direcionado à modelagem de informações da construção.

#### 3.1 Procedimentos metodológicos

- Revisão bibliográfica sobre a relação entre a projeção arquitetônica e a representação gráfica como instrumento mediador projetual;
- Estudos sobre a introdução das ferramentas digitais na projeção e a sua influência nesse processo;
- Revisão bibliográfica para compreensão do conceito de modelagem geométrica tridimensional;
- Estudo do *software* SketchUp com elaboração de modelos 3D de espaços arquitetônicos;
- Testes de interoperabilidade entre o *software* SketchUp e o *software* Revit Architecture através de modelos 3D gerados no primeiro programa;

Os estudos iniciais do *software* SketchUp, incluíram:

- Análise da interface gráfica: grupos de comandos, formas de interação, funções desempenhadas;
- Construção de modelos 3D simples como forma de compreensão e fixação das possibilidades de uso dos recursos do programa;
- Modelagem de um projeto arquitetônico de uma residência térrea, como primeiro teste de construção de um modelo 3D de objeto arquitetônico;
- Modelagem esquemática do Bloco E / IFPE – Campus Recife.

#### 3.2 Analisando o Sketchup e as principais características do Revit Architecture

As experiências realizadas no Sketchup nos permitem afirmar que o programa possibilita:

- Uma visualização privilegiada de um projeto, bem próxima ao real. Com apenas um comando de visualização (*zoom orbit*) é possível girar o modelo 360 graus, escolhendo sua perspectiva. Também se pode optar pela visualização em projeção cônica (dois ou três pontos de fuga) ou em projeção cilíndrica (isometria ou vistas ortográficas).
- Processo simples de modelagem por superfície com utilização de poucos comandos. O usuário começa com representações de formas bidimensionais básicas como retângulos ou círculos, por exemplo, transformando-os do 2D ao 3D pelo processo de varredura por extrusão ou revolução<sup>2</sup>.
- Importação de componentes de uma biblioteca exclusiva (definidos por várias categorias, como: móveis, escadas, vegetação, etc.). Essa possibilidade permite a construção de modelos com grande quantidade de detalhes dando margem para uma melhor análise e comunicação do projeto.
- Criação de animação a partir de cenas salvas, possibilitando um passeio virtual externo e/ou interno em todo o projeto. Esse comando permite a criação de um vídeo em arquivo com extensão “avi”, para apresentação ao cliente, proporcionando a visualização dos detalhes do projeto
- O processo de copiar e colar uma grande quantidade de objetos em uma única vez, programando a distância dessas cópias.

---

<sup>2</sup> O *software* possibilita a construção de diversos objetos, dos mais simples aos mais complexos, como um vaso ou um cano, com o comando “*follow me*”, a partir de um eixo vertical, horizontal ou qualquer linha definida como eixo. Ou pelo uso do comando “*push/pull*”.

- A colocação de texturas, a partir de uma biblioteca, para simular o material dos objetos (metal, pedra, vidro, etc.).

A seguir apresentamos imagens de modelos desenvolvidos durante os estudos para a consolidação no domínio do programa Sketchup (Figura 05 e 06).

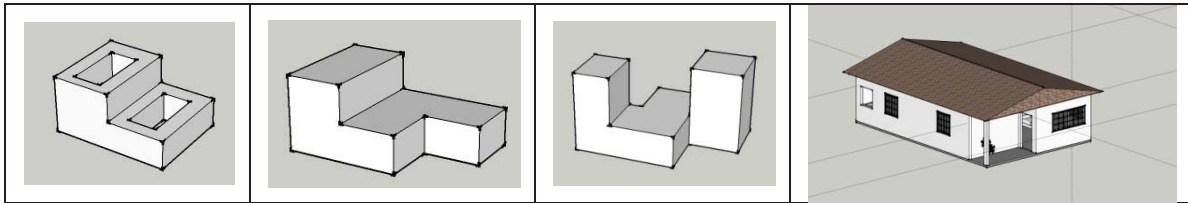


Figura 05: modelos elaborados nos estudos do Sketchup.

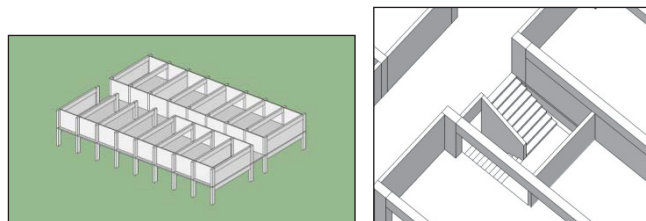


Figura 07: Modelo esquemático do bloco E/IFPE-Campus Recife

O Revit Architecture é um *software* considerado completo para projeto de arquitetura que permite o desenvolvimento de todas as fases do processo incluindo sua documentação. O “coração” da ferramenta Revit é a engrenagem de parametrização, onde qualquer mudança no modelo acarreta mudanças em toda a documentação do projeto, seja esta de descrição geométrica (cortes, vistas fachadas) ou de quantitativos, por exemplo (PROTÁZIO, 2010).

O programa está estruturado em famílias de objetos da construção (paredes, pisos e coberturas) e para cada família têm-se diferentes tipos elementos. Por exemplo, para a família parede, existem tipos como: parede interior, parede exterior, etc. Cada elemento tem suas propriedades paramétricas fixas, onde o usuário pode modificar valores. Entretanto, a partir de um elemento preexistente, é possível criarem-se novos elementos com as características e especificações que o usuário desejar<sup>3</sup>.

### 3.3 Refletindo sobre a interoperabilidade entre SketchUP e Revit Architecture

Considerando, segundo Eastman *et al.* (2008), que a interoperabilidade representa a necessidade de transmitir dados entre programas, permitindo que múltiplos tipos de especialistas e programas contribuam com trabalho projetual, avaliar como esse processo pode ocorrer ajudará aos projetistas em sua atuação. O nosso interesse foi direcionado a entender e avaliar a interoperabilidade entre um programa adotado na fase inicial do processo de projeto em arquitetura e um programa BIM para arquitetura.

Para analisar e avaliar a interoperabilidade entre os modelos 3D gerados no SketchUp com Revit Architecture, definimos as seguintes questões:

- Qualquer modelo SketchUp pode ser aproveitado no Revit Architecture?

<sup>3</sup> O estudo aprofundado do Revit Architecture não foi desenvolvido na pesquisa aqui apresentada, mas por outro bolsista PIBIC inserido na pesquisa “Estudo sobre o uso de tecnologias computacionais de última geração por empresas de arquitetura, engenharia e construção de Pernambuco”.



- O processo de importação de um modelo SketchUp para o Revit Architecture é fácil e simples?
- Há perda visual de informação geométrica?
- Há perda de descrição de informação geométrica?
- Como e o quê do modelo SketchUp pode ser aproveitado pelo Revit?
- Justifica-se desenvolver um modelo SketchUp na fase inicial da projeção para utilizá-lo posteriormente no Revit Architecture?

A partir dos modelos criados no SketchUp (residência térrea e bloco E IFPE/Campus Recife), iniciamos a compreensão do processo de importação desses arquivos para o Revit Architecture, utilizando as orientações do manual desse programa.

Aprofundando o conhecimento sobre o processo de utilização de modelos SketchUp no Revit Architecture, compreendemos que para um melhor aproveitamento dos modelos SketchUp, esses deveriam possuir um pequeno nível de detalhamento para terem sua geometria transformada em “elementos” do Revit, afim de poder prosseguir com o modelo na fase de desenvolvimento e validação do projeto utilizando-se essa tecnologia BIM.

O Revit Architecture só permite a transformação de geometria para quatro tipos de elementos construtivos: parede básica (*basic wall*), parede de cortina de vidro ou divisórias (*curtain wall*), piso (*floor*) e telhado (*roof*). Para tanto, a superfície geométrica deverá necessariamente ser vertical ou horizontal. Isso implica que elementos colocados no modelo SketchUp como portas, janelas, escadas e outros detalhes não são “aproveitados” pelo Revit, visto não poderem ser transformados em elementos construtivos paramétricos.

Nesse contexto, a interoperabilidade do modelo SketchUp da residência térrea no Revit Architecture foi avaliada como insatisfatória, pois embora mantivesse praticamente toda a visualização da geometria, esta teria poucos elementos aproveitados para a continuidade do desenvolvimento do projeto, dentro da abordagem da modelagem da informação da construção.

Procuramos compreender melhor e seguir as orientações do manual do Revit Architecture quanto à importação de arquivos SketchUp e à utilização dos mesmos, as quais destacamos:

- O arquivo SketchUp deve ser importado para um arquivo de “família de massa” (extensão “rfa”) ou “família in place”;
- No caso de importação em um arquivo de família de massa, o modelo SketchUp deve ser carregado em um arquivo de projeto (extensão “rvt”);
- No Revit Architecture, não será possível explodir os dados 3D do modelo SketchUp;
- Não é possível manipular a geometria ou isolar partes de elementos inteiros com configurações de visibilidade/gráficos no Revit Architecture;
- As seguintes propriedades de Sketchup, não são suportadas na importação do Revit Architecture: mapas de textura de imagem, transparência, superfícies curvas suaves, texto e cotas, imagens raster e páginas salvas.
- Para importação de modelos SketchUp no Revit Architecture 2010, deve-se trabalhar na versão 7.0 do SketchUp ou salvar o arquivo para essa versão.

Com maior aprofundamento das recomendações para importação de arquivos SketchUp para o Revit Architecture partimos para alguns testes com modelos de volumetria criados no primeiro programa, como o da Figura 08.

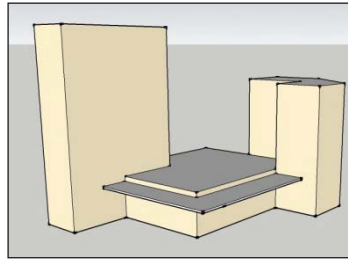


Figura 08 - Modelo de estudo volumétrico realizado no Sketchup

Nos testes com modelos de volumetria, transformamos superfícies verticais no elemento parede básica do Revit Architecture e as horizontais em telhado. Tivemos alguns problemas quando, no modelo SketchUp, criamos superfícies horizontais como “lajes” de pavimentos para transformá-las em pisos. A avaliação feita concluiu que esses planos horizontais estavam conectados aos verticais, no modelo SketchUp e o Revit não conseguiu isolá-los como elemento “piso”.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo sobre as formas de representação do projeto arquitetônico, desde as tradicionais até as digitais, permitiu analisar e compreender o parâmetro de mudança que a projeção arquitetônica sofreu. As ferramentas digitais foram introduzidas para a melhoria do processo desde a fase do pensar até a de documentação do projeto, proporcionando uma melhor relação entre o arquiteto, construtores e clientes.

A modelagem geométrica tridimensional apresenta-se como a principal ferramenta digital do ponto de vista das mudanças provocadas ao processo projetual arquitetônico, visto que através do modelo 3D o projetista pode estabelecer uma interação mais eficiente com a proposta de solução ao problema.

Observamos, também, que há certa convergência quanto à compreensão do processo projetual arquitetônico em meio digital. Tendo mudanças na forma de iniciar o projeto, solucionar problemas e até na metodologia de ensino para os estudantes da área.

Considera-se que os primeiros resultados relativos à exploração do *software* Sketchup foram satisfatórios, de modo que as construções feitas permitiram aproveitar grande parte de suas ferramentas.

Avaliamos, pelos testes realizados, que do ponto de vista da permanência da geometria, a interoperabilidade entre um modelo SketchUp e o Revit Architecture é satisfatória quando trata-se de uma volumetria sem detalhamento. Visto que pode ser compreendido pelo Revit como uma família de massa e, portanto, ter superfícies transformadas em umas das opções de elementos construtivos paramétricos que o programa apresenta na opção “*model by face*”.

Os testes realizados devem ser considerados como preliminares, visto a complexidade do programa Revit Architecture. Entretanto, podemos avaliar que as restrições impostas pelo Revit Architecture para importação e uso de arquivos SketchUp coloca em questão a vantagem e adequação de emprego do SketchUp na fase inicial da projeção, se o objetivo for dar prosseguimento ao desenvolvimento do projeto no Revit.

Estudos volumétricos através do emprego da modelagem geométrica tridimensional em programas como o SketchUp, estão se configurando como uma alternativa concreta aos tradicionais esboços, especialmente os croquis em perspectiva, adotados na fase de concepção projetual. Uma vez considerado o novo paradigma projetual baseado na modelagem da informação da construção (BIM), iniciar a projeção arquitetônica por meio de modelos 3D, indica ser um procedimento com potencial de tornar-se dominante.

Dessa forma, investigar a interoperabilidade entre programas dirigidos à fase inicial da projeção arquitetônica e os programas baseados em BIM, além de avaliar as limitações e potencialidades das ferramentas disponíveis, poderá contribuir para a melhoria da tecnologia e construção de procedimentos metodológicos projetuais que permitam o melhor aproveitamento da mesma.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, G. M. O desenho analógico e o desenho digital: a representação do projeto arquitetônico influenciado pelo uso do computador e as possíveis mudanças no processo projetivo em arquitetura. In: SIGRADI, 2009, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Pan Panorama, 2009. p.242-245.
- ASANOWICZ, A. Evolution of CAAD teaching methods. In: Ecaade, 9, 2007, Frankfurt. **Anais eletrônicos...** Frankfurt: \_\_\_\_\_, 2007. p. 393-399.
- BORGES, M. Formas de representação do projeto. NAVEIRO, R. M.; OLIVEIRA, V.F. **O projeto de engenharia, arquitetura e desenho industrial**. Juiz de fora: UFJF, 2001. 3, p.65-100.
- EASTMAN, C. et al. **BIM Handbook – A Guide to Building Information Modeling for Owners, Managers, Designers, Engineers, and Contractors**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2008. 490p.
- FERREIRA, M. A. G. V. **Modelamento geométrico de sólidos: principais conceitos e representações**. Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1990.
- KYMMELL, W. **Building Information Modeling – Planning and Managing Construction Projects with 4D CAD and Simulations**. New York: Mc Graw-Hill, 2008. 270p.
- OTERO, R. Procesos digitales en el diseño de la arquitectura. In: Sigradi, 2007, Cidade do México. **Anais eletrônicos...** Cidade do México: Universidad La Sale, 2007. P. 261-264.
- PROTÁZIO, J. B. **Estudo e avaliação de tecnologias BIM para a projeção em AEC**. 2010. 22fl. Relatório de Pesquisa. PIBIC/IFPE. Recife, 2010.
- RÊGO, R. M. **Arquitetura e Tecnologias Computacionais: novos instrumentos mediadores e as possibilidades de mudança no processo projetual**. 2000. 177 fl. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). PPGAU/UFBA. Salvador, 2000.
- RÊGO, R. M. **Educação gráfica para o processo criativo projetual arquitetônico: As relações entre a capacidade visiográfica-tridimensional e a utilização de instrumentos gráficos digitais para a modelagem geométrica**. 2008. 326 fl. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). PPGAU/UFBA. Salvador, 2008.
- RODRIGUEZ, W. **The modeling of design ideas: Graphics and visualizaion techniques for engineers**. New York, McGraw-Hill, 1992. 272p.
- SILVA, E. Morfologia do projeto arquitetônico. In: \_\_\_\_\_. **Uma introdução ao projeto arquitetônico**. Ed.2. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1998. p. 78-119.

## DESIGN DE LUMINÁRIAS: ESTUDO DE CASO DO TIPO DE EMBUTIR QUADRADO EM ACRÍLICO

Valquíria NASCIMENTO<sup>1</sup>; Júlia de MORAES<sup>2</sup> e Miquelina CASTRO<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - IFAL, Campus Maceió

[valquiriasouza64@gmail.com](mailto:valquiriasouza64@gmail.com) - [julia\\_arq@yahoo.com.br](mailto:julia_arq@yahoo.com.br) - [miquelinac@yahoo.com.br](mailto:miquelinac@yahoo.com.br)

### RESUMO

As luminárias são aparelhos destinados a iluminação e composições utilizadas nos projetos de interiores. A sua escolha geralmente é feita pautada apenas em fatores estéticos, sem considerar outros atributos de design da peça que podem fazer o diferencial na iluminação. O objetivo do artigo é apresentar o estudo comparativo da luminária do tipo de embutir quadrado em acrílico. A metodologia consiste em procedimentos qualitativos e quantitativos desenvolvidos a partir da revisão da literatura e análise dos produtos comercializados na cidade de Maceió. São analisados o design da peça e a sua funcionalidade, considerando quatro componentes presentes nas luminárias: as fontes de luz; componentes para o controle da luz; componentes mecânicos e elétricos. Como resultados têm-se o estudo comparativo da tipologia de embutir quadrada, demonstrando especificidades de projeto presentes em luminárias da mesma tipologia. O caso demonstra que a análise comparativa torna-se uma ferramenta importante no projeto de interiores e de produto.

**Palavras-chave:** Luminárias, Iluminação, Eficiência.

## 1. INTRODUÇÃO

As Luminárias possuem um papel importante em um sistema de iluminação, pois elas contribuem diretamente com a distribuição da luz no ambiente, proporcionando o conforto visual as pessoas.

Segundo o Manual Philips, a sua função vai “além dos seus requisitos básicos de manter uma boa conexão mecânica e elétrica entre as lâmpadas e os equipamentos auxiliares, deve proporcionar a segurança necessária para a instalação, bem como a correta emissão do fluxo luminoso da lâmpada no ambiente sem causar ofuscamento” (PHILIPS, 2007, p. 33).

A escolha inadequada pode causar comprometimento à saúde do usuário. Segundo Pereira e Souza (2000, p. 5) “Iluminação inadequada pode causar desconforto e fadiga visual, dor de cabeça, ofuscamento, redução da eficiência visual ou mesmo acidentes. Boa iluminação aumenta a produtividade, gera um ambiente mais prazeroso e pode também salvar vidas.”

Seja para fins de projeto ou para definir suas aplicações nos ambientes, torna-se necessário conhecer minuciosamente o produto, identificando suas particularidades expressas a partir dos seus componentes. Cada parte da luminária é responsável por uma função específica que agrupadas resultam em um produto que possui funcionalidade, eficiência, e estética diferentes (MORAES, 2010).

O estudo dos componentes que compõem as luminárias teve início em 2010 com o projeto de pesquisa intitulado “Design de luminárias - Estudo dos componentes constituintes visando recomendações de projeto”, com o apoio da Pró-reitoria de Pesquisa e Inovação do Instituto Federal de Alagoas - IFAL, através do auxílio de uma bolsa de iniciação científica PIBICT.

Na primeira etapa da pesquisa, realizada em 2010, foram desenvolvidos a metodologia e a aplicação no estudo da tipologia de embutir com tampa em metal e vidro jateado para lâmpadas fluorescentes compacta. Porém, ainda não constitui um acervo que atenda as especificações realizadas pelos profissionais da área.

Dando continuidade a pesquisa, foi mantida a tipologia de embutir, porém, considerando o material da peça aparente em acrílico, produto atualmente apontado como de maior procura nas lojas de iluminação.

A discussão sobre o produto luminária permite elaborar parâmetros objetivos para o desenvolvimento e aplicação dos sistemas de iluminação no design de interiores, além de propiciar eficiência e conforto aos usuários do produto.

## 2. OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é estudar o design de tipologias consagradas no mercado de luminárias, através do estudo comparativo de seus componentes constituintes, tendo em vista recomendações de projeto.

No presente artigo, objetivo é apresentar a aplicação da metodologia no estudo de caso da luminária do tipo de embutir quadrado em acrílico.

## 3. METODOLOGIA

A metodologia consiste em procedimentos quantitativos e qualitativos desenvolvidos na análise comparativa de produtos comercializados na cidade de Maceió.

Consiste nas seguintes etapas: revisão da literatura; caracterização e classificação das luminárias; visita técnica a lojas de iluminação; definição da tipologia para o estudo de caso e atualização do banco

de dados com recomendações de projeto.

O estudo comparativo avalia o Design da peça, considerando quatro componentes presentes nas luminárias (ISAC, 2007):

- I. As fontes de luz, entendidas como lâmpadas e equipamentos auxiliares ao seu funcionamento;
- II. Componentes para o controle da luz como refletores, difusores, máscaras, protetores, grelhas, e defletores;
- III. Componentes mecânicos, que consistem na estrutura geral da luminária e nos mecanismos de montagem e fixação da luminária;
- IV. Componentes elétricos, soquetes, fios ou cabos, e outros dispositivos que alimentam as conexões elétricas.

#### 4. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DA TIPOLOGIA EMBUTIR QUADRADA COM TAMPA EM ACRÍLICO.

Aplicando a metodologia, foram definidas quatro marcas da tipologia de embutir quadrada com tampa em acrílico comercializada em lojas especializadas de Maceió (Figura 1), luminárias consideradas como as mais vendidas, considerando a tipologia em estudo.

As luminárias apresentam semelhanças estéticas e funcionais. Ambas possuem o acrílico como parte visível no forro, e com aplicação para iluminação geral. Possuem as dimensões de 38x38x08, luminária A; 25x25x08, luminária B e 40x40x07, as luminárias C e D.



Figura 1- Luminárias analisadas do tipo embutir com tampa em acrílico.

##### 4. 1. Fonte de luz

Considerando as marcas estudadas, as luminárias A e C apresentam capacidade para quatro lâmpadas, com potência máxima de 15 W. Já a luminária B tem capacidade para duas lâmpadas com potência máxima de 52 W e a D tem capacidades para três lâmpadas, com potência máxima de 25 W. Ambas são utilizadas lâmpadas fluorescentes compactas.

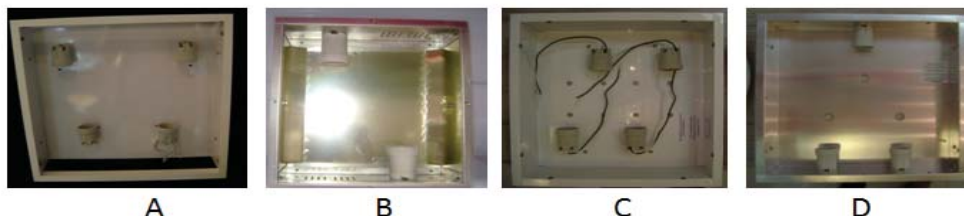


Figura 2 – Localização das fontes de luz

##### 4. 2. Componentes elétricos e auxiliares

Quanto aos componentes elétricos, os soquetes das luminárias são em porcelana, com bocal do tipo E 27. Estão dispostos dentro da peça e posicionados na posição horizontal (Figura 2).

Nas luminárias estudadas, os fios de instalação têm como passagem o fundo da peça (Figura 3).

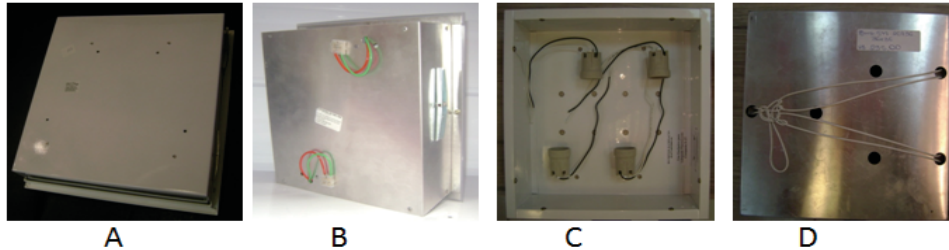


Figura 3 – Instalação elétrica.

### 4. 3. Componentes mecânicos

Para melhor caracterização, os componentes mecânicos apresentados são divididos em estrutural, componentes de controle da luz, fixação, fechamento e ventilação da peça.

#### 4.3.1. Estrutural

Quanto à estrutura, a luminária A tem o corpo em aço e acabamento em pintura microtexturizada na cor branca. Já a luminária C possui estrutura em alumínio e pintura apenas na parte interna da peça do tipo eletrostática em pó, na cor branca.

A luminária B, em alumínio laminado (chapa), com acabamento anodizado na cor titânio, semelhante a D que possui o corpo total em alumínio.

#### 4.3.2. Componentes de controle de luz

Quanto ao elemento de controle da luz, apenas a luminária B possui refletor em chapa de alumínio espelhado, com dobras que permitem uma melhor reflexão da luz na peça (Figura 2).

Nas luminárias A, C e D, o componente difusor atribuído a tampa é de acrílico leitoso e na luminária B, translúcido (Figura 4).

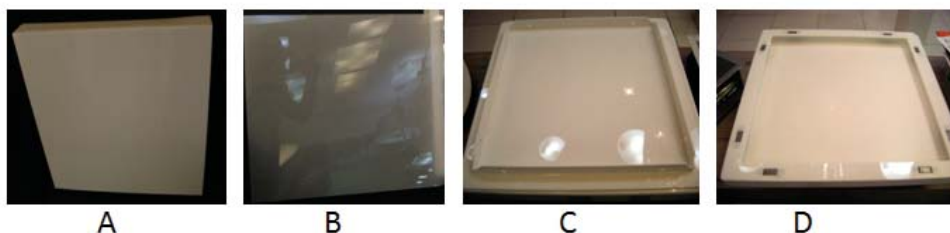


Figura 4 – Difusores.

#### 4.3.3. Fixação da peça

Quanto à forma de fixação, as luminárias A, B e D possuem fixação no teto através de mola do tipo gafanhoto, sendo que as luminárias A e D apresentam um total de quatro molas de fixação e B, duas. E no caso da luminária C apresenta um mecanismo preso à peça do tipo grampo de fixação que serve para fixar o corpo da luminária no gesso (Figura 5).



Figura 5 – Elementos de fixação.

#### 4.3.4. Fechamento

As luminárias estudadas possuem diferentes tipos de fechamento. As luminárias A e C apresentam fechamento através de um sistema de encaixe por mola de pressão na lateral interna da caixa e rasgo na tampa, sendo a primeira com rasgo contínuo e a segunda circular.

No caso da luminária B apresenta parafuso aparente na tampa. Já D, é feita por sistema de imãs situados na tampa junto com a caixa em alumínio (Figura 6).

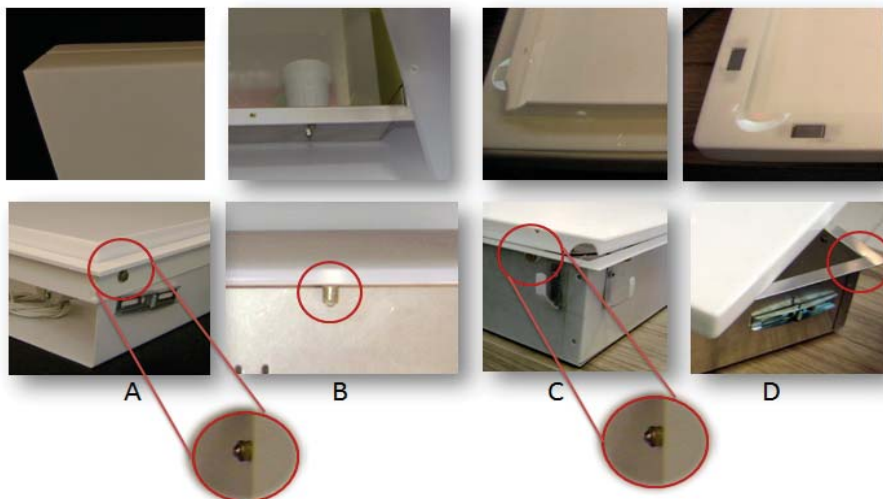


Figura 6 – Fechamento da peça.

#### 4.3.5. Ventilação

Quanto às aberturas destinadas a ventilação, apenas as luminárias A e B apresentam um design específico para a ventilação. A luminária A possui um rasgo contínuo em duas laterais e a luminária B, as aberturas são através de frisos nas laterais da peça (Figura 7).

Nas luminárias C e D, a ventilação é realizada por furos localizados fundo da peça, destinados à passagem da instalação elétrica.



Figura 7 – Ventilação.

### 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As luminárias estudadas apresentam semelhanças estéticas, porém diferenciam-se quanto ao design da peça, materiais empregados, carga instalada e forma de manutenção.



Quanto às fontes de luz e as potências instaladas, as luminárias possuem cargas instaladas diferentes. Esse elemento pode ser verificado pela quantidade de soquetes presentes na peça. A carga instalada define o consumo de energia e o fluxo luminoso desejado.

Considerando os componentes de controle da luz, percebe-se que o visor difusor presente na luminária B possui a tampa em acrílico translúcido. Esse permite a visualização das lâmpadas, fator estético considerado negativo pelos profissionais da área. Já as demais luminárias apresentam tampa em acrílico leitoso, que garante aparência difusa da luz.

Quanto à fixação da tampa, elemento que define a manutenção do sistema durante a troca de lâmpadas e limpeza, o sistema de encaixe apresentado pelas luminárias A e C podem facilitar o aparecimento de trincas e quebras no momento da remoção, devido à pressão exercida pelo encaixe da peça.

Nas demais luminárias, o sistema é mais simples. O imã da luminária D pode ser considerado de fácil manuseio, porém, o parafuso aparente de fixação da tampa existente na luminária B pode ser rejeitado esteticamente por muitos profissionais da área que priorizam o fator estético.

Quanto ao sistema de ventilação interno, verifica-se que as luminárias A e B foram projetadas com um design específico para tal função, enquanto a C e D, essa função é realizada pelos furos de passagem dos fios. A ventilação adequada evita queima de lâmpadas por aquecimento da peça.

E no quesito eficiência, às aberturas laterais contínuas destinadas a ventilação da luminária A proporciona perda da luz para o forro, devido ao excesso das aberturas. Já a luminária B possui o diferencial de um refletor em chapa de alumínio situado no fundo da peça. Este foi projetado com dobras que permitem uma melhor reflexão e desempenho da luz. As demais luminárias não apresentam estratégias de design considerando a eficiência da peça.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de caso da tipologia de embutir quadrada com tampa de acrílico possibilitou verificar diferenciais de projeto nas marcas comercializadas nas lojas de luminárias em Maceió. Esses podem favorecer a escolha do produto durante a sua aquisição e representar ganhos que vão além de apenas estéticos, como facilidade de manutenção, durabilidade e eficiência.

O estudo também permitiu catalogar diferentes soluções de projeto de luminárias do mesmo tipo, compondo um banco de dados importante para a prática de projeto de produto e luminotécnico.

Pretende-se agora dar continuidade com novas tipologias e inserção de novos parâmetros de análise, tendo em vista ampliar o banco de dados e fomentar o estudo comparativo como ferramenta de projeto.

## 7. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT. **NBR IEC 60598-1: 2010 – Luminárias, Parte 1: Requisitos gerais e ensaios e a norma.** Rio de Janeiro, 2010.

COSTA, Gilberto José Corrêa. **Iluminação Econômica. Cálculo e Avaliação.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

ISAC. **Projetos Luminotécnicos nº 8 - Luminárias.** Pós-Graduação em Projetos de Iluminação da Universidade Castelo Branco - UCB-RJ. Apostila do Curso. Brasília, 2007.

LAMBERTS, R.; PEREIRA, F.; DUTRA, L. **Eficiência energética na arquitetura**. Ed. PW, 1ªed. São Paulo,1997.

MORAES, J. S., CASTRO, M. e MORAIS, L. Design de luminárias: Estudo dos componentes constituintes visando recomendações de projeto. *In*: IV CONGRESSO DE PESQUISA E NOVAÇÃO DA REDE NORTE NORDESTE DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA, 2010, Maceió. **Anais ...** Maceió: IFAL.

PHILIPS. **Guia de Iluminação**. 2007. Disponível em: <[http://www.luz.philips.com/latam/archives/Guia\\_Iluminacao\\_maio2007.pdf](http://www.luz.philips.com/latam/archives/Guia_Iluminacao_maio2007.pdf)>. Acesso em 15 de Abril de 2011.

SILVA, Mauri Luiz da. **Iluminação. Simplificando o projeto**. Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna, 2009.

## DESIGN SOCIAL DE PRODUTO: CASO VILA BREJAL – ALAGOAS (II ETAPA)

V. Cavalcante<sup>1</sup>; J. S. Moraes<sup>2</sup> e M. Castro<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió

nessinhacavalcante89@hotmail.com - julia\_arq@yahoo.com.br - miquelinac@yahoo.com.br

### RESUMO

O design social está pautado nas práticas de desenvolvimento de produtos que considerem o crescimento local e transformações sociais em comunidades menos favorecidas. Em Alagoas, a iniciativa de aplicar esses conceitos surgiu com a proposta de unir a prática de saúde coletiva e ocupacional da UNCISAL e o curso de Design do IFAL, junto a Comunidade de Vila Brejal. A metodologia consiste em procedimentos quantitativos e qualitativos desenvolvidos a partir da revisão da literatura em design social e prática de projeto com os alunos da disciplina de Atelier de Produto do curso de Design, pautados em cultura, design social e *ecodesign*. O presente artigo apresenta os resultados da segunda etapa da pesquisa aplicando a metodologia com a turma 2011.1 do IFAL. Os trabalhos desenvolvidos incrementam o banco de ideias, com artefatos produzidos considerando diferentes materiais e tecnologias construtivas. Estes servirão como instrumento norteador de futuras atividades, convênios, emprego e renda para a comunidade, além de favorecer a troca de saberes entre comunidade e Instituto Federal.

**Palavras-chave:** Design Social, Design de Produto, *Ecodesign*.

## 1. INTRODUÇÃO

O design social tem como objetivo desenvolver produtos que atendam as necessidades de uma população ou comunidade menos favorecida social, cultural e economicamente. Geralmente atua em áreas que não tem atuação do designer e nem a atenção de indústrias, trazendo propostas que tragam melhores condições de vida ou gere renda e inclusão social (PAZMINO, 2007).

As primeiras respostas para esse novo desafio foi marcada pelo trabalho, na década de 70, do designer e educador Vitor Papanek (1971). Ele defende o design que percebe e soluciona problemas reais da sociedade.

No polêmico livro “Design for the real Word”, Papanek (1971) mostra um o desenvolvimento de um design não para o mercado e sim para o individuo, para a comunidade através de produtos que realmente satisfazem as necessidades locais.

Papanek (1971) introduz o conceito de Design Social, que pode ser definido como a produção de qualquer produto e serviço baseado no seguinte tripé: respeito ao meio ambiente, geração de empregos e valorização de cultura.

Atualmente, o Design Social assume o desafio de práticas, processos e produtos destinados a sociedade como um todo, porém, com ênfase no desenvolvimento local e em transformações sociais no contexto em estudo. Para Barizon (2007), o design social tem a função de conscientizar a sociedade da importância do desenvolvimento de comunidades carentes, considerando o meio ambiente.

Nesse contexto, é necessário levar em consideração as concepções e perspectivas dos atores sociais sobre as temáticas da produção, do trabalho, principalmente formulados por movimentos sociais organizados, pensando em uma proposta de desenvolvimento sustentável e democrático (ROLNIK, 2010).

Em Maceió, a iniciativa surgiu com o desejo de unir a prática de saúde coletiva e ocupacional e Design em uma comunidade em vulnerabilidade social.

A Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas- UNCISAL desenvolveu um Projeto de Cooperativa Social/ Geração de renda- comunidade Brejal em Alagoas, com o intuito de trazer melhores condições de vida e gerar fonte de renda para a população de Vila Brejal. (MENTA 2010).

Atendendo ao convite da UNCISAL, em 2010, o IFAL juntamente com o Curso de Design de Interiores iniciou o projeto de pesquisa intitulada “Design Social de Produto – Caso Vila Brejal – Alagoas”. A proposta da pesquisa é aplicar o conceito de design social como atividade da disciplina Atelier de produto do Curso de Design, tendo em vista desenvolver um banco de idéias com proposições de artefatos que possam nortear atividades e convênios para a comunidade.

O projeto conta com o apoio da pró-reitoria de Pesquisa do IFAL com o auxílio de uma bolsa pesquisa. Em 2010, foram realizadas atividades com duas turmas do curso de Design gerando um acervo com 24 artefatos de interiores.

Este artigo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos até o momento na segunda etapa da pesquisa, demonstrando no estudo de caso a atuação do IFAL em trabalhos práticos de cunho social.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia consiste em procedimentos desenvolvidos a partir da revisão na literatura e trabalho de campo na comunidade de Vila Brejal. Foram adotadas as seguintes etapas metodológicas: Revisão a cerca do tema design social; Visitas técnicas e contato com o objeto de estudo; Desenvolvimento de uma oficina de ideias com os alunos de Design de interiores do IFAL na disciplina de Atelier de Produto

para a proposição de artefatos de interiores; Construção do banco de ideias com recomendações para a comunidade.

A prática de atelier de projeto e produto está pautada nas metodologias de projeto descritas em Baxter (2000), em *ecodesign*, Manzini (2002), identidade e cultura local, em Ono (2006), e estudos referenciando a iconografia alagoana (ALAGOAS, 2011).

O atelier conta com o apoio das disciplinas do semestre, *Ecodesign*, Empreendedorismo, Comunicação Visual, que através da interdisciplinaridade auxiliam no desenvolvimento dos artefatos, sendo o primeiro do tipo mobiliário e o segundo luminária.

O processo criativo inicia-se com a visita técnica ao objeto de estudo e desenvolvimento de um seminário, onde são apresentadas a caracterização do local, registro iconográfico, determinação das entradas e saídas de insumos da área e a percepção das possibilidades para o desenvolvimento dos artefatos, considerando a prática do design social, cultura e *ecodesign*.

Também no seminário, os alunos defendem o partido de projeto e os materiais a serem estudados para a confecção do artefato, referenciando-se na experiência vivenciada.

Os materiais empregados são de origem local ou disponível por empresas da cidade Maceió. A escolha está pautada em materiais mais limpos.

A defesa final do artefato é realizada através de uma banca interdisciplinar, onde são apresentados o conceito do artefato, processo, a viabilidade construtiva e também as plantas técnicas e a volumetria.

Os artefatos produzidos pela turma são catalogados pela pesquisa de Design Social, considerando o processo produtivo e os materiais empregados, compondo o banco de idéias para futuras atividades produtivas a serem definidas, tendo em vista a geração de emprego e renda para a comunidade.

### 3. CASO VILA BREJAL

#### 3.1 Vila Brejal e o Mercado da Produção

A Vila Brejal é uma comunidade em vulnerabilidade social situada no bairro da Levada, a sudoeste de Maceió (AL), fazendo fronteira com a Lagoa Mundaú (Figura 1) e próximo do maior centro de consumo de cereais, hortifrutigranjeiros da capital, o Mercado da Produção.



**Figura 1- Vila Brejal.**  
**Fonte: (a) Bairros de Maceió, 2010; (b e c) Acervo pessoal.**

Segundo Menta (2010), a população é socioeconomicamente abaixo da média e sua principal fonte de trabalho é informal, extraído do Mercado da Produção, do Mercado do Artesanato e da exploração da Lagoa.

A Comunidade conta com o auxílio da “Associação de Mulheres da Vila Brejal”, que “através de ações educativas; promove a capacitação de mão-de-obra através dos grupos de gerações de renda; orientar as mulheres a respeito de sua saúde, planejamento familiar e educação de seus filhos”. (MENTA, 2010).

### 3.2 Vila Brejal e o IFAL (II Etapa)

No semestre de 2011.1, foram realizadas novas oficina de ideias com a turma de 2011.1 do IFAL, tendo como tema: Pensando a comunidade Vila Brejal (Figura 2).



**Figura 2: Oficina de ideias - atividades realizadas na comunidade e no IFAL.**

Aplicando a metodologia proposta, os alunos realizaram uma pesquisa de campo para registrar suas impressões e identificar os materiais disponíveis para o desenvolvimento dos artefatos.

Os alunos vivenciaram a realidade local do Mercado da Produção e seu entorno imediato, que está situada a Comunidade de Vila Brejal e verificaram que a região pode ser considerada um centro da diversidade alagoana, onde estão presentes os produtos típicos, o artesanato, a culinária local, manifestações folclóricas e o fazer popular.

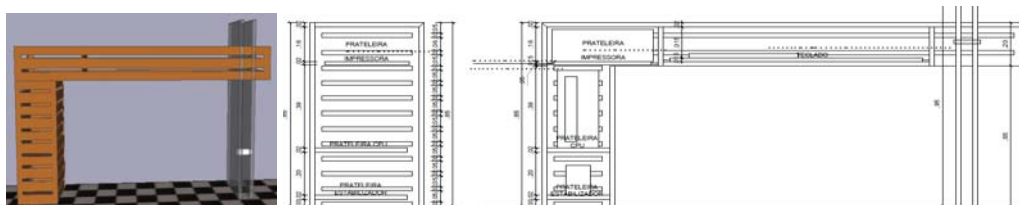
Identificaram também insumos provenientes das entradas e saídas de produtos da feira como caixotes de madeira e plástico, concha de mariscos, garrafa PET, *pallets*, palhas diversas, papelão, sobras de marcenaria, serralheria e outros.

Com resultado, têm-se o incremento do banco de ideias com técnicas construtivas e materiais sustentáveis distintos, totalizando 10 artefatos de interiores, sendo 5 do tipo mobiliário e 5 do tipo luminária.

#### 3.2.1 Artefato: Mobiliário

Na primeira oficina, Rodrigues (2011) desenvolveu o Aparador *Opposité* (figura 1), inspirado nos caixotes do Mercado da Produção. Com a dupla função de uso aparador e mobiliário de informática, faz referência a forma vazada para criar a peça.

Possui como materiais o vidro e sobras de MDF. Estes foram escolhidos por serem ecologicamente corretos, unindo leveza e a possibilidade de pintura simples, laqueada, ou aplicação de laminados.

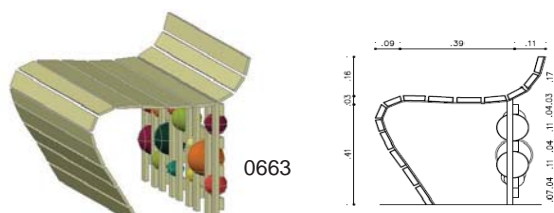


**Figura 3- Aparador Opposité.**

**Fonte: Rodrigues (2011).**

Também utilizando a marcenaria, Peixoto e Vasconcelos (2011) desenvolveram o Banco de Feira (figura 4), tendo como referência os produtos que são vendidos na feira, na forma como são armazenados e nos hábitos dos populares que freqüentam o Mercado da Produção.

A estrutura do assento e do encosto foi desenvolvida em madeira mole, base de ferro para a sustentação e esferas de sobras de tecido de algodão em diferentes cores e dimensões, que remetem à

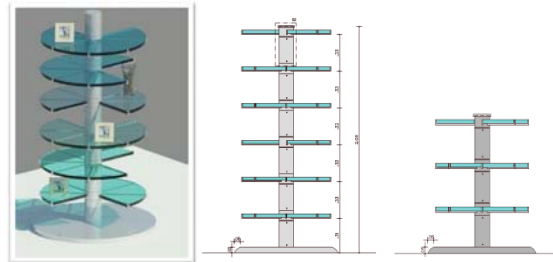


variedade de cores e formas encontradas nas frutas e verduras vendidas no Mercado.

**Figura 4- Banco de Feira.**

Fonte: Peixoto e Vasconcelos (2011).

Sauer e Mendes (2011) desenvolveram a Estante Mundaú (Figura 5). A peça foi inspirada na beleza das águas de Maceió, na variedade de cores, transparência e o movimento das ondas. Foi proposto como materiais das prateleiras a resina de PET e o alumínio polido para a estrutura central.



**Figura 5- Estante Mundaú.**

Fonte: Sauer e Mendes (2011).

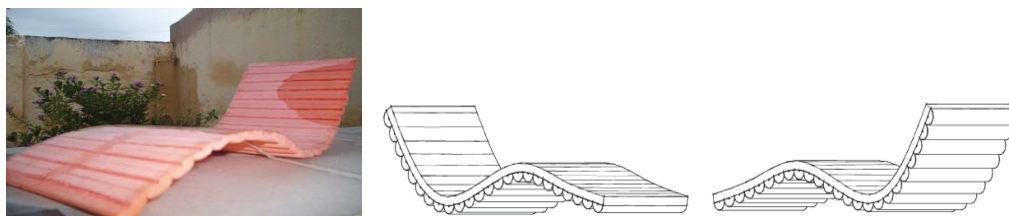
Inspirada na renda Filé, tipicamente alagoana, e na arte do trançado da rede (base para o filé), Morais e Polyni (2011) desenvolveram a Mesa Cores e Tramas (Figura 6). Os materiais empregados são a resina de PET para a fabricação da estrutura da mesa, a renda Filé na base.



**Figura 5- Mesa Cores e Tramas.**

Fonte: Morais e Polyni (2011).

E, por fim, Lemos e Gomes (2011) desenvolveram a Chaise Moranga (Figura7), uma *chaise lounge* inspirada na ondulação do telhado do Mercado da Produção e na abóbora- moranga, fruto vendido na Feira. A chaise foi desenvolvida utilizando um assento de acrílico reciclado, base em polietileno, cola e tinta para o polietileno.



**Figura 6- Chaise Moranga.**

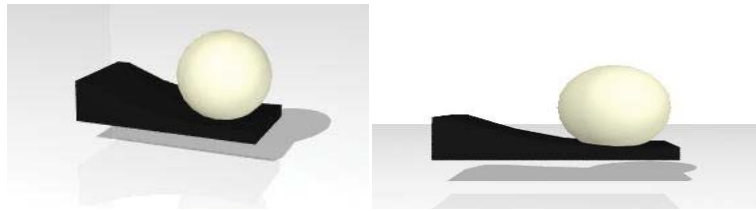
Fonte: Lemos e Gomes (2011).

### 3.2.2 ARTEFATO: LUMINÁRIA

Dando continuidade aos trabalhos, na segunda etapa da oficina de ideias, foram desenvolvidos os artefatos do tipo luminária, tendo como tema: “Design Social: O Descansar em Maceió”.

A Luminária Jangada (Figura 8), por Morais e Polyni (2011), foi inspirada na música da banda local Pirão com Ovo “ Minha Maceió, meu mar”: “A natureza caprichou pelo nosso litoral e nos deu tanta

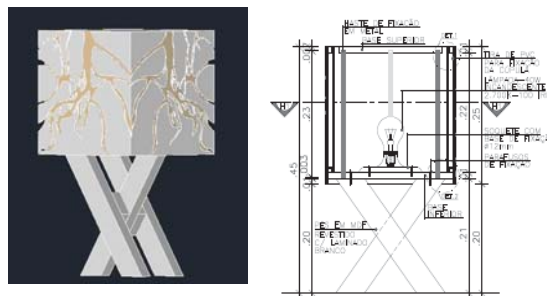
riqueza e beleza natural. Ainda temos as lagoas de um verde encantador que se encontra com o mar e com ele faz amor [...] Minha Maceió, meu mar, minha Maceió, quem te conhece não te esquecerá”.



**Figura 7- Luminária Jangada.**  
**Fonte: Moraes e Polyni (2011).**

Foi utilizado sobras de MDF, globo em acrílico leitoso, tinta spray na cor preta e lâmpada bolinha leitosa de 15W. A montagem é feita através do encaixe da cúpula na base em MDF.

Cavalcante, Vasconcelos e Vasconcelos (2011) desenvolveram a Luminária Mangue (Figura 9), ressaltando a vegetação típica das regiões litorâneas de Alagoas, o mangue. Foi empregado na cúpula externa o PVC reciclado revestido com adesivo na cor branco e transparente para dar o efeito luminotécnico difuso e base superior, inferior e pé em MDF.



**Figura 9- Luminária Mangue**  
**Fonte: Cavalcante ,Vasconcelos e Vasconcelos (2011)**

Com a inspiração no peixe e no mar, Lemos e Gomes (2011) desenvolveu a Luminária Tilápia (Figura 10), peça em acrílico e aço, com lâmpada LED e efeito luminotécnico decorativo.



**Figura 10- Luminária Tilápia**  
**Fonte: Lemos e Gomes (2011)**

Também como inspiração no peixe e no mar, Rodrigues (2011) criou a Luminária Spine (Figura 11), fazendo referência a forma da espinha de peixe. A luminária é feita com módulos de sobras de MDF, lâmpada halógena bipino e efeito luminotécnico decorativo.



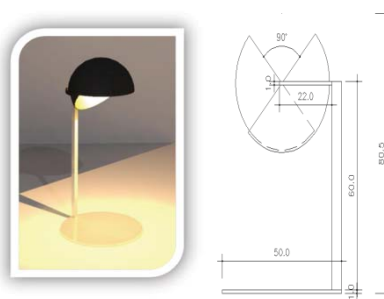


**Figura 11- Luminária Spine**

**Fonte: Rodrigues (2011)**

E, por fim, Sauer e Mendes (2011) desenvolveram a Luminária Luz de Capote (Figura 12). O sururu de capote é o principal habitante da Lagoa Mundaú, fonte de renda para os moradores da região. Através das cores e da forma da cúpula, foi feita a relação artística entre a da cúpula que envolve a luz, e o capote que envolve e protege o sururu.

O material empregado na peça é o alumínio. O artefato promove iluminação com lâmpada do tipo halógena bipino, e efeito luminotécnico do tipo direto e indireto.



**Figura 12- Luminária Luz de Capote.**

**Fonte: Sauer e Mendes (2011).**

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a oficina de idéias, o Design Social permitiu que a prática do exercício acadêmico assumisse uma dimensão até então intangível e o Caso Vila Brejal demonstra que é possível desenvolver artefatos de interiores pautados em cultura local e *ecodesign*, com o olhar em comunidades socialmente desfavorecidas.

Pretende-se dar continuidade as oficinas com a turma 2011.2, concluindo assim uma série de quatro semestres. Em seguida, será realizado um aprimoramento da metodologia, tendo em vista avaliar as técnicas construtivas e os materiais empregados, além de definir as atividades profissionais empregadas para o desenvolvimento dos artefatos e as possibilidades de geração de educação, emprego e renda.

O Banco de idéias é um importante instrumento para captação de recursos em editais e empresas financiadoras.

O registro da metodologia e aplicação do Caso fomenta que novos casos de Design Social sejam aplicados, favorecendo a troca de saberes, ganhos sociais e ambientais entre comunidades e instituições de ensino.

## REFERÊNCIAS

ALAGOAS. **Iconografia Alagoana**. Livro produzido pelo Governo de Alagoas, em parceria com o Sebrae e Sedec Alagoas. Maceió, 2011.

BARIZON, S. **A responsabilidade do design social**. Disponível em: <<http://paulooliveira.wordpress.com/2007/10/27/a-responsabilidade-do-design-social/>>, acesso em: 10 de Agosto de 2011. BAXTER, Mike Edgard. **Projeto de produto**. São Paulo: Blücher, 2000.

CAVALCANTE, F.; VASCONCELOS, C.; VASCONCELOS, V. **Luminária Mangue**. Trabalho da 2ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió, 2011.

GOMES, E.; LEMOS, A. **Chaise Moranga**. Trabalho da 1ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió, 2011.

\_\_\_\_\_. **Luminária Tilápia**. Trabalho da 2ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió, 2011.

LEVADA. **Bairros de Maceió**. Disponível em: < <http://www.bairrosdemaceio.net/site/index.php?Canal=Mapa%20dos%20Bairros> >, acesso em: 06 de setembro de 2011.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Edusp, 2002.

MENDES, M.; SAUER, A. B. **Estante Mundaú**. Trabalho da 1ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió. 2011.

\_\_\_\_\_. **Luminária Luz de Capote**. Trabalho da 2ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas – IFAL. Maceió: 2011.

MENTA, S. **Projeto de Cooperativa Social/ Geração de renda – Comunidade Brejal**. Projeto de Estágio Supervisionado de Terapia Ocupacional em Saúde Coletiva. Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas – UNCISAL. Faculdade de Terapia Ocupacional. 2010.

MORAIS, L.; POLYNI, N. **Luminária Jangada**. Trabalho da 2ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió. 2011.

\_\_\_\_\_. **Mesa Cores e Tramas**. Trabalho da 1ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas – IFAL. Maceió: 2011.

ONO, M. M. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da Autora, 2006.

PAPANÉK, Victor. **Arquitetura e Design - Ecologia e Ética**. São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Design para el mundo real Ecología humana e cambio social**. Ediciones Blume. Madrid, 1977.

PAZMINO, A. V. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. In: I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba, 4-6 de setembro de 2007. **Anais ....** Curitiba, 2007.

PEIXOTO, C. VASCONCELOS, V. **Banco de Feira**. Trabalho da 1ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas – IFAL. Maceió: 2011.

RODRIGUES, H. **Aparador Oposité**. Trabalho da 1ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas- IFAL. Maceió.2011.

\_\_\_\_\_. **Luminária Spine**. Trabalho da 2ª Banca Interdisciplinar de Produto 2011.1, Disciplina Atelier de Produto do Curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas – IFAL. Maceió: 2011.

ROLNIK, A. **A responsabilidade do Design Social**. Disponível em:  
<[http://www.institutodamanha.com.br/forum/clipping\\_dci.htm](http://www.institutodamanha.com.br/forum/clipping_dci.htm)>, acesso em: 10/05/2010

## DESIGN + TECNOLOGIAS LIMPAS COMO ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE MÓVEIS ESTOFADOS

G. B. Barbosa<sup>1</sup>, A. L. Q. Rapôso<sup>2</sup>, V. L. V. Silva<sup>3</sup> e A. J. C. M. Ferreira<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió

gabriela.barbosa@ifal.edu.br - aurearaposo@ig.com.br

virmalvs@hotmail.com - allana.jéssica@hotmail.com

### RESUMO

Este artigo apresenta resultados parciais de pesquisa sobre o processo de design e a tecnologia empregada na produção de móveis estofados do Arranjo Produtivo Local de Móveis do Agreste do Estado de Alagoas. Esse estudo integra as atividades investigativas da pesquisa intitulada APLmob+ 2011: APLmob+Tecnologia Limpa para estofados desenvolvida pelo NPDesign do Instituto Federal de Alagoas e visa verificar novas possibilidades produtivas e tecnológicas para minimização de perdas e subprodutos da produção de móveis estofados, tendo como objeto de análise o produto SOFÁ. Trata-se de estudo de caso comparativo entre duas empresas do segmento de móveis estofados do APL do agreste alagoano – uma, de micro porte; e outra, de pequeno porte. Como procedimentos metodológicos foram utilizados: levantamento documental e fotográfico, entrevistas e visitas técnicas no local. Pretende-se neste artigo, identificar as principais divergências e convergências existentes no sistema de produto dessas empresas, além de propor alternativas passíveis de serem utilizadas para minimização das perdas e redução das emissões, com base nos princípios do Design Sustentável e das Tecnologias Limpas. Como resultado, espera-se contribuir para a aplicação do pensamento reflexivo sobre o potencial de inserção do Design Sustentável e da Tecnologia Limpa no ambiente produtivo local de micro e pequenas empresas.

Palavras-chave: design, tecnologias limpas, móveis estofados

## 1. INTRODUÇÃO

A produção moveleira do agreste do Estado de Alagoas segue uma tradição de mais de 50 anos e consiste em uma das principais atividades econômicas dessa região. Os produtores de móveis contam com o apoio do Programa de Arranjos Produtivos Locais do Estado de Alagoas (PAPL), através do Arranjo Produtivo Local (a seguir denominado APL) de Móveis do Agreste, mantido pelo Governo de Alagoas em parceria com outras instituições, dentre elas, o SEBRAE-AL e a Prefeitura de Arapiraca.

Nessa região, a produção de móveis concentra-se na cidade de Arapiraca, que também será o sítio do pólo moveleiro do APL, cuja planta industrial encontra-se em construção.

Em Arapiraca, a produção de móveis é bastante intensiva, devido à demanda por parte dos consumidores locais e de áreas adjacentes. No entanto, observa-se que a geração de resíduos (a seguir denominados de perdas produtivas) torna-se um agravante. Por um lado, por não existir um programa de gestão ambiental implantado seja no âmbito do citado APL, seja no ambiente interno das empresas moveleiras locais. Por outro lado, verifica-se também que embora não exista um controle sistemático para a redução das perdas produtivas, algumas ações incipientes e pontuais de aproveitamento interno de parte dessas perdas são praticadas.

Segundo Kiperstok et al. (2002), para sanar tais questões, há estratégias de gestão e tecnologias de produção que têm como objetivo eliminar ou reduzir a geração de perdas produtivas e/ou poluentes que colaboram com a deterioração da natureza. A minimização das perdas produtivas e emissões geradas pela produção de móveis têm como principal objetivo aumentar o grau de utilização dos materiais empregados na produção, de modo a otimizar a eficiência das empresas; favorecer outros benefícios, como aumento da competitividade e redução dos custos com retrabalho; e reduzir os impactos ambientais causados pelo processo produtivo.

De acordo com Duarte (2008), o setor moveleiro está mais participativo quanto aos debates sobre sustentabilidade, impulsionado pela necessidade de repensar suas práticas e, conseqüentemente, mais penso a alterar os modos de produção, devido à crise mundial nas fontes de matérias-primas.

Aliada ao Design Sustentável, a indústria moveleira tem buscado meios eficientes para o desenvolvimento de produtos e serviços que visem proteção ambiental e reduzam impactos gerados durante os processos produtivos. As Tecnologias Limpas, por sua vez, propõem novos parâmetros para a produção industrial e para o consumo, cuja finalidade consiste em diminuir ou tender o máximo possível a zero, os impactos ambientais negativos em todo o ciclo de vida dos produtos, desde a obtenção das matérias-primas e insumos, até o uso e pós-uso dos produtos finais. (VEZZOLI, 2010; MANZINI e VEZZOLI, 2005; TEIXEIRA, 2005).

Esse contexto permite-nos refletir neste artigo sobre o design e as tecnologias limpas como estratégias para o desenvolvimento sustentável de móveis estofados no APL moveleiro do agreste alagoano. O setor de móveis estofados deste APL é formado por empresas de micro e pequeno portes, com origem familiar ou de iniciativa empreendedora. O percentual de empresas atuantes na informalidade é significativo, em torno de 1/3 das empresas. Os motivos vão desde o desinteresse inicial, devido aos encargos sociais considerados altos e que reduzem a margem de lucros; até a demora dos processos burocráticos para a formalização.

Diante do exposto, esse artigo apresenta resultados parciais de pesquisa sobre o processo de design e a tecnologia empregada na produção de móveis estofados do referido APL alagoano. Esse estudo integra as atividades investigativas da pesquisa de iniciação científica intitulada 'APLmob+Tecnologia Limpa para estofados' do Programa 'APLmob+ 2011', desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisa em Design (NPDesign) do Instituto Federal de Alagoas (IFAL).

A pesquisa visa verificar novas possibilidades produtivas e tecnológicas para minimização de perdas e subprodutos da produção de móveis estofados, tendo como objeto de análise o produto SOFÁ. Como amostra da referida pesquisa, foram selecionadas 9 (nove) empresas do segmento de móveis estofados,

sendo 6 (seis) microempresas e 3 (três) empresas de pequeno porte. Neste trabalho, foram selecionadas 2 (duas) empresas da amostra para apresentar resultados parciais da primeira análise estratégica.

Através de estudo comparativo entre essas duas empresas de gestão, porte e sistema de produção distintos, pretende-se identificar as principais divergências e convergências existentes em seus sistemas de produto, além de indicar alternativas que incentivem as empresas caso a melhorar o uso das matérias-primas empregadas e reorientar as perdas produtivas para a minimização.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

Como mencionado anteriormente, para o estudo comparativo foram selecionadas duas empresas da amostra integrantes do setor de móveis estofados do APL de Móveis do Agreste (AL): uma microempresa e uma empresa de pequeno porte.

As empresas caso atuam, respectivamente, na produção de móveis estofados sob medida (Microempresa, aqui identificada como Empresa A) e seriada (Empresa de Pequeno Porte, aqui identificada como Empresa B). Os móveis produzidos destinam-se aos consumidores das classes B, C e D, conforme classificação do IBGE (Tabela 1, a seguir).

Como procedimentos metodológicos foram realizados: levantamento e observação in loco de dados técnicos referentes à produção; mapeamento do arranjo físico; levantamento das máquinas e equipamentos; levantamento e classificação dos materiais de entrada, utilizados na produção; observação quanto à aplicação dos princípios da Produção mais Limpa (P+L) no sistema produtivo dos móveis estofados; e observação quanto à presença de gestão e/ou controle das perdas produtivas geradas.

**Tabela 1: Classes Sociais no Brasil segundo renda total familiar**

Especificação da classe	Faixa de Renda
Classe A	Acima de R\$ 15.300,00
Classe B	De R\$ 7.650 até R\$ 15.300,00
Classe C	De R\$ 3.060,00 até R\$ 7.650,00
Classe D	De R\$ 1.020,00 até R\$ 3.060,00
Classe E	Até R\$ 1.020,00

Fonte: IBGE (citado por Coelho, 2010)

A metodologia ainda utilizou como principais instrumentos de coleta de dados: levantamento documental e fotográfico, entrevistas, observação direta no local e questionários quantitativos e qualitativos, aplicados em visita técnica às empresas.

## 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 3.1 DESIGN E TECNOLOGIAS LIMPAS: UMA BREVE DISCUSSÃO TEÓRICA

O desenvolvimento tecnológico possibilitou ganhos para a movimentação da economia mundial, mas no tocante à conservação do meio ambiente, dos recursos naturais, estes ganhos não são considerados, em sua maioria, positivos.

Com o aumento das empresas e indústrias, e conseqüentemente da produção e demandas do público consumidor, as práticas de degradação do meio ambiente se agravaram, sobretudo no que diz respeito ao não aproveitamento de 100% das matérias-primas utilizadas ou ao descarte das perdas geradas durante os processos produtivos.

Percebe-se que o desenvolvimento com qualidade ambiental e justiça social tem se tornado um grande desafio para a sociedade atual. Segundo Bezerra & Santos (s.a.):

Um desenvolvimento sustentável em nível local e mundial pode se dar, quando há viabilidade política e idéias que estimulem o processo de crescimento econômico, visando oferecer à população uma vida de melhor qualidade, buscando conciliação com a natureza. A fim de evitar que os recursos naturais se tornem escassos para a humanidade no futuro ou entrem para o desenvolvimento econômico.

Em meio aos problemas socioambientais derivados dos impactos negativos causados pela produção industrial, o design e a Produção mais Limpa (a seguir denominada P+L) tornam-se ferramentas capazes de colaborar com o desenvolvimento sustentável de produtos e serviços. O design, na perspectiva projetual, é responsável por mudanças que atingem a sociedade, ao definir soluções para novos problemas, através do desenvolvimento de produtos e processos que atendam as necessidades de determinado grupo com mínimo possível de impacto ao ambiente. A prática da P+L, por sua vez, leva ao desenvolvimento e implantação de Tecnologias Limpas nos processos produtivos, através de estratégias de cunho ambiental, econômico e tecnológico (KIPERSTOK, et al., 2002; CNTL, s.a).

Para Bezerra & Santos (s.a.), as Tecnologias Limpas são caracterizadas como otimizadoras dos processos de produção existentes, através de modificações pertinentes em máquinas e da intervenção nos processos produtivos, além da intervenção na composição do produto, objetivando a redução das perdas geradas durante e após a atividade.

As empresas devem estar sempre atentas à redução dos impactos ambientais no âmbito da sua produção interna, pois a não observância desses aspectos hoje podem ocasionar a perda de espaços conquistados no mercado em consonância com o público consumidor, além de estarem sujeitos a sanções de ordem normativa e judicial.

No desenvolvimento de produtos e processos, a empresa deve considerar o ciclo de vida do produto, além dos processos de reuso e reciclagem interna e externa. Atualmente, torna-se necessária a implementação dos princípios da P+L que, segundo Unido (1997) citado por Ometto, Souza & Guelere Filho (2007), abrangem desde a diminuição dos materiais e das perdas, até a substituição dos equipamentos. O Quadro 1 a seguir descreve oito aproximações que podem ser observadas nas técnicas da P+L:

**Quadro 1: Técnicas de P+L (adaptado de Unido, 1997, citado por Ometto, Souza & Guelere Filho, 2007)**

<b>Técnicas de Produção Mais Limpa</b>	
<b>Manutenção adequada</b>	Prevenção de vazamentos, perdas e derramamentos; calendário de manutenção preventiva; inspeção frequente dos equipamentos; treinamento de pessoal.
<b>Realização de substituições</b>	Por materiais menos tóxicos; materiais renováveis ou com maior ciclo de vida.
<b>Melhoria no Controle dos Processos</b>	Mudanças nos procedimentos de trabalho; instruções de utilização das máquinas e manutenção dos dados do processo para facilitar a melhoria de sua eficiência e menor geração de perdas e emissões.
<b>Mudanças no Equipamento</b>	Mudanças nos equipamentos de produção e nos auxiliares, como a adição de uma divisão de medidas e controle, para melhorar a eficiência e diminuir taxas de perdas e emissões.
<b>Mudanças na Tecnologia</b>	Utilização de tecnologias menos poluentes; mudança no fluxograma dos processos a fim de diminuir a cadeia produtiva.
<b>Reciclagem/Reuso</b>	Realizar a reciclagem das perdas geradas para serem utilizadas no próprio processo ou para outras aplicações na companhia.
<b>Aproveitamento Máximo dos Materiais</b>	Transformação das perdas geradas em materiais que podem ser reutilizados ou reciclados para outras aplicações na empresa.
	Mudanças no produto com a finalidade de minimizar os impactos

<b>Reformulação/Modificação do Produto</b>	durante sua produção, uso, reciclagem ou disposição final.
--	--

As práticas da P+L e das Tecnologias Limpas, aplicadas ao sistema de produto das empresas de móveis estofados do APL moveleiro alagoano, podem contribuir para o desenvolvimento local sustentável, por apresentarem alternativas que propõem a redução dos impactos negativos gerados pela produção.

Métodos simples e eficazes, apresentados no quadro acima, como o uso de materiais com nível de toxicidade reduzido; matérias-primas renováveis e certificadas; reciclagem e/ou reutilização das perdas geradas bem como a utilização de tecnologias menos poluentes; planejamento do arranjo físico, entre outros, podem proporcionar às organizações, benefícios socioambientais e econômicos.

Bezerra & Santos (s/d) afirmam que:

A inserção da educação ambiental, de projetos e estudos voltados para o meio ambiente, para as tecnologias limpas e para todos os tipos de tecnologias ambientais, deve ser constante. São propostas que abrangem a criação de novas fontes energéticas, um melhor aproveitamento dos recursos naturais, reciclagem de lixo e resíduos, não poluição do ar e dos rios, conservação dos solos, técnicas de reflorestamento etc.

Sendo assim, a inovação tecnológica faz-se necessária como aspecto fundamental para a promoção da qualidade ambiental e para a utilização de matérias-primas naturais através de formas ecologicamente mais adequadas. E que faz emergir novos processos de industrialização para favorecer não só o crescimento socioeconômico; mas, ao mesmo tempo, prima pela redução dos impactos socioambientais e pela minimização das perdas produtivas, poluidoras do meio ambiente.

## **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

### **4.1 ESTUDO COMPARATIVO EM EMPRESAS DE ESTOFADOS DE ARAPIRACA**

A partir da aplicação de entrevistas, questionários e observações diretas no local nas empresas caso de móveis estofados selecionadas para este estudo, constatamos alguns pontos convergentes e divergentes quanto à gestão e aos métodos produtivos, dentre outros fatores pertinentes ao funcionamento das organizações, como por exemplo, o produto e o leiaute da oficina.

#### **4.2.1 Estudo de Caso 1: Empresa A**

De acordo com os dados levantados, a empresa A, de micro porte, apresenta um sistema de produção derivado de soluções adotadas pelo proprietário. Ou seja, não houve um planejamento específico para a instalação de um arranjo físico adequado.

A empresa trabalha com móveis sob medida, através de encomenda. Dessa forma, os estilos dos sofás variam, isto é, mudam de acordo com a preferência do cliente. Através de imagens (retiradas de mídias eletrônicas e revistas) e apresentadas numa pequena sala com computador, os clientes escolhem o modelo do produto, além do tipo e da cor do tecido desejado.

Para a fabricação do produto SOFÁ, os materiais utilizados são: madeira certificada, cinta de borracha, adesivos de contato (colas), espumas, grampos, tecidos naturais e sintéticos. Observa-se que alguns critérios de design + tecnologias limpas são levados em consideração durante a escolha dos materiais: fatores ambientais (selos verdes e certificações) e características técnicas dos produtos. O sistema de produção utilizado pela empresa é semi-industrial. Conta com métodos artesanais e mecânicos. A linha de produção do SOFÁ segue a ordem: 1) marcenaria (corte de madeira); 2) estrutura (montagem da grade) e percinta; 3) corte e costura de tecidos; 4) estofamento (aplicação de espuma) e



montagem final; 5) estoque de peças acabadas; 6) atendimento e vendas. A Figura 1 mostra de forma esquemática o leiaute atual da empresa, com as respectivas disposições das áreas de produção:



**Figura 1: Leiaute da empresa A: esquematização das áreas de produção**

No leiaute acima disposto, percebe-se que apesar de tentar seguir uma ordem lógica de fabricação, a linha de produção ocorre em sentido inverso: de trás para frente, com algumas interrupções. Em parte, isso ocorre devido a uma única passagem na empresa. A entrada de matéria-prima é a mesma para saída do produto acabado e/ou exposição e venda. O espaço físico da empresa é consideravelmente estreito e pequeno para a demanda da produção interna.

Há ausência de leiaute planejado, que atenda melhor as necessidades dos processos de fabricação, por exemplo, quanto à: a) área de armazenamento de matérias-primas; b) delimitação sequencial dos setores para cada atividade produtiva; c) sistemas de exaustão e ventilação internos; d) uso de máquinas e equipamentos tecnologicamente avançados (a troca de máquinas improvisadas por máquinas específicas, exemplo: esquadrejadeira). Aspectos que podem interferir diretamente na qualidade do ambiente de trabalho e na saúde dos trabalhadores, bem como na qualidade dos produtos acabados. O excesso de perdas produtivas ou matérias-primas não processadas 100%, dispostas dentro do chão de fábrica, também comprometem a qualidade da produção. A Figura 2 a seguir, exemplifica as problemáticas existentes na empresa A:

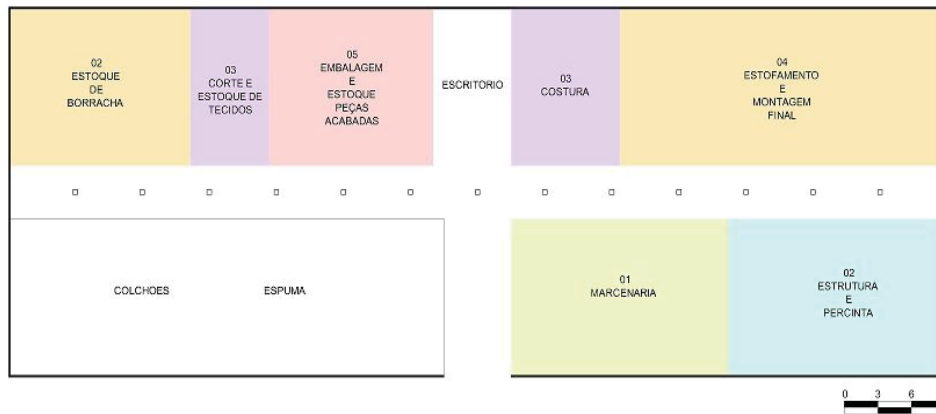


**Figura 2: Área de produção (empresa A)**

Verifica-se também a ausência de especialistas voltados à área de gestão ambiental e design. Todas as atividades são estabelecidas pelo proprietário, desde a elaboração do design do produto até a gestão das perdas produtivas geradas, ainda que de modo incipiente. Há uma sensibilidade, quanto ao reaproveitamento de determinados materiais: processamento das sobras de espumas em flocos para enchimentos de almofadas; doação de retalhos de tecidos; repasse de aparas de madeira para fornos de padarias.

#### 4.2.2 Estudo de Caso 2: Empresa B

A empresa B, de pequeno porte e atuante na informalidade, trabalha na confecção seriada de móveis estofados. Possui uma produção padronizada. Ou seja, há modelos-padrão (design próprio) que são estabelecidos pelo proprietário, de acordo com a aceitação do produto no mercado.



**Figura 3: Leiaute da empresa B: esquematização das áreas de produção**

Os materiais utilizados para confecção do SOFÁ são: madeira certificada, cinta de nylon e de borracha, adesivos de contato (colas), espumas, grampos e tecidos sintéticos. A escolha dos materiais segue requisitos, tanto técnicos e ambientais, quanto mercadológicos: satisfação do mercado, cliente e qualidade da marca (fabricante).

A empresa apresenta sistema de produção industrial. A linha de fabricação do SOFÁ segue a ordem: 1) marcenaria (corte de madeira); 2) estrutura (montagem da grade) e percinta; 3) corte e costura de tecidos; 4) estofamento (aplicação de espuma) e montagem final; 5) embalagem e estoque de peças acabadas. A Figura 3, acima, representa o leiaute atual da empresa, com as respectivas áreas de produção.

Observa-se, que a organização do leiaute existente poderia ser otimizada, visto que há uma quebra no fluxo de produção. Os setores de corte e costura e a área de estoque dos tecidos localizam-se afastados entre si e do setor de estofamento e montagem final. O que ocasiona demoras na cadeia produtiva. Outro ponto que poderia ser melhorado é o distanciamento entre o estoque de cintas de borracha e a área de estrutura e percinta (as áreas ficam nos extremos do espaço físico da empresa).

A linha de produção encontra-se setorizada à direita do espaço físico da empresa, devido à ocupação de outro empreendimento voltado à fabricação de colchões. A área é cedida em troca da espuma para estofamento, o que facilita a disponibilidade de matéria-prima (espuma) no processo. Com isso, o fluxo de produção dos estofados acontece de forma semicircular, explorando todo lado disponível. Na área central, estão dispostos o estoque de matérias-primas e as perdas produtivas geradas. Apesar de o espaço físico ser amplo, a ausência de planejamento específico que otimize a produção é visível. A quantidade de perdas disposta no ambiente de trabalho é significativa e compromete o bom funcionamento do fluxo produtivo. A Figura 4 apresenta a área de produção da empresa B, com os respectivos problemas explanados:



**Figura 4: Área de produção (empresa B)**

A ausência dos setores de design e gestão ambiental também é verificada na empresa B. Apesar de reaproveitarem as sobras de espumas em flocos; e de doarem o pó de serra e as aparas de tecidos, a empresa apresenta prática de incineração inadequada de aparas de madeira. Em sua maioria, feita com compostos químicos, o que compromete não somente a saúde dos funcionários, como também a qualidade ambiental da cidade.



**Figura 5: Descarte de madeira para incineração**

Através da Figura 5, observa-se que a área externa da empresa é utilizada para a referida incineração das aparas de madeira, descartadas da produção. O descaso com essas perdas geradas e a ausência de controle tornam-se agravantes para o bem estar da sociedade como um todo e impedem que a empresa conquiste espaço no mercado no âmbito socioambiental.

#### 4.2.3 Estudo Comparativo: Empresa A versus B

De acordo com as particularidades das empresas A e B, percebe-se que existe entre elas aspectos semelhantes (positivos e negativos) e divergentes. O Quadro 2 abaixo sintetiza informações coletadas quanto à forma de atuação das empresas.

**Quadro 2: Atuação das empresas em estudo**

Aspectos observados	Empresa A	Empresa B
Porte da empresa	Micro porte	Pequeno porte
Tempo de atuação	1 ano	1 ano e 6 meses
Formalização	Formal	Informal
Mercado de atuação	Local	Local e Regional
Origem da empresa	Iniciativa empreendedora	Estrutura familiar

As empresas caso desse estudo apresentam divergência quanto à formalização, conforme indicado pelo Quadro 2. A microempresa, apesar de estar no mercado há pouco tempo, encontra-se formalizada. A empresa de pequeno porte, que atuou no mercado durante 5 anos, interrompeu suas atividades, e, voltou a funcionar recentemente (pouco mais de 1 ano), ainda está na informalidade devido à burocracia.

Foram verificadas ainda informações quanto ao tipo de produção; materiais utilizados e critérios para sua seleção; produto-destaque em vendas; gestão e controle das perdas geradas; além do possível uso dos princípios da P+L e das Tecnologias Limpas nos sistemas produtivos das empresas. O Quadro 3, a seguir, sintetiza esses dados sobre as empresas.

**Quadro 3: Comparativo entre empresas quanto ao sistema de produção e gestão**

Aspectos Observados	Empresa A	Empresa B
---------------------	-----------	-----------

Tipo de Produção	Sob medida / Semi-industrial	Em série / Industrial
Materiais utilizados (principais)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Madeira certificada (pinus),</li> <li>2. Lâminas naturais</li> <li>3. Cinta de borracha</li> <li>4. Adesivos de contato (cola branca e adesiva em spray)</li> <li>5. Tecidos naturais e sintéticos</li> <li>6. Espuma, grampos, papelão etc.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Madeira certificada (eucalipto)</li> <li>8. Lâminas naturais</li> <li>9. Cinta de nylon</li> <li>10. Cinta de borracha</li> <li>11. Adesivos de contato (cola para madeira)</li> <li>12. Tecidos sintéticos</li> <li>13. Espuma, grampos, papelão etc.</li> </ol>
Critérios de seleção dos materiais (por ordem de prioridade)	<ol style="list-style-type: none"> <li>14. Características técnicas</li> <li>15. Características ambientais (selos verdes, certificações)</li> <li>16. Qualidade da marca/ fabricante</li> <li>17. Satisfação do cliente</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. Características técnicas</li> <li>19. Características ambientais (selos verdes, certificações)</li> <li>20. Qualidade da marca/ fabricante</li> <li>21. Satisfação do mercado</li> <li>22. Satisfação do cliente</li> <li>23. Preço</li> </ol>
Produto carro-chefe	24. Conjunto de sofá (2 e 3 lugares)	25. Conjunto de sofá (2 e 3 lugares)
Gestão e controle dos resíduos	<ol style="list-style-type: none"> <li>26. Reuso</li> <li>27. Reciclagem (ou reciclagem mecânica externa)</li> <li>28. Incineração*</li> <li>29. Doação de retalhos de tecidos</li> <li>30. Aproveitamento da espuma (enchimento de almofadas)</li> <li>31. Repasse das sobras de madeira para fornos de padarias</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>32. Incineração*</li> <li>33. Doação do pó de serra e retalhos de tecidos</li> <li>34. Aproveitamento da espuma (enchimento de almofadas)</li> <li>35. Venda dos flocos de espuma</li> </ol>
Princípios P+L	Não utiliza	Não utiliza
Princípios Tecnologias Limpas	Não utiliza	Não utiliza

\* A sobra da madeira é queimada como um método de eliminação do resíduo, não como fonte de geração de energia.

O produto carro-chefe de ambas as empresas caso é o tradicional conjunto de sofá de 2 e 3 assentos. Os produtos atendem as exigências do público consumidor local, apesar de uma das empresas (empresa B) trabalhar de modo seriado e padronizado.

Constata-se ainda que, apesar das empresas A e B não utilizarem estratégias de P+L nem usarem princípios das Tecnologias Limpas de modo sistêmico em seus processos produtivos, realizam ações incipientes voltadas ao controle das perdas produtivas, como por exemplo: o aproveitamento das sobras de espuma e tecidos; o reuso ou recuperação de materiais descartados após primeiro consumo, como as cintas de borrachas (pneus); além de realizarem vendas e/ou doações das perdas para artesãos locais.

Aqui, cabe destacar que a não aplicação dos princípios da P+L e das Tecnologias Limpas constitui-se em aspecto semelhante que marca um ponto negativo das empresas que precisa ser melhorado.

Outra semelhança negativa sobre o aspecto socioambiental é a prática da incineração como alternativa para gerenciar perdas. Além de não existirem exaustores dentro das fábricas, capazes de absorver os particulados emitidos pelo corte da madeira, a emissão de gases gerados durante a queima química inadequada das sobras de madeira, compromete a qualidade ambiental em geral.

## 5. CONCLUSÃO

Em meio aos problemas socioambientais causados pelos processos industriais, faz-se necessária a aplicação de alternativas capazes de minimizar os impactos negativos gerados. Os princípios da P+L e das Tecnologias Limpas, sob essa vertente, podem contribuir para o desenvolvimento de práticas sustentáveis.

A qualidade ambiental dos produtos e processos não deve ser vista apenas como algo que possui uma devida aceitação no mercado, mas como escolha que proporcionará um desenvolvimento local sustentável. As práticas industriais, aliadas a conservação do meio ambiente, podem favorecer ganhos às empresas, tendo em vista a produção de bens duráveis que atendam a essa demanda atual, sem por em risco as necessidades das futuras gerações.

Um dos fatores capazes de contribuir para o aprimoramento da produção e garantir boa qualidade aos produtos é o planejamento do leiaute. De acordo com Villar (2004), o planejamento reduz demoras, manuseio de material, material em processo, tempo e custos indiretos; economiza espaço e otimiza a utilização do equipamento, mão-de-obra e serviços, uma vez que tem como princípios a mínima distância, integração, satisfação, segurança, flexibilidade e a obediência ao fluxo de operações.

Outra alternativa é o uso de métodos simples e eficazes, aliados aos princípios da P+L, que podem oferecer às empresas benefícios econômicos e socioambientais viáveis. Tais como: uso de materiais renováveis e certificados; prática da reciclagem-recuperação interna e/ou reutilização das perdas geradas; utilização de tecnologias menos agressivas; uso reduzido de água, energia elétrica e outros. São exemplos que podem proporcionar um respaldo positivo.

Indicam-se, ainda, os benefícios da educação ambiental dentro e fora das empresas, como meio de conscientização dos stakeholders (atores envolvidos em toda cadeia produtiva) e do público consumidor sobre suas reais necessidades, respectivamente.

## 6. AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Gestor do APL de Móveis do Agreste, Gilson Melo; à Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação (PRPI) do IFAL pelo fomento às pesquisas do NPDesign, através de bolsas de iniciação científica do PIBICT/IFAL às alunas Allana Jéssica M. Ferreira e Virna Lisi V. da Silva (no período de março a setembro de 2011) e às alunas Jéssica Valéria Cavalcante Ferreira e Maria Agnólia Teixeira Gardino que continuaram o trabalho das bolsistas anteriores revisando este artigo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ALBERTO, Carlos Jr. Produção de móveis cresce no Agreste. In.: Portal O Jornal Alagoas, 2011. Disponível em: <http://www.ojornalweb.com/2011/06/19/producao-de-moveis-cresce-no-agreste/>. Acesso em: junho/2011.

CNTL, Centro Nacional de Tecnologias Limpas. (s.a.). O que é Produção mais Limpa (PmaisL)?. In: Portal CNTL SENAI. Disponível em:  
[http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs\\_senai\\_uos/senairs\\_uo697/O%20que%20%E9%20Produ%E7%E3o%20mais%20Limpa.pdf](http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs_senai_uos/senairs_uo697/O%20que%20%E9%20Produ%E7%E3o%20mais%20Limpa.pdf). Acesso em: junho/2011.

COELHO, L. R. (2010). O Brasil, suas classes sociais e a implicação na economia. In: Logística descomplicada. Disponível em: <http://www.logisticadescomplicada.com/o-brasil-suas-classes-sociais-e-a-implicacao-na-economia/>. Acesso em junho/2011.

DUARTE, A. Sustentável leveza do bio. Sustentabilidade. Revista Móveis de Valor, ed. 73, p. 40-43, 2008.

KIPERSTOK, A., et al. Motivação: das práticas de fim-de-tubo para a prevenção da poluição. In: Kiperstok, A. (Org.). Prevenção da poluição. Brasília: SENAI/DN, pp. 21-35, 2002.

MANZINI, E; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: EDUSP, 2005.

OMETTO, A. R., et al. A Gestão Ambiental nos Sistemas Produtivos. Revista Pesquisa & Desenvolvimento Engenharia de Produção, vol. 5, nº 1, 6ª edição. Itajubá: UNIFEI, p. 22-36, 2007.

SANTOS, F. P. dos; BEZERRA, M. R. (s.a.). Tecnologia Limpa em Favor do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/2/891.pdf>. Acesso em: junho/2011.

TEIXEIRA, M. G. Aplicação de conceitos da ecologia industrial para a produção de materiais ecológicos: o exemplo do resíduo de madeira. Dissertação de Mestrado não publicada. Departamento de Engenharia Ambiental - DEA. Universidade Federal da Bahia, 2005.

VEZZOLI, C. Design de sistemas para a sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável de “sistemas de satisfação”. Salvador: EDUFBA, 2010.

VILLAR, A. M; NÓBREGA, C. L. Planejamento das instalações industriais. João Pessoa: Manufatura, 2004.

## ENTRE A INOVAÇÃO E A TRADIÇÃO: A PRESENÇA DA CULTURA INDÍGENA NO DESIGN CONTEMPORÂNEO BRASILEIRO

A. B. B. Melo<sup>1</sup>, A. H. L. Silva<sup>2</sup> e R. L. Rodrigues<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió, <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió e <sup>3</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió

anabeatriz.rppp@hotmail.com – marylr\_rose@yahoo.com.br – amaroleitedasilva@yahoo.com.br

### RESUMO

O presente artigo traz uma discussão a respeito da relação do design contemporâneo brasileiro com a produção artesanal da cultura indígena. Para tanto, tomamos como referência a produção de algumas peças de design, sobretudo, do design de interiores. Este estudo é fruto das pesquisas (ainda parciais) desenvolvidas pelo Grupo de Estudos Memória, Tecnologia e Etno-História de Alagoas (GEMTEH) do Instituto Federal de Alagoas (IFAL) sobre as manifestações culturais das comunidades indígenas, contribuindo para reflexão sobre a nossa identidade cultural, destacando a produção de artefatos do design contemporâneo que expressam o fazer desses povos.

**Palavras-chave:** etnodesign, artesanato, cultura indígena

## 1. INTRODUÇÃO

Fazer design, na contemporaneidade, muitas vezes é buscar a inovação através de releituras do cotidiano, na simplicidade de pequenas formas, cores e texturas que, somente um olhar técnico pode capturar e transcrever esses elementos num objeto que exerce determinada função. Cada vez mais o design está voltado a conceitos que visam refletir modelos culturais diferenciados, valorizando produções artísticas e artesanais de comunidades e/ou lugares até então desconhecidos ou pouco explorados. É na tentativa de atribuir valores identitários a um produto ou a uma linha de produtos que o profissional designer encontra-se entre a inovação e a tradição, ou alcança a primeira através da segunda, num desafio de reescrever a cultura de um lugar ou de um povo numa peça que percorrerá o mundo, sendo essa a perspectiva o foco da estética do design pós-moderno.

Dessa maneira, o design tem o poder de difundir culturas, fazeres e modos de vida, é uma rica fonte de conhecimento, visto que hoje se transformou num elemento de intensa importância na vida das pessoas, e está associado à qualidade e ao bem-estar dos seus usuários. Conforme Heskett (2008, p.10): “Ele (o design) afeta todo mundo em todos os detalhes de todos os aspectos de tudo o que as pessoas fazem ao longo do dia”.

Entendendo o design como veículo de informação cultural, o GEMTEH pretende reconhecer e pontuar elementos da diversidade cultural e produtiva das comunidades indígenas inseridos no design brasileiro. Pois, a história quando não omite a presença do índio em território brasileiro, coloca sua participação em tempos primórdios, como se não existisse no presente. Isso contribui para uma visão preconceituosa que a maioria da população brasileira tem dos povos indígenas, caracterizando-os muitas vezes como “selvagens”, “primitivos”, “caboclos” ou “mestiços”.

Apesar de muitas dificuldades para preservar seu patrimônio cultural a produção artesanal da cultura indígena tem se destacado como uma das tendências no design de interiores, expressando-se principalmente na corrente do etnodesign, com a proposta não apenas de resgatar seus valores culturais nem tampouco de tratar seus artefatos como meros objetos, mas, sobretudo, como obras de arte, e, quando em releituras, transformados em peças ícones do design.

Vale ressaltar que a cultura indígena faz parte da construção do que se denomina identidade cultural brasileira. É a partir da busca pelo conhecimento sobre o que caracteriza a vida desses povos – seu cotidiano, rituais e costumes – que se torna possível perceber as origens e significados de alguns hábitos que a sociedade nacional vivencia no seu dia-a-dia. Nas comunidades indígenas encontramos uma cultura repleta de significados e sentimentos, inclusive sagrados, que guardam o segredo da sua identidade étnica.

A cultura desses povos é patrimônio de suma importância não apenas para eles próprios, mas também para toda a sociedade brasileira. Dessa forma, estamos fazendo um levantamento de dados acerca da cultura indígena: história, tradições e produção de artefatos na busca por releituras desta cultura na produção do design contemporâneo. Estamos tentando combater o desconhecimento e os equívocos com relação a essas comunidades, contribuindo para a valorização e reconhecimento de sua riqueza cultural e de seu uso pela sociedade nacional. Isto é o que objetivamos como resultado parcial desta pesquisa.

## 2. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O DESIGN E O ARTESANTO

A origem da palavra “design”, numa análise etimológica, no Brasil, é inglesa a qual possui uma significação complexa, ao se referir a “idéia de plano, desígnio, intenção, quanto à configuração, arranjo, estrutura” (DENIS, 2000, p.16). De acordo com Lobach (2001, p.16):



[...] podemos deduzir que o design é uma idéia, um projeto ou um plano para a solução de um problema determinado. O design consistiria então na corporificação dessa idéia para, com a ajuda dos meios correspondentes, permitir a sua transmissão aos outros. Já que nossa linguagem não é suficiente para tal, a confecção de croquis, projetos, amostras, modelos constitui o meio de tornar visualmente perceptível a solução de um problema.

Assim, para esses autores, o conceito de design relaciona-se com a materialização de uma idéia, que inicialmente se apresenta em croquis, projetos e modelos, e posteriormente se configura em um produto de caráter industrial, para produção seriada. Para eles, o design difere-se da prática artesanal, das artes plásticas e gráficas, apesar de muitas vezes “resgatar suas antigas relações com o fazer manual” (DENIS, 2000, p. 17).

A distinção entre o design e o artesanato consolida-se com a função aderida ao profissional designer, a qual se limita em definir o projeto que será executado por outro profissional, geralmente por meios industriais e não mais manuais.

Todavia, apesar de inúmeros autores considerarem a origem do design na Revolução Industrial, com a aparição da figura do designer, Heskett (2008, p.19) indica que é difícil apreender o início do fazer design, já que não se sabe, ao certo, onde e quando o homem passou a modificar o ambiente em que vivia, indicando que,

Desde tempos remotos, os homens sempre criaram estereótipos de formas, ou seja, conceitos fixos de quais formas são mais apropriadas para finalidades específicas, e isso se contrapõe à sua capacidade de inovação. De fato, muitas vezes as formas se tornaram tão adaptadas às necessidades da sociedade que se misturaram ao seu estilo de vida e passaram a integrar suas tradições.

Logo, Heskett (2008) traz um conceito de design singular e bastante relevante para compreender como o artesanato de comunidades tradicionais se relaciona com o fazer design, visto que, pode-se ponderar que a capacidade humana de se produzir design sempre foi muito constante, mesmo que os métodos tenham sido alterados em meio às mudanças tecnológicas, organizacionais e culturais. Ou seja, desde que o homem começou a criar instrumentos e artefatos para a sua sobrevivência o design existe e na Revolução Industrial houve apenas uma distinção entre a concepção de produto, de projeto, e sua produção. Portanto, o artesão do passado é o designer de hoje; porém este trabalha apenas na concepção do produto e não em sua produção, enquanto aquele participa de todos os processos de criação e materialização do objeto.

Diante de tais premissas, pode-se sintetizar as atividades exercidas pelo designer e pelo artesão, no caso o indígena – o qual é o nosso objeto de estudo –, nos seus respectivos processos de produção através da seguinte tabela (ver Tabela 1):

**Tabela 1 - Atividades para execução de um objeto: designer x artesão**

Atividade	Designer	Artesão
Finalidade do objeto	Atender às expectativas do(s) cliente(s) e, em alguns casos, do fabricante.	Atender às expectativas do mundo espiritual, mítico de sua comunidade ou para a manutenção de uma tradição.
Idealização do produto	Projeta através de croquis e modelos.	Testa, levando em consideração os conhecimentos

		transmitidos pelas gerações anteriores.
Escolha da matéria-prima	Precisa conhecer a origem e meios para extração e logística. Não necessariamente a extração se dá próxima à <b>indústria</b> .	Precisa conhecer a origem e meios para extração e logística. Geralmente a extração se dá próxima à <b>oficina</b> .
Definição da(s) técnica(s) utilizada(s)	Maquinário e mão-de-obra especializados para a confecção do produto. Não participa do processo de produção.	Geralmente são técnicas manuais, no entanto, não necessariamente individuais. O trabalho pode ser coletivo.
Definição do local favorável à execução do objeto	Em geral, uma indústria que atenda aos requisitos de equipamentos necessários à execução.	Sem lugar rigorosamente pré-definido.
Definição do processo de uso do objeto	Fica restrito à necessidade do usuário, que terá total liberdade de manipulação.	O artesão é responsável pelo uso e armazenamento do objeto, quando de caráter litúrgico. Caso contrário, fica restrito à necessidade do usuário, que terá total liberdade de manipulação.

**Fonte: Grupo de pesquisa GEMTEH**

Dessa maneira, percebe-se que apesar de distintas, as atividades do designer e do artesão são resultados de um processo contínuo que vai da idealização ao uso do produto. Bürdek (2006) indica as seguintes finalidades que são inerentes ao design: o social, o funcional, o significativo e o objetivo. Contudo, como foi visto na tabela 1, essas mesmas qualidades podem estar essencialmente embutidas no fazer artesanal, o que poderia gerar um conflito de conceitos caso não fossem explicitadas as diferenças entre o designer e o artesão, como fora anteriormente.

Portanto, nota-se que, o designer atribui valores estéticos e culturais, que representam uma sociedade numa determinada época, aos objetos resultantes do meio industrial, enquanto o artesão indígena materializa o conhecimento e a sabedoria de uma determinada comunidade através de um objeto estritamente manual. O primeiro preocupa-se com uma cultura global, já o segundo visa à valorização de uma produção local, entretanto o design contemporâneo está mudando esse conceito, ao agregar valor aos produtos artesanais estimulando a identidade cultural do lugar.

### **3. O DESIGN CONTEMPORÂNEO E A BUSCA DA INOVAÇÃO ATRAVÉS DA TRADIÇÃO**

Em resposta ao processo de globalização, o design contemporâneo vem buscando alternativas de preservação do patrimônio imaterial e de valorização dos produtos e técnicas locais. Através de medidas inovadoras e sustentáveis, muitos designers estimulam o reconhecimento e a valorização de produtos de comunidades que ficam na maioria das vezes, à margem da sociedade (KRUCKEN, 2009). Conforme Hall (2004, p. 77),

[...] ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e com a mercantilização da etnia e da “alteridade”. Há juntamente com o impacto do “global” um novo interesse pelo “local”. A globalização

[...], na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar uma nova articulação entre “o global” e “o local”.

Frente a esta situação no mundo atual, o design brasileiro reage aderindo ao conceito de etnodesign, o qual possibilita, após anos de referências internacionais, ao profissional designer considerar os processos de produção artesanal das inúmeras etnias que compõem o Brasil, em seus projetos de design, de modo a estabelecer uma relação inter-étnica na prática e atuação do mesmo.

Logo, o designer contemporâneo brasileiro se depara com a diversidade étnica e com uma intensa dinâmica cultural presente no país, levando em consideração a “contribuição de cada uma das etnias para o dinâmico processo de construção das várias identidades que compõe a grande identidade brasileira” (NOGUEIRA, online).

É voltado para os saberes culturais, para a memória e para a identidade que o design, antes restrito a uma sociedade dominante – a do homem branco –, agora dá ênfase às “identidades marginalizadas” pela história em geral e, sobretudo, pelas referências utilizadas em todo o histórico de produção do design (DEMPSEY, 2003, p. 272) – essencialmente, o brasileiro.

Dessa maneira, o dos fazeres das etnias tecnologias e processos uma prática mais autóctone, uma identidade, no design,

Como indica deve considerar “os do caiçara, do indígena, do negro, do sertanejo, do pantaneiro e de todos os outros brasileiros resultantes de nosso processo de miscigenação étnica”, a fim de se estabelecer um autoconhecimento, utilizando o etnodesign como uma ferramenta informativa das simbologias e saberes que regem a cultura desses povos.



etnodesign visa à valorização brasileiras, realçando suas produtivos, o que possibilita ao estimular a construção de genuinamente nacional.

Nogueira (online), o designer costumes e histórias do caipira,

Diante das premissas que impõe o etnodesign, se faz necessário perceber os produtos locais como manifestação cultural, a qual expressa o território e a comunidade geradora dos mesmos, de modo a permitir um sistema de trocas de conhecimentos e saberes a fim de aprimorar tanto o design quanto a própria produção dessas comunidades. Assim, segundo Krucken (2009), agregar valores aos produtos, ao estimular a identidade local, é um dos preceitos do design contemporâneo, e um motivo que impulsiona o seu investimento pelas empresas e/ou indústrias.

Entretanto, essa tendência de valorizar as culturas locais tem sua raiz no período modernista brasileiro, quando o design, após a década de 1930, passou a ter uma concepção estética baseada na identidade nacional, representado, principalmente, pela italiana Lina Bo Bardi e por Sérgio Rodrigues. A primeira foi responsável para a criação de uma nova estética, da qual o móvel moderno não se limitava às linhas simples e à funcionalidade óbvia, mas sim à expressão de uma cultura brasileira, até então escondida pelos móveis de estilo. O segundo, um dos designers da época que mais se preocupou em transferir a identidade nacional à sua mobília, alimentava a idéia de criar uma linha de móveis com aspectos nacionais, desde o desenho à escolha dos materiais, Santos (1995).

Dessa forma, quando Lina Bo Bardi, em 1948, concebeu a Cadeira Tripé (ver Figura 1) referenciando a rede de dormir das tribos indígenas, assim como quando Sérgio Rodrigues, em 1963, criou a Poltrona Moleca (ver Figura 2), fazendo relação com o “ser carioca”, ambos estavam seguindo um modelo de produção voltado a um design relacionado às questões culturais brasileiras, inclusive indígenas.

**Figuras 1 e 2 - Cadeira Tripé e a Poltrona Moleca**  
**Fontes: VITRUVIUS, online; LEGADOARTE, online**

Portanto, iniciada no período modernista, a busca pela representação da brasilidade no design torna-se cada dia mais intensa no que chamamos de pós-modernidade. A expressão da cultura brasileira, hoje, é uma ferramenta estratégica que está sendo explorada por inúmeros designers, na tentativa de equilibrar a inovação à tradição. Assim, inserir a arquitetura e ao design uma concepção estética voltada às raízes da cultura nacional, especialmente indígena, é uma tendência que está sendo adotada por inúmeros profissionais.

#### **4. O ÍNDIO NO DESIGN CONTEMPORÂNEO**

Na sociedade miscigenada brasileira há uma tendência a copiar tudo o que vem de fora, aderir a costumes e valorizar o modo de vida do estrangeiro. Tudo isso é consequência da nossa formação histórica, quando foi imposto as nossas comunidades étnicas um novo modo de viver que não lhe pertencia. Mota (2008) afirma que o contato dos brancos com os povos indígenas era realizado com o objetivo de assimilá-los e aculturá-los, construindo relações entre si, relações que poderiam ser de acomodação, negociação ou de conflitos.

Foi a partir dessas relações que se iniciou a miscigenação entre as diferentes culturas – índia, negra e branca. Cada um percebeu as diferenças no modo de ver e viver a vida, bem como na maneira de dar sentido a ela. E assim, cada povo passou a vivenciar e ressignificar elementos pertencentes à cultura alheia. Por exemplo, alguns dos objetos e artefatos indígenas passaram a ser incorporados ao modo de vida do branco como a panela de barro, a rede, o banco e os instrumentos de caça. Dessa forma, a casa do branco passou a ter objetos que, além de terem consigo o espelho do meio ambiente, possuem, ainda, significados espirituais que carrega os segredos e mistérios da cultura indígena.

No entanto, apesar de séculos se apropriando de utensílios e da arte indígena, ainda há uma falta de sabedoria quanto sua plasticidade e concepção estética. A busca pela ruptura desse desconhecimento é uma possibilidade tão inovadora e recente que no dia 10 de setembro de 2011, em São Paulo, foi aberta a mostra *ArteFatos indígenas* no Pavilhão das Culturas Brasileiras onde,

Os trabalhos reunidos salientam a diversidade das tradições estéticas e a importância da manutenção destas tradições na produção contemporânea em novos processos de reafirmação de identidades indígenas específicas ou regionais. Objetos rituais – máscaras, ornamentos corporais e instrumentos musicais – e do cotidiano – cerâmicas, cestos e bancos esculpidos em madeira – ilustram as diferentes tradições estéticas dos povos que os produzem (BRASIL, Online).



**Figuras 3 e 4 – Roda de teto de casa comunitária e Banco de Pajé em forma de pássaro**  
**Fontes: Lima, Online e Garcia, Online**

Os objetos acima (ver Figuras 3 e 4) fazem parte da mostra e é perceptível que toda a inspiração para a criação de cada peça veio da natureza e do modo de vida indígena, e se relacionam a suas crenças e rituais. Nesse mesmo sentido, podemos observar na tribo dos Kariri-Xocó (Alagoas)<sup>1</sup> que, segundo Almeida (2003), a produção artefatos de cerâmica faz parte da sua economia e da sua vida cultural (ver Figuras 5 e 6) a cerâmica é matéria-prima muito explorada ainda hoje pela maioria dos brasileiros, a qual se divide em três ramos: potes, panelas e afins, tijolos e miniaturas. Antes de começarem a realizar seus trabalhos, os Kariri-Xocó fazem as suas orações, pois, eles acreditam que assim afastam o “olho grande” que pode fazer com que eles percam suas forças para o trabalho. Até mesmo a louceira evita trabalhar em dia santificado e nunca fabrica potes quando está nas suas dependências no Ouricuri<sup>2</sup>.



**Figuras 5 e 6 – Prato e Potes em cerâmica**  
**Fonte: Patrimônio Kariri-Xocó, Online**

O Pajé Kariri-Xocó Júlio Queiroz, citado por Almeida (1998), afirma que o método utilizado é o mesmo desde os primórdios e com o passar do tempo, as técnicas para produção da cerâmica vão ficando cada vez mais vulneráveis ao esquecimento, pois nesse serviço dominado pelas mulheres, as mães não estão repassando esse ofício para as filhas. O motivo é a dificuldade no processo de fabricação dessas peças. Isso faz com que os artefatos que possuem a cerâmica como matéria-prima daqui a algum tempo tornem-se “reliquias preciosas”, transformando-se em objetos de museu para a visão estética dos brancos, negando sua importância para a identidade cultural brasileira.

A cultura indígena serve de inspiração para muitos designers inovarem sem que se perca a sensibilidade de trazer para o ser humano, a nostalgia de lembrar algo que o pertence e que conta um pouco da história do desenvolvimento da civilização a qual faz parte. É recriando e dando novo sentido e novas formas ao que já existe que o profissional consegue manter vivo todo o valor que os índios conseguem expressar, com tanta sabedoria, à natureza, posto que:

Os índios transformam os elementos da natureza a seu redor para fazer objetos e os alimentos de que necessitam para viver, inclusive as madeiras, as resinas e os corantes que empregam para fazer seus móveis. Sua atitude não é predatória, e sim de um referencial à mata onde vivem e de onde tiram a sua subsistência, com parcimônia e sabedoria. Nas sociedades indígenas, o ambiente natural e o ambiente construído pelo homem não se chocam, mas se integram em harmonia (BORGES, 2006, Online).

Cada objeto produzido pelas tribos é único, o que faz de cada peça algo ainda mais precioso. Porém, como afirma Borges (2006) “só a diversidade poliniza”, ou seja, quanto mais trabalhos são desenvolvidos com essa temática mais a cultura se difunde. E o design contemporâneo existe para aproximar as pessoas de todas as artes, do pensamento social, do que faz parte das suas vidas e muitas vezes passam despercebidas. O designer possui a missão de valorizar e difundir as riquezas existentes fazendo com que da apreciação por esses objetos nasça o amor pela sua cultura, pois,

<sup>1</sup> Comunidade indígena localizada no município alagoano de Porto Real do Colégio (ALMEIDA, 1998).

<sup>2</sup> É o lugar sagrado, onde os índios fazem todas as suas obrigações religiosas, no meio da floresta (ALMEIDA, 1998).

[...] quando alguma coisa dá prazer, quando se torna uma parte de nossas vidas, e quando a maneira como interagimos com ela define nosso lugar na sociedade e no mundo, então temos amor. O design faz parte dessa equação, mas a interação pessoal é o segredo. O amor surge por ser conquistado, quando as características especiais de um objeto fazem dele uma parte cotidiana de nossa vida, quando ele intensifica nossa satisfação, quer seja por causa de sua beleza, seu comportamento ou seu componente reflexivo (NORMAN, 2008, p. 257).

É com o olhar na busca pela inovação que são criados objetos fascinantes inspirados nesse universo pluralizado. E isso de alguma forma, afeta a nossa identidade cultural, provocando novas reflexões sobre nossas raízes, nossas tradições e nossa visão estética de mundo. São as releituras projetadas que fazem parte das novas tendências nos interiores.

Como exemplo, a Poltrona Balaio do designer Sérgio Matos inspirada no balaio (ver Figuras 9 e 10), cestaria encontrada nas tradicionais feiras de artesanato que teve sua origem segundo Almeida (2003) nas comunidades indígenas. Eram nessas cestas de trançado encantador que as mulheres carregavam redes, comida, pratos dentre outras coisas, quando necessitavam se deslocar de um lugar para outro. Esse artefato é muito utilizado atualmente, porém, com funções algumas vezes diversificadas.



**Figuras 9 e 10 – Balaio e Poltrona Balaio**  
 Fonte: Gouveia e Monteiro, Online

Do mesmo designer é possível citar ainda outro projeto que obteve bastante reconhecimento, o banco Yanomami (ver Figura 11). “Yanomami” é o nome dado para uma comunidade presente no norte da Amazônia e que serviu de referência na criação deste banco. Seu conceito surgiu de estudos realizados a respeito das pinturas faciais desses índios, conforme Matos (online).



**Figura 11 - Banco Yanomami**  
 Fonte: Matos, Online

De maneira geral, os bancos das comunidades indígenas são carregados de história e simbolismo. Segundo Borges (2006), nas tribos, apenas os homens podem se sentar nos bancos, pois, ficar sentado é considerado fundamental nos rituais espirituais. É um dos poucos mobiliários que pode ser adaptado para os lares indígenas, uma vez que, não se utilizavam móveis complexos em ocas.

Outro exemplo é o projeto de pesquisa científica de Carvalho e Harris (2010), que fizeram com que o grafismo indígena fosse incorporado a um material da arquitetura: o cobogó. A forma foi retirada

de um símbolo geométrico que remete a uma lenda da tribo dos Wayana<sup>3</sup>, mito este que marca o início da história da pintura corporal dessa comunidade.

Assim, o design contemporâneo tende a aproximar a sociedade de sua história e trazer elementos que possuem na verdade, um valor intangível, pois são formados por significados que vão além dos sentidos, são artefatos que não se pode compreender apenas com ensinamentos e com experiências efêmeras de acordo com suas funcionalidades, são artefatos que devem ser sentidos com a alma.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio a tantas considerações, este trabalho explora, sobretudo, um percurso de reflexões e discussões que evidenciam os elos existentes entre o design e a identidade brasileira, gerada, sobretudo, pela etnia indígena, a qual, apesar de atualmente haver um intenso interesse pelas suas produções artesanais, ainda se tem a necessidade de reconhecer não apenas seu conceito estético, mas também as suas expressões simbólicas, que são essenciais para a vivência do índio no mundo contemporâneo. A plasticidade estética é consequência das atribuições míticas inseridas em cada produto.

Dessa maneira, conceber produtos com novos materiais, através de técnicas modernas, entretanto com o olhar voltado para o campo do “saber artístico” indígena, é uma atitude desafiadora, uma dimensão que faz com que o design pontue questões da área da antropologia, sociologia e filosofia. Portanto, quanto ao design brasileiro é preciso aprofundar o conceito de etnodesign, na medida em que está sendo dada uma oportunidade de autoconhecimento e aceitação, reconhecendo elementos e culturas que são e foram fundamentais para a formação da sociedade brasileira, como é o caso da cultura indígena.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Luiz Sávio de. As Ceramistas indígenas do São Francisco. São Paulo: **Revista de Estudos Avançados da USP**, 2003.

ALMEIDA, Luiz Sávio de. **Dois dedos de prosa com os Karapotó**. Maceió: EDUFAL, 1998.

BORGES, Adélia. **Bancos indígenas da Amazônia: Pontes entre mundos** In: Revista Vivercidades. 09. jun. 2006. Disponível em:

<[http://www.vivercidades.org.br/publique\\_222/web/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=1056&query=simple&search\\_by\\_authornome=all&search\\_by\\_field=tax&search\\_by\\_headline=false&search\\_by\\_keyw ords=any&search\\_by\\_priority=all&search\\_by\\_section=all&search\\_by\\_state=all&search\\_text\\_options=all&sid=5&text=Bancos+indigenas&x=0&y=0](http://www.vivercidades.org.br/publique_222/web/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=1056&query=simple&search_by_authornome=all&search_by_field=tax&search_by_headline=false&search_by_keyw ords=any&search_by_priority=all&search_by_section=all&search_by_state=all&search_text_options=all&sid=5&text=Bancos+indigenas&x=0&y=0)> Acesso em: 17. set. 2011

BRASIL. Prefeitura de São Paulo. **Produção indígena é tema de nova mostra no Pavilhão**. Disponível em: <[http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/patrimonio\\_historico/culturas\\_brasileiras/noticias/?p=9311](http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/patrimonio_historico/culturas_brasileiras/noticias/?p=9311)> Acesso em: 11. Set. 2011

BÜRDEK, Bernard E. **História, Teoria e Prática do design de produtos** – Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CARVALHO, Fracielle Stephanie Leandro e HARRIS, Ana Lucia Nogueira de Carmargo. **Do grafismo indígena ao cobogó**. Anais, 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 2010. São

---

<sup>3</sup> Comunidade indígena situada entre os estados do Pará e Amapá (CARVALHO; HANRRIS, 2010).

Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010. Disponível em:

<<http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/69496.pdf>>. Acesso em: 10. set. 2011.

DEMPSEY, Amy. **Estilos, escolas e movimentos**: guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

DÊNIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: E. Blücher, 2000.

GARCIA, Marcos. Explore Cultura. **Artefatos Indígenas**. Fotografias; JPEG. Disponível em:

<<http://www.ppow.com.br/portal/2011/09/12/artefatos-indigenas/>> Acesso em: 17. Set. 2011

GEMTEH - Grupo de Estudos Memória, Tecnologia e Etno-História de Alagoas. **Arquivo**. 17. set. 2011.

HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Editora Ática, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Trad: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 9ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. Rio de Janeiro: Editora Edgard Blücher Ltda., 2001.

MOTA, Clarice Novaes da. **Repensando a experiência indígena nos dias de hoje**. In: Ciência e Cultura: Temas e Tendências. Cultura indígena. São Paulo, Labjor, out. nov. dez. n. 04. p. 18-22.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detetamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

NOGUEIRA, José Francisco Sarmiento. **Etnodesign e Cultura Brasileira: Memória, Resgate e Identidade**. Disponível em: <[http://www.neppi.org/gera\\_anexo.php?id=514](http://www.neppi.org/gera_anexo.php?id=514)> Acesso em: 15 de agosto de 2011.

SANTOS, Maria Cecília Loschiano dos. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.



## ENTRE DESIGN E CENOGRAFIA: A PLASTICIDADE EM ESPAÇOS PROJETADOS

**Anderson Diego da S. Almeida<sup>1</sup> e Iolita M. de Lira<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió e <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas – Campus Maceió  
andersondiego.almeida@yahoo.com.br – iolita@uol.com.br

### RESUMO

Este artigo estabelece uma interação entre duas áreas, Design de Interiores e Teatro, através da utilização da cenografia como elemento norteador para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso Tecnológico em Design de Interiores, indicando a relação que tem o projeto de interiores e o ato da cenarização desses espaços, criando conceito e estética. Estes são enfatizados no processo de metodologia projetual.

O trabalho aqui relatado trata-se de uma pesquisa realizada através da metodologia pertinente na iconografia e bibliografia de todos os espetáculos da Cia. de Dança Deborah Colker, tendo seus cenários o objeto de estudo para análise plástica e comparativa entre as modalidades importantes para um projeto de interiores, como equilíbrio, harmonia, simetria, cores, texturas, formas e outros. Assim, a relação estabelecida entre as áreas aqui citadas como estudo serve para a apresentação de projetos de espaço de interiores e sua comparação com cenários feitos em palcos, com enfoque em designers que atuam especificamente com essa modalidade.

**Palavras-chave:** cenografia, design, interiores, plasticidade

## 1. INTRODUÇÃO

Com perspectiva do projeto cenográfico, podem-se analisar os ambientes de interiores de acordo com os conceitos de plásticas que contemplam a percepção primeira para analisar o espaço como um todo, ou seja, é preciso entender que uma sala, quarto, banheiro, cozinha, cada um possui um significado que o designer conceitua quando realiza o projeto e nele aplica um olhar voltado para à composição que vai definir seu estilo, sua intenção, a função, e o mais importante, a necessidade buscada com o projeto para atender o cliente.

O significado da composição, forma, linha, textura, luz e cor, também os princípios que o compõe o equilíbrio, ritmo, harmonia, unidade, escala, proporção, contraste, ênfase e variedade irão ser o olhar visual para análise da ambientação e justificá-la de acordo com a plasticidade que a desenha. É importante ressaltar que uma composição se dar através do estilo e maneira pela qual o designer quer seguir, seja ele clássico ou contemporâneo, para que a perspectiva do projeto esteja de acordo com os elementos e os princípios do design.

O presente artigo vem apresentar essa análise, de acordo com os conceitos aplicados para a exploração das artes visuais em seu contexto compositivo. Arelado a este parâmetro, está uma breve conceituação do que a cenografia, sua relação com o Design de Interiores e a construção de espaços domésticos, feitos por profissionais, a partir do olhar cenográfico e a descrição dos cenários da Cia. de Dança Deborah Colker sobre o olhar do projeto de interiores.

## 2. METODOLOGIA: ANÁLISE, CONCEITO E ESTÉTICA

Do ponto de vista técnico, a cenografia abrange atualmente todo o processo de criação e construção do evento estético-espacial e da imagem cênica. O cenógrafo utiliza-se de elementos como cores, luzes, formas, linhas e volumes, para solucionar as necessidades apresentadas pelo espetáculo e suas matizes poéticas em diversos meios e fins. Cabe ao designer de interiores, quando solicitado, dialogar entre a técnica projetual e atmosfera cênica.

Dentro dessa perspectiva, a metodologia do Trabalho de Conclusão de Curso teve como instrumentos: análise do site da Cia. de Dança Deborah Colker, onde todos os seus espetáculos foram levantados de acordo com o ano de estreia; referências de artigos sobre a temática que aborda a relação do espaço, estética e do fazer projetual do designer e da cenografia; e escrita da relação dos cenários da Cia. e sua relação plástica com os espaços de interiores, através do levantamento iconográfico desses cenários e interiores.

## 3. O DESIGNER E O CENÓGRAFO

Mais que a representação de ideias, o projeto de interiores, assim como um projeto cenográfico, muito tem particularidades: o traço, o desenho e a concretização do resultado como processo criativo. Saímos do universo das ideias para operar no universo das coisas. Para Gurgel (2005), denominamos design a arte de combinar formas, linhas, texturas, luzes e cores para criar um espaço ou objeto que satisfaça três pontos fundamentais: a função, as necessidades objetivas e subjetivas dos usuários e a utilização coerente e harmônica dos materiais.

Assim como o designer de interiores projeta e arranja os ambientes de acordo com os padrões de estética e funcionalidade, harmonizando, em um determinado espaço móvel, objetos e acessórios, como cortinas e tapetes e procura conciliar conforto, praticidade e beleza (GUIA DO ESTUDANTE, 2009); o cenógrafo também é o profissional que possui técnicas específicas: planeja cores, materiais, acabamentos e iluminação, adequando o projeto às necessidades do espaço e do cliente. Em sua grande maioria, os projetos dos cenógrafos são destinados ao espetáculo teatral. Cria cenários, mobiliários, cortinas, objetos e decorações.

Nem sempre os projetos são destinados para os palcos, muitos designers de interiores se utilizam do recurso da cenografia para compor os seus projetos e adequá-los a uma atmosfera cênica. Um dos exemplos é o arquiteto, designer e cenógrafo brasileiro Isay Weinfeld. Identificamos em seus projetos de interiores, uma concepção projetual inspirada no teatro. Para Piza (2006, p. 7), “à medida que experimentamos seus espaços e suas formas, eles ganham sutilezas, riquezas, belezas que o primeiro olhar não captará na íntegra”.

Podemos perceber, na figura abaixo, que há forte carga de dramaticidade no seu projeto Casa Suíça. A sala de jantar, inserida em um nicho branco, ao fundo de um espaço com pé direito de 7 metros, torna-se um proscênio de teatro e palco para animadas reuniões (BARRENECHE, 2009, p. 4).



**Figura 1: Projeto Casa Suíça; Modelo de Proscênio de um teatro**  
Fonte: WEINFELD, on-line; LUA, on-line

Weinfeld como um cineasta ou diretor de teatro, para Barreneche (2009, p. 4), “conduz o visitante por uma sequência específica de experiências táteis, visuais e espaciais, que vai da introdução contida ao *granfinale* ou, ao menos, a um desenlace satisfatório”. Embora Weinfeld empregue este recurso em muitos projetos, a escala e o caráter íntimo das casas parecem o contexto ideal para seus impulsos cinematográficos e teatrais. Nos projetos residenciais, Weinfeld domina o conhecimento sobre materiais cênicos e neles encontra sua expressão mais engenhosa. Suas casas mesclam o abstrato e o tátil. Volumes grandes e alvos são combinados a superfícies cuidadosamente detalhadas em madeiras como ipê, perobinha e sucupira, pedra portuguesa ou ainda as ricas texturas de pedras, como a marroada e o arenito. Esses materiais naturais dotam a ambientação de Weinfeld de calor, cor e textura.

Piza (2006, p. 10), enfatiza que nas casas e nos prédios de Weinfeld,

há um grande número de elementos embutidos e é comum encontrar pontos que se confundem com a parede ou então são corrediças, podendo ficar ocultas ao ambiente. A razão disso não é meramente decorativa ou técnica; é permitir que a experiência do indivíduo se prolongue pelos diversos focos e dimensões, sem perda da clareza espacial, e a obra dialogue com seu entorno, extraindo dele perspectivas cores e movimentos

Seus interiores formam um conjunto coerente e vigoroso. Eles condensam os temas conceituais e visuais de todos os seus projetos, da arquitetura ao mobiliário e aos filmes. E capturam com brilho os muitos interesses, habilidades e talentos de um moderno homem do Renascimento, que leva a sério os preceitos de solidez, funcionalidade e, sobretudo, beleza.

Isay Weinfeld mostra que a cenografia, inicialmente criada pelo teatro com seu recurso estrutural, está intimamente ligada aos moldes da composição de interiores, quando queremos projetar. Seus projetos enfatizam uma maneira detalhada do trabalho do designer de interiores, enquanto profissional que trabalha com sensações aliada à técnica. Analisamos que os recursos dos elementos teatrais e da cenografia dão ao ambiente o conceito do projeto, supri as necessidades do cliente e amplia o olhar projetual do designer. Este que poderá atuar como cenógrafo com a mesma perspectiva do projeto de interiores.

#### 4. A PLASTICIDADE DOS CENÁRIOS DA CIA. DE DANÇA DEBORAH COLKER E OS ESPAÇOS DE INTERIORES

A primeira impressão que o público tem de uma apresentação teatral, seja em palcos convencionais ou em espaços alternativos, é a composição do espaço cênico. Quando a plateia adentra um espaço de apresentação teatral ou quando a cortina se abre, a primeira percepção da identidade do trabalho é estabelecida através da captação visual do aparato cênico. Para Silva (2007, p.21), em frente ao público,

[...] estão só elementos que vão definir o espaço e, muitas vezes, o tempo da ação, seja, de forma realística ou simbólica. Como se fosse uma pintura onde os personagens irão atuar, o interior do espaço cênico, a iluminação, bem como a escolha e a manipulação de objetos e outros recursos, são elementos que vão propiciar a identificação e contato entre palco e platéia [...]

A função dos cenários da Cia de Dança Deborah Colker, em suas composições, é elucidar e identificar visualmente a ação num ambiente que tratará significado aos elementos dramáticos do trabalho escolhido, enfatizando assim o tema, o enredo, o conceito e o ambiente emocional. Urssi (2006) comenta que como primeiro elemento da representação teatral, o homem cria o espaço cênico e enriquece com o uso de signos ora verbais, cênicos, táteis e sonoros. Assim, o espetáculo constrói um ambiente, gênese de uma cadeia infinita de significados, onde o espectador recebe simultaneamente diversos tipos de informações vindas do cenário, da iluminação, do figurino, dos gestos e da fala. Que serão descritos de acordo com as características compositivas que os contemplam, através da construção cenográfica.

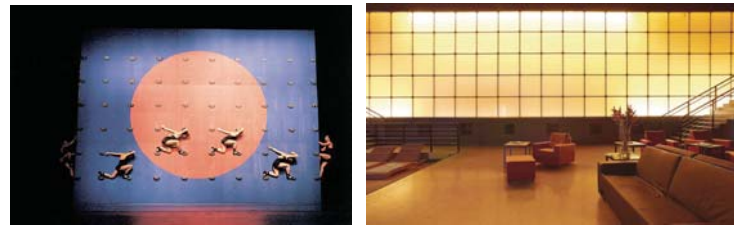
##### 4.1 Mix: o espaço e o ritmo

A estrutura cenográfica está associada a uma composição, como vista na figura à baixo, em piso e parede, onde o espaço é projetado sem muitos adereços para que prevaleçam os movimentos e, principalmente os corpos dos bailarinos. Contudo, a estética se diferencia numa perspectiva onde o jogo se faz em espaço e ritmo.

O espaço, para Dondis (apud GOMES FILHO, 2003) é captado através da informação visual de muitas maneiras, do ato de permanecer em pé, de mover-se e reagir à luz, como o que é visto em Mix, o espaço reagindo às ações e aos estímulos do corpo. Assim vai ganhando uma dimensão cenográfica capaz de estimular o olhar pictórico, sobre uma tela que se percebe em movimento. Assim, Dondis (2000, p. 160) ainda acrescenta que,

em todo esforço compositivo, as técnicas visuais sobrepõem-se ao significado e o reforçam; em conjunto, oferecem ao artista e ao leigo os meios mais eficazes de criar e compreender a comunicação visual expressiva, na busca de uma linguagem visual universal

O espaço é quem determina o que a cenografia e a ambientação vão ser, mas não limita as condições de uma dinâmica criativa de projeto e composição. Assim, espaços serão os pontos de partida para um projeto capaz de trabalhar e direcionar as sensações para dentro da proposta elaborada pelo design de interiores. Para Mancuso (2008, p. 61), “espaço/momento faz nossa proposta parecer efêmera, pois quando se modela um espaço, modela-se para uso e desfrute de pessoas, e pessoas são criaturas extremamente dinâmicas, conseqüentemente, suas necessidades também o são”.



**Figura 2: Cena de Mix; Estar do Clube Odeon**  
 Fonte: COLKER, on-line; MELENDEZ, 2011

O olhar da cenografia teatral sobre o design de interiores proporciona uma nova estética capaz de traduzir o espaço ideal para múltiplas e experimentais relações entre elementos visuais que o designer obterá através de uma maior liberdade, diversidade e precisão de opções compositivas e criativas.

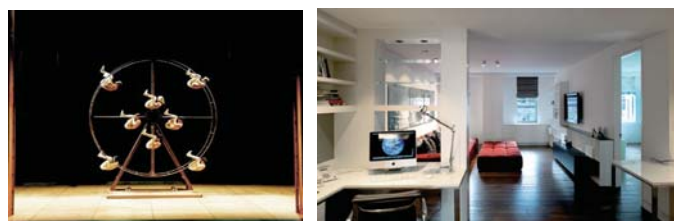
#### 4.2 Rota: as linhas e o equilíbrio

No cenário, vêm-se linhas, círculos e mapas. Possibilidades de caminhos e descobrimentos. A exploração de vários planos e níveis e uma intensa ocupação integral do espaço. A roda, vista na figura 3, é o elemento cênico de maior estrutura. É inspirada nos parques de diversões e na rotação da terra (COLKER, on-line). Todos os movimentos dentro e fora da roda buscam a ideia da circularidade: fluxo contínuo e simples.

As linhas do estágio inicial de Rota oferecem oportunidade a uma grande variedade de ritmos, buscados nos riscos do piso e no desenho do figurino. Uma composição detalhada buscada no equilíbrio e na harmonia entre espaço e corpo. Em virtude da multidirecionalidade do ambiente, as linhas podem assumir flexões praticamente infinitas, de sorte a permitir uma grande variação no fluir da seqüência rítmica.

Percebe-se a harmonia entre as linhas, em que o efeito visual, proposto pelo projeto, é alcançado através de um estado no qual, segundo Gomes filho (2003, p. 54), “as forças, agindo sobre um corpo se recompensam mutuamente”. Assim, ao ler a cenografia do espetáculo Rota, entende-se o design de interiores estruturado em uma concepção técnica, através dos elementos visuais, e da plasticidade. Esta que é fator preponderante para a criação e execução de uma ideia. Assim, torna um desafio para os profissionais de design, atuando como cenógrafos, compor e conceituar esses espaços teatrais e projetá-los sob a perspectiva de interiores.

A plasticidade do cenário, as linhas, a roda e o equilíbrio entre corpo, movimento e espaço remetem aos cenários do estilo futurista, onde a cenografia tornava o espetáculo, através de efeitos cromáticos, puro ritmo e movimento (CARLSON, 1997).



**Figura 3: adereço de Rota; Linhas retas na sala de TV**  
 Fonte: COLKER, online; CORBIOLI, 2010

Pode-se analisar ambientes de casas como mesma ideia do espaço projetado pelo designer Gringo Cardia no cenário Rota, observando os detalhes que compõem a ambientação e analisando os recursos utilizados para a realização do interior. Pois, com a mesma estrutura de unificação entre as linhas e o equilíbrio de um espaço ambientado vê-se que os espaços sofrem uma alteração conceitual causada pela intenção do designer. O projeto de Interiores em sua plasticidade compõe-se de linhas que estimulam e criam equilíbrio visual capaz de trabalhar com as sensações das pessoas e dar movimento ao ambiente, dentro da perspectiva cenográfica.

#### 4.3 Casa: a forma e a proporção

Gringo Cardia, cenógrafo do espetáculo, criou uma casa de três andares, com vários compartimentos. Ele partiu do princípio do homem inserido no interior. Trabalhou com a referência do urbano e teve como norteador de sua inspiração o pintor americano Edward Hopper, que relaciona em sua obra o espaço com pessoas (COLKER, on-line).

O projeto de interiores foi concebido a partir de nichos de ocupação, que remetem à interação entre habitação e morador.



Figura 4: módulos do Casa; Proporção e formas no escritório  
Fonte: Colker, on-line; MELENDEZ, 2009

O design de interiores com seu estudo compositivo do espaço e dele criando formas e proporções, e o espetáculo “Casa” com a representação do cotidiano das pessoas. O corpo inserido na sala, no quarto, no banheiro, na cozinha, nos cômodos da casa, leva a perspectiva sobre o foco importante do estudo da cenografia, pois para se projetar um cenário, mesmo que se complete por um tempo curto, deve-se levar em consideração toda uma pesquisa sobre a atividade primordialmente projetiva com determinação das propriedades formais e espaciais dos objetos (URSSI, 2006).

#### 4.4 4 por 4: a cor e o contraste

O resultado visual que o espetáculo apresenta é de uma rica composição baseada na mistura entre a cor e o contraste, onde são buscados efeitos de luz que realçam a textura dos figurinos e dos adereços colocados nas cenas. Os corpos, inseridos dentro da cenografia, enaltecem a diversidade de relação entre os objetos cênicos e a plasticidade do corpo. E este, sempre em um espaço delimitado pela consequência do próprio cotidiano, o espaço delimitado, o espaço que se adquire, que se adapta e que se cria.



Figura 5: Praticáveis de 4 por 4; variedade de cores no mesmo ambiente  
Fonte: COLKER, on-line, GRUNOW, 2009

Quando se analisa os efeitos cenográficos do espetáculo descrito, vê-se uma forte carga de cores e contrastes que são realçados pela luz cênica. Para Gomes Filho (2003, p. 62), “em todas as artes, o contraste é uma poderosa ferramenta de expressão, o meio para intensificar o significado e, portanto,

para simplificar a comunicação”. A cor é o elemento que realça e dá vida a forma e ao espaço, e, sobretudo a luz o enaltece.

Para um design de interiores, trabalhar com o contraste requer um desafio baseado no trabalhar, por um lado, um ambiente dentro da repetição, da inalteração, da igualdade e da homogeneidade; por outro, exige a ousadia e o discernimento para coadunar elementos de diferentes complexidades – cores, forma, padrões, texturas e iluminação, mantendo, assim, o equilíbrio entre a unidade compositiva.

A cor deve ser analisada dentro do contexto do contraste, pois é ela que determina o grau de relação entre os elementos de um ambiente. Pode ser um elemento de peso, uma composição, por exemplo, pode ser equilibrada ou desequilibrada, dentro de um espaço bidimensional, pelo jogo das cores que nela atuam (GOMES FILHO, 2003). “O uso proposital de claro-escuro e de cores quentes- frias pode fazer com que os objetos pareçam mais leves ou mais pesados, mais amenos ou mais agressivos” (GOMES FILHO, 2003, p. 65).

#### 4.5 Nó: a textura e a unidade

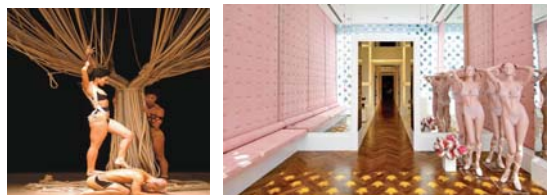
Em Nó, percebe-se a rica composição e o contraste do preto e do branco enaltecendo a cenografia, que em sua totalidade, busca um referencial baseado nos elementos que representam alguma simbologia, como a corda nas primeiras cenas. Percebe-se, na figura à baixo, que a luz denuncia o material que compõe o cenário, tendo como principal elemento plástico a textura, que promove diversas sensações dependendo da intenção. Para Mancuso (2008, p. 35), “são elementos importantes que ajudam na composição da atmosfera e do caráter do ambiente”. A autora ainda acrescenta (2008, p. 36) que “a textura pode atuar como estímulo sensorial, como ornamento ou como estímulo visual.

A textura das cordas, dos cabelos, do tecido do figurino, da luz e os movimentos dos corpos dos bailarinos dão o sentido primordial que a textura causa no desenho da cenografia e da composição do espaço: a visualidade e a áspera ou sutileza com que se propõe e se completa o material. Ching; Binggeli (2006, p. 105), dizem que,

a textura é, na maior parte das vezes, usada para descrever a suavidade ou a rugosidade relativa de uma superfície. Ela também pode ser usada para descrever as qualidades superficiais características de materiais familiares, como a aspereza de uma pedra, a grã de uma madeira e o trançado de um tecido

Para Gomes Filho (2003, p. 29), “as unidades formais que configuram um todo, são percebidas, geralmente, através de relações entre os elementos que as constituem”.

Dentro dessa perspectiva compositiva, relaciona-se a textura e a unidade de espaço, objetos e adereços cênicos com a percepção do desenho de interiores, partindo de um princípio que o design propõe para que se possa realizar um projeto cenográfico a partir de sua metodologia, que se construa um conceito, sobretudo, com o enfoque no comportamento do homem, aqui colocado como cliente, ator e bailarino.



**Figura 6: 1º ato de Nó, Textura e unidade no ambiente vitrine**  
Fonte: COLKER, on-line; MELENDEZ, 2010

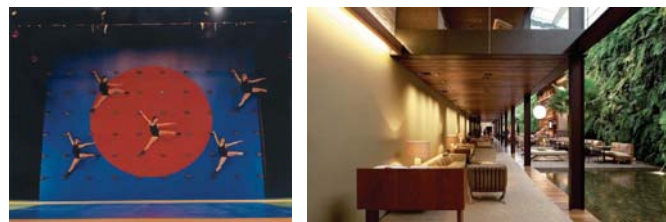
Dentro dessa análise do espetáculo Nó, a textura também se faz presente no design de interiores. Sua presença é primordial para criar um projeto, passando pelas cores dos ambientes, escolha de cortinas, almofadas, luminárias, tapetes etc. Os autores Ching e Binggeli (2006, p. 110), ainda citam que a textura,

é uma característica intrínseca dos materiais que usamos para definir, mobiliar e embelezar os espaços internos. Como combinamos e compomos diferentes texturas é tão importante quanto à composição de luz e de cor e deve combinar com o caráter e o uso desejado para um espaço

Daí, a importância da textura nos ambientes de interiores. Nos ambientes mostrados na figura à cima, percebe diferentes tipos de texturas que dependendo de onde é aplicada, realçam e disfarçam de acordo com a intenção do espaço.

#### 4.6 Dínamo: a harmonia

Ao analisar o cenário proposto pelo espetáculo Dínamo, verifica-se que a estrutura se compõe de um jogo de cores, contrastes, equilíbrio, simetria, luz e, principalmente uma harmonia que elucida a cenografia que analisada no interior de uma residência, como o quarto da figura a baixo, ganha a mesma proporção estética do cenário do referido espetáculo.



**Figura7: Composição de Dínamo; Harmonia na distribuição dos móveis**  
 Fonte: COLKER, on-line; GRUNOW, 2009

Na harmonia, para Gomes Filho (2003, p. 510), “predominam fatores de equilíbrio, de ordem e de regularidade visual inscritos no objeto ou na composição possibilitando, geralmente, uma leitura simples e clara”. Dentro da análise do ambiente externo, apresentado na figura anterior, o espaço se compõe em sua maior parte, de uma totalidade monocromática, permitindo que se realcem os elementos e que melhor perceba a harmonia entre o mobiliário e sua relação com a luz.

Para Ching; Binggeli (2006, p. 143), a harmonia pode ser definida,

[...] como consonância ou o agradável arranjo das partes ou da combinação das partes em uma composição. Enquanto o equilíbrio alcança a unidade através da disposição cuidadosa de elementos similares ou não, o princípio da harmonia envolve cuidadosa seleção dos elementos que dividem uma peculiaridade ou característica comum, como forma, textura ou material

Portanto, ao se construir um projeto de interiores, a harmonia deve está atrelada aos moldes compositivos que se constituem em ambientar com a disposição do mobiliário, acabamento, escolha dos tecidos que serão feitas as cortinas, os tapetes, a cor da parede, a textura, a luz direta, indireta, quais efeitos e a intencionalidade do espaço, entre tantos outros assuntos que comportam a plasticidade de um interior residencial.

#### 4.7 Cruel: a luz

Cruel trás em sua estrutura cenográfica, um primeiro ato pomposo e cheio de surpresas, que vai desde a combinação de uma paleta de cores entre piso e parede monocromática, até a proposta de um figurino que se aproxima muito da realidade. Um baile descreve a história e situa o público do enredo dramático a ser contado. Corpos que se unem a um ambiente preparado para o realce de sombras, luzes e muita textura.





**Figura 8: 1º ato de Cruel; Iluminação dramatizada**  
Fonte: COLKER, on-line; MELENDEZ, 2007

O que mais chama atenção no espetáculo é a capacidade harmônica entre a textura causada propositalmente pelos elementos que compõe o cenário, tratando-se de corpos em movimentos enaltecendo o figurino, e a luz que faz a história ganhar sentido e vida e um forte diferencial na composição. Serrat (2007) descreve que a iluminação é um poderoso recurso do espetáculo. Ela possibilita recortar objetos no espaço, isolar atores, diminuir e aumentar áreas no palco, revelar altura, o perfil, os contornos e a profundidade. É um recurso que permite ressaltar os elementos essenciais em cena e eliminar os demais. Exemplo é o pendente feito de renda branca que aparece em uma das cenas iniciais, como observado na figura 8, isolando e realçando os bailarinos. A luz difusa destaca os movimentos e valoriza o espaço, destacando a verticalidade do desenho da cena.

## 5. CONCLUSÃO

A concepção espacial, aqui estudada como aspecto estético, provinda da construção do fazer cenográfico, muito tem especificidades em comum com o design de interiores. O projetar, o desenhar, o estudo do espaço, as formas compositivas, o conceito estudado, o cliente, a lista de necessidades, são fatores que na área da cenografia, atrelam-se a uma metodologia que vai além de modelos meramente teóricos, mas que se constitui como elementos preponderantes para a prática.

A análise feita nesse artigo trás a fundamentação nos teóricos que permitem o estudo da visualidade em seu contexto amplamente ligado ao ideal construtivo que corrobora com a ligação que é proposta no Trabalho de Conclusão de Curso de Design de Interiores, que se tem como objeto de estudo, como apresentado e discutido, os cenários da Cia. de Dança Deborah Colker e sua relação com o projeto de design. Portanto, a pesquisa aqui apresentada é a continuidade de um trabalho que tem como vínculo a construção de um pensamento que liga as áreas do design com teatro, sobre a concepção do fazer cenográfico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- BARRENECHE, Raul A. **Solidez, Funcionalidade, Beleza doméstica**: as casas de Isay Weinfeld. Revista Tijuco-pava: Rio de Janeiro, v. 2, p. 4-5, 2009.
- CARLSON, Marvin. **Teorias do teatro**. São Paulo: UNESP, 1997.
- CHING, Francis D. K; BINGGELI, Corky. **Arquitetura de Interiores Ilustrada**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- COLKER, Deborah. Disponível em: < <http://www.ciadeborahcolker.com.br/>>. Acesso em mai. 2010
- CORBIOLI, Nanci. **Com localização privilegiada, proposta integra todo o andar**. Revista ProjetoDesign. Mai., 2010. Disponível em: < <http://www.arcoweb.com.br/interiores/reinach-mendonca-arquitetos-associados-apartamento-nova-york-13-08-2010.html>>. Acesso, set. 2011.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. 5 ed. São Paulo: escrituras editora, 2003.

GRUNOW, Evelise. **Com uso interno, luminosos ganham status estético.** Revista ProjetoDesign. Abr., 2009. Disponível em: < <http://www.arcoweb.com.br/interiores/eduardo-chalabi-bar-sao-13-08-2009.html>>. Acesso, set, 2011.

\_\_\_\_\_. **Denso muro verde torna-se ponto de fuga dos espaços internos.** Revista ProjetoDesign. Set. 2009. Disponível em: < <http://www.arcoweb.com.br/interiores/arthur-casas-arquiteto-restaurant-13-10-2009.html>>. Acesso, set, 2011.

Guia do Estudante. **Artes e Design.** 2009. Disponível em: <[http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/artesdesign/profissoes\\_271589.shtml](http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/artesdesign/profissoes_271589.shtml)>. Acesso em: mai. 2010.

GURGEL, Miriam. **Projetando Espaços:** guia de arquitetura de interiores para áreas para áreas comerciais. São Paula: SENAC, 2005.

LUA, Maria. **Estórias de Lua.** Disponível em: <[http://estoriastdelua.blogspot.com/2004\\_09.html](http://estoriastdelua.blogspot.com/2004_09.html)>. Acesso mai. 2010.

MANCUSO, Clarice. **Arquitetura de Interiores e decoração: a arte de viver bem.** 7. ed. Porto Alegre; Sulina, 2008.

MANTOVANI, Ana. **Cenografia.** São Paulo: Ática, 1989.

MELLENDEZ, Adilson. **Estilos de lingerie dão personalidade a espaços internos.** Revista ProjetoDesign. Nov., 2010. Disponível em: < <http://www.arcoweb.com.br/interiores/anastassiadis-arquitetos-loja-valisere-13-05-2011.html>>. Acesso, set, 2011.

\_\_\_\_\_. **Intervenção respeitosa em imóvel não tombado.** Revista ProjetoDesign. Abr., 2009. Disponível em: <<http://www.arcoweb.com.br/interiores/libeskindllovet-arquitetos-escritorio-de-26-05-2009.html>>. Acesso, set. 2011.

\_\_\_\_\_. **Luminotecnia dramatiza ambientação e dá ênfase à arquitetura.** Revista ProjetoDesign. Mai. 2007. Disponível em: < <http://www.arcoweb.com.br/lightning/cristina-maluf-arquitetura-de-iluminacao-luminotecnica-de-19-06-2007.html>>. Acesso, set, 2011.

\_\_\_\_\_. **Luzes e cores em spa na Floresta.** Revista ProjetoDesign. Jun, 2011. Disponível em: <http://www.arcoweb.com.br/interiores/eduardo-beggiato-edwiges-leal-arquitetura-club-odeon-15-08-2011.html>>. Acesso: set. 2011.

PIZA, Daniel. **Isay Weinfeld.** Rio de Janeiro: Viana ET Mosley, 2006.

SERRAT, Bárbara Suassuna Bent Valeixo Mont. **Iluminação cênica como elemento modificador dos espetáculos: seus efeitos sobre os objetos de cena.** Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: FAU-RJ, 2006.

SILVA, Eliana Rodrigues. **Encenação e cenografia para dança.** Revista Diálogos Possíveis. Bahia. janeiro/julho, 2007 p. 19 – 31.

URSSI, Nelson José. **A linguagem cenográfica.** Dissertação de mestrado. São Paulo: ECAUSP, 2006

WEINFELD, Isay. Disponível em: <<http://www.isayweinfeld.com/site/>>. Acesso jun. 2010.

## ENTRE O ORUN E O AIYÊ: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DA PRODUÇÃO MATERIAL AFRO-BRASILEIRA PARA O DESIGN DE INTERIORES

J. N. Santos<sup>1</sup>; A. D. S. Almeida<sup>2</sup> e L. A. C. Silva<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Alagoas – Campus Maceió

junes.design@gmail.com – andersondiego30@hotmail.com - luislulacosta@gmail.com

### RESUMO

Este artigo propõe apresentar o estudo da plasticidade de elementos de design com conceito afro-brasileiro, e o papel da sua significação enquanto composição e artefato. Também propõe uma análise destas produções estéticas a partir de conceitos gestaltianos para descrever a representação e a significação desses objetos inseridos nos espaços de interiores. A metodologia utilizada nesta pesquisa, parte integrante do Grupo de Estudos, Memória, Tecnologia e Etno-História de Alagoas – GEMTEH - AL, compõem-se de levantamento bibliográfico e iconográfico de autores que abordam a temática estudada, assim como a descrição e análise de alguns acessórios pertinentes ao estudo proposto neste texto e observação da inserção desta produção enquanto elementos compositivos espaciais. O viés teórico deste trabalho fundamenta-se nos princípios filosóficos e conceituais do etnodesign. Neste caso específico ressalta-se neste artigo a fomentação da estética africana do Brasil, da qual se vale de sua percepção e estudo histórico da sua produção material.

**Palavras-chave:** afro-brasileiro, design de interiores, etnodesign, plasticidade

## 1. INTRODUÇÃO

O design, em sua concepção projetual, detém-se de um estudo minucioso que parte da percepção de um conceito, e este deriva de referenciais que se justificam com o objeto desenvolvido e criado ou espaço projetado com conceito e estudos específicos para que se adeque ao usuário.

Dentro dessa perspectiva, o etnodesign apresenta-se como meio histórico definido como aquele que se utiliza de referencial que provem de culturas que se especializam no legado que é passado de geração e que aprimoram a técnica da confecção de seus artefatos enquanto valor que supre as necessidades conceituais e estéticas dentro das matrizes étnicas.

O grupo GEMTEH-AL, do Instituto Federal de Alagoas – IFAL, campus Maceió, vem com a proposta de desenvolver pesquisas que relacionam as etnias indígenas e africanas, presentes na sua grande maioria da influência que se adquiriu do Brasil e, principalmente, estudos relacionados a esses grupos no estado de Alagoas. Neste artigo, enfocaremos apenas a concepção plástica dos elementos afro-brasileiros, enquanto elementos que corroboram com a construção de um olhar estético sobre ambientação e produtos que consideramos como design, como já mencionado, com conceito e referencial.

A dissertação, a seguir, apresenta-se estruturada em tópicos que, acreditamos serem essenciais para o estudo que vem sendo desenvolvido dentro da pesquisa da afro-brasilidade. São eles: a África e a afro-brasilidade, o etnodesign, a composição plástica e análise da contribuição estética no design de interiores. Estes, que fazem parte do processo inicial da pesquisa que tem em sua metodologia a análise bibliográfica e iconográfica de peças e ambientes que possuem em sua composição simbologia e plasticidade afro-brasileira, intimamente ligada ao design. Acreditando ser importante para o processo final, que se concentra na construção de um catálogo com todo o material catalogado e devidamente analisado sob a ótica dos elementos visuais que discutiremos a seguir.

## 2. METODOLOGIA UTILIZADA NA PESQUISA

A metodologia explorada na pesquisa apresenta-se estruturada no levantamento bibliográfico, analisando conceitos pertinentes às culturas africana e afro-brasileira; estudo iconográfico de elementos que fazem parte da produção material dessas etnias; catalogação de ambientes que inserem elementos de cunho religioso em seus respectivos espaços, de acordo com a proposta de ambientação.

Também faz parte da metodologia visitas técnicas que prezam pelo estudo de espaços religiosos, de matriz afro, e ambientes comerciais e domésticos que contribuem com a mesma ótica, registrando, com isso, os artefatos que se inserem como elementos plásticos e que classificamos como design.

A produção de textos em forma de artigo torna-se parte integrante da metodologia, com foco na temática central. A produção visa corroborar para o avanço na área com estudos mais profundos, valendo-se que a pesquisa encontra-se em caráter parcial. Bases metodológicas serão inseridas com as experiências dos usuários em relação aos objetos, sendo a pesquisa um estudo interdisciplinar.

## 3. A ÁFRICA E AFRO-BRASILIDADE

A cultura de um povo pode ser definida como um conjunto complexo de crenças, valores, aspectos linguísticos, religiosos e artísticos além da produção de artefatos e padrões de comportamentos peculiares que são transmitidos através das gerações, o que configura e sustenta sua identidade. No Brasil, europeus, indígenas e africanos com suas singularidades conferiram à diversidade que caracteriza a cultura brasileira.

É preciso atentar para o fato de que as relações de dominação política e ideológica que marcaram o processo histórico social do povo brasileiro se reproduziram também na constituição do patrimônio cultural. Da Matta (1984, p. 46) atenta para o fato de que a visão romanceada de uma suposta fusão cultural não corresponde ao panorama brasileiro. Segundo este autor,

[...] quando acreditamos que o Brasil foi feito de negros, brancos e índios, estamos aceitando sem muita crítica a ideia de que esses contingentes humanos se encontraram de modo espontâneo numa espécie de carnaval social e biológico. Mas nada disso é verdade. O fato contundente de nossa história é que somos um país feito por portugueses brancos e aristocráticos, uma sociedade hierarquizada e que foi o elemento colonizador, europeu, mormente o português, tentou imprimir seus padrões culturais como hegemônicos durante o longo processo de dominação e, por conseguinte, tentando aniquilar os traços culturais das outras etnias. A insistência da materialização de uma hegemonia cultural branca foi o que fez perdurar até os dias atuais uma visão estereotipada, pejorativa e altamente preconceituosa em relação as outras culturas expandindo posturas discriminatórias e pressupostos de subjugação combatidos por atitudes de resistência cultural e ações afirmativas

Primeiramente, sedimentou-se, a visão da unicidade da África historicamente reconhecida como um país unificado e não como um continente diverso que no período do tráfico negreiro era formado por diversas etnias e atualmente constitui-se de 53 estados independentes. Além disso, outro fator foi a implantação do aspecto da cultura branca e erudita que não reconhece como legítimas as diferentes formas de manifestação cultural africanas, relegando-as ao primitivismo. Já que, a escravidão não se limitou aos castigos sub-humanos e se estendendo também a dominação que usurpou do negro não só o direito à liberdade e à condição humana como buscou de todas as formas aniquilar as diferentes características dos diversos grupos étnicos da África e a adequação e assimilação de outros modos vividos que predominavam no Brasil. O terceiro equívoco a ser apontado é o mito da democracia racial.

Para MOORE (2008) se constitui em mecanismo de controle ideológico: a aceitação desse mito arrefece as lutas sociais que contribuem para as mazelas históricas e raciais de pobreza e marginalização que se faz refletir também na arte e na cultura, pois, de acordo com Sodré (2009, p.1), “pra alguns setores havia e ainda há uma absoluta impossibilidade os povos africanos e da diáspora terem potenciais capacidades para atuar nos mais diversos campos das atividades humanas”. Claro que é uma descabida inverdade tais afirmações, portanto também no campo do design há lugar para uma abordagem que leve em conta matrizes de base africana e/ou afro-brasileira, absolutamente adequada a este campo, acrescentando uma especial peculiaridade neste âmbito. Neste sentido, a arte negra brasileira se mostra oriunda de duas vertentes: uma africana de raiz ou tradicional e outra que é recriada em território brasileiro.

#### **4. O ETNO + DESIGN = ESTÉTICA E CONCEITO**

Pelo viés do etnodesign poderemos aproximar toda antropologia simbólica e estética, em nosso meio comum, contribuindo assim, para uma reflexão sobre a identidade cultural e valorização dos símbolos que representam nosso passado com formas, texturas e cores.

Com um caráter interdisciplinar o etnodesign se afirmará como mecanismo de diversas possibilidades nas mais distintas áreas, atividades e anseios do designer (profissional do design), desmistificando a ideia que se tem do papel da simbologia regional, agregando uma perspectiva de produção mais ampla e exploração da plasticidade compositiva dos elementos.

Nesse contexto o etnodesign é intrinsecamente ligado às matrizes étnicas da cultura popular de cada região, seus resultados e produtos são frutos do modelo estético pertencente à comunidade. Assim, a análise profunda destes fins personifica uma história e materializa anseios comuns.

Sendo a composição plástica uma forma de expressão, seus agentes formadores (técnicas, materiais e ideias) creditam características peculiares. Um dos produtos de composição plástica afro-brasileira são os bancos africanos, apresentados na figura a baixo, no qual se têm uma predominância de formas, signos, cores e materiais característicos, que representam o conjunto que faz alusão à cultura africana, forte indício do design despojado e com uma configuração remodelada.



**Figura 1 – bancos Africanos**  
**Fonte: REVESTIR, on-line**

A composição plástica do etnodesign, invariavelmente, é assumida pelos elementos do ser cultural, pois que, comunica-se com os valores da sociedade produtora e traduz dela os anseios, perspectivas e valores.

Os agentes da forma classificam-na de diversas formas, e dentro dessa dimensão, podemos resguardar a respeito disso alguns exemplos, sendo eles a harmonia, equilíbrio e contraste. Dentre cada um deles pode-se notar um campo vasto no que diz respeito à aplicação de cada categoria, por exemplo, os diversos tipos de equilíbrio, que podem ser de “peso e direção”, “simétrico”, “assimétrico” e o próprio “desequilíbrio” como agente modelador.

Segundo a percepção de Ostrower (1987), temos a intuição como parte do processo de transformação da matéria, seja qual for a área de atuação, a criatividade se elabora em nossa capacidade de selecionar, relacionar e integrar os dados do mundo externo e interno, de transformá-los com o propósito de encaminhá-los para um sentido mais completo. Dentro de nossas possibilidades procuramos alcançar a forma mais ampla e mais precisa, a mais expressiva. Ao transformarmos as matérias, agimos, fazemos. São experiências existenciais – processos de criação – que nos envolvem na globalidade, em nosso ser sensível, no ser pensante, no ser atuante. Formar é mesmo fazer. É experimentar. É lidar com alguma materialidade e, ao experimentá-la é configurá-la. Sejam os meios sensoriais abstratos ou teóricos, sempre é preciso fazer.

Inserir materiais e formas específicas constrói uma marca, configura uma identidade. Nesse sentido podemos visualizar e deduzir a origem ou “estilo” de uma obra, segundo as características estéticas e plásticas, para isso pode-se observar a figura 2, onde a Moroso (empresa especializada em design) produziu a linha de mobiliário M’Afrique com a temática africana:



**Figura 2 – Pouffs de Stephen Buks da Coleção M’Afrique da Moroso.**  
**Fonte: Mulher, on-line**

A produção de símbolos e produtos visa a representar os signos de um povo. Para compreender esse fenômeno deve-se levar em conta o caráter científico da estética, que Vázquez (1999) sistematiza da maneira a seguir, como toda ciência, a estética pretende descrever e explicar seu

objeto próprio: certa relação com o mundo, assim como a práxis artística em cujos produtos se objetiva essa relação. Ocupa-se, pois, de certos fatos, processos, atos ou objetos que só existem pelo e para o homem, e que justamente por isso se consideram valiosos ou portadores de um poder especial: o estético.

Nesse limiar o conceito de cultura personifica uma importante ferramenta para a compreensão dos artefatos, elementos e espaços. Para isso, “a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido.” (CANCLINI, 1983, p. 29).

Sendo assim a contribuição estética é um fato cultural. Segundo Santos (2005, p. 15), “a cultura é entendida como um processo social de produção de significados (ideias, valores, crenças) capazes de manter ou transformar os aspectos das nossas maneiras de viver”.

Analisando as figuras abaixo, nota-se a paleta de cores, formas e o estilo que configuram a identidade simbólica africana.



**Figuras 3 e 4 - Vaso rústico com design africano e luminária de Améyovi Homawoo**  
Fonte: FIGUEREIDO, on-line; RIOSCOPE, on-line

Nesses termos, “artefatos podem ser considerados como produtos culturais, uma vez que, são projetados e produzidos para dar sustentação às práticas sociais vigentes, podendo também contribuir para transformação e reelaboração simbólica destas mesmas práticas.” (SANTOS, 2005, p. 15).

A organização visual de uma forma estabelece juntamente com a cor o grau de compreensão de um objeto, definindo assim sua leitura e quantificando, o tempo de assimilação das informações contidas. Para Gomes Filho (2003), “quanto melhor for a organização visual da forma do objeto, em termos de facilidade de compreensão e rapidez de leitura ou interpretação, maior será seu grau de pregnância”.

A Gestalt tem como fundamento uma lei básica da percepção visual. Os critérios para avaliar o “grau” de pregnância de um artefato ou elemento, são suas características de equilíbrio, clareza e unificação visual. Ainda para Gomes Filho (2003), “a percepção visual da forma é resultado de uma interação entre o objeto físico e o meio de luz atingido como transmissor de informação”. Nesses termos, temos a presença dos mais diversos contrastes para configurar a forma e seus atributos.

Por esta lógica, pode-se desenvolver um estilo impar, mais próximo dos costumes, saberes, histórias e da formação étnica de cada povo, com isso valorizar a produção artesanal e suas particularidades, inclusive explorar sua dimensão criativa e inserir no mercado produtos diferenciados e

com conceitos que permitam uma reflexão antropológica, que será possível apenas a partir da antropologia simbólica.

## 5. A COMPOSIÇÃO PLÁSTICA NO DESIGN DE INTERIORES

Com essa perspectiva no projeto de design, podem-se analisar os ambientes de acordo com os conceitos de plástica que contemplam a percepção primeira para poder analisar o espaço como um todo, ou seja, é preciso entender que uma sala, quarto, banheiro, cozinha, cada um possui um significado que o designer conceitua quando realiza o projeto e nele aplica um olhar voltado para a composição que vai definir seu estilo, sua intenção, a função, e o mais importante, a necessidade buscada com o projeto para atender o cliente.

Para Ching e Binggeli (2006), a arquitetura de interiores, envolve a seleção de elementos de projetos de interiores e seu arranjo dentro de um fechamento espacial de modo a satisfazer certas necessidades e desejos funcionais e estéticos. Essa distribuição de elementos em um espaço inclui o ato de se estabelecer padrões. Nenhuma parte ou elemento único em um espaço está sozinho. Em um padrão de projeto, todas as partes, elementos ou peças dependem uns dos outros para impacto visual, função e significado.

O significado da composição, forma, linha, textura, luz e cor, também os princípios que o compõe o equilíbrio, ritmo, harmonia, unidade, escala, proporção, contraste, ênfase e variedade irão ser o olhar visual para análise da ambientação e justificá-la de acordo com a plasticidade que a desenha. É importante ressaltar que uma composição se dar através do estilo e maneira pela qual o designer quer seguir, seja ele clássico ou contemporâneo, para que a perspectiva do projeto esteja de acordo com os elementos e os princípios do design, já citados anteriormente.

A produção afro-brasileira difere da concepção de “arte pela arte”(Sodré, online), pois os valores almejados no fruto final configuram significações complementares, dando sentido aos anseios e seus fatores estético-religiosos.

O produto cultural é mais bem compreendido quando se entende a organização social na qual estão inseridos. Juntamente com a organização social se faz necessário considerar a importância e a função dos espaços e ambientes nos quais os artefatos estão inseridos.

De acordo com Terra (2000, p. 38), “sala é a apresentação social da casa, o lugar nobre das festas, reuniões e lazer com amigos ou da própria família”. Agregar uma historicidade e até mesmo contar uma história gera um diferencial estético, daí a importância do etnodesign no contexto compositivo.

Pode-se observar na figura abaixo, uma sala de estar com estilo africano, nota-se o excesso dos tons terrosos e amadeirados nos revestimentos e nos elementos compositores do ambiente. As formas juntamente com as cores, criam a identidade, comunicando assim, o estilo e o conceito do espaço.





**Figura 5 – Sala de estar com estilo africano**  
**Fonte: CAMPOS, on-line**

Para que possamos levar em conta o caráter de um ambiente, Gurgel (2007, p. 73) diz que, “o caráter de um ambiente será criado a partir da compilação de diferentes elementos, como: forma de distribuição dos móveis, tipos de lâmpadas e iluminação, materiais e suas texturas, complementos decorativos”. A aplicação coerente dos diversos produtos e objetos resultará no diálogo visual mais claro, coerente e fiel.



**Figura 6 – Quarto com temática africana**  
**Fonte: ROCHA, on-line**

Visualizando o ambiente na figura acima, observa-se a forte marca do tapete com reprodução da pele de zebra, um ícone que representa fielmente o estilo proposto. O banco Ashanti (situado no centro da figura 6) tem uma forma plástica diferenciada e juntamente com os demais elementos nos remete ao continente africano.

O resultado da utilização de produtos com a temática de etnodesign geram um diferencial no ambiente, porém, o uso excessivo de determinados símbolos e artefatos venham provavelmente a carregar o ambiente, ou seja, o torna caricato, o que não foi o caso dos espaços nas figuras anteriores.

Moraes (1999, p. 81) alerta-nos para as necessidades no projeto de design e sua relação com o mundo real,

o dualismo criado com a utilização das terminologias design de centro e design de periferia, na verdade, nos coloca diante da constatação do poder por meio do domínio do saber. O termo imposto design de periferia aparentemente corresponde ao tipo de design a ser praticado e ao modelo de ensino a ser seguido pelos países em via de desenvolvimento na gestão do seu design. De acordo com estudiosos dos países de centro, isso se dá em razão da falta de resoluções de problemas sociais básicos, dentre os quais destacariamos: a má administração de rendas entre a população; o alto índice de analfabetismo; a necessidade, ainda, de muitos produtos primários por grande parte da população; a má qualidade de saúde e de alimentação.

A relevância da observação de Moraes (1999) assinala diretrizes importantes para a concepção e elaboração de projetos em determinados meios sociais. Associar a produção local aos avanços da

tecnologia industrial possibilitará um design com a identidade e com as características da tendência de cada mercado, enriquecerá o artefato.

## 6. CONCLUSÃO

Dentro da análise feita, certifica-se a importância que tem o estudo do etnodesign em sua perspectiva cultural, referenciada como legado de características que determinam a identidade de um determinado estilo, artefato e manifestações.

Ao mencionarmos o design, enquanto valor projetual, estético e étnico nesse artigo, enfatizamos a sua contribuição ao campo da percepção dos espaços compositivos e discriminados aqui como aqueles de valor referenciados e influenciados por elementos afro-brasileiros. Elementos estes, que acreditamos serem carregados de uma simbologia, não somente como uma peça decorativa, mas que se integra a um contexto que vai além de uma didática formulada por mídia, encontrando na sua forma e na sua composição referenciais que o identifica como parte da história, e assim do design.

A composição plástica, tão enfocada ao longo desse documento, permite-nos, na pesquisa, desenvolver um olhar capaz de traduzir o que propomos como metodologia para pesquisa, como já dito. A fase parcial que o artigo descreve do que foi feito, na primeira etapa da pesquisa, enfatiza-se com o objetivo geral que temos de catalogar peças e espaços de interiores, dos quais, o design entra com seu cunho metodológico e técnico, mas que tem forte influência étnica afro-brasileira em sua maioria.

A afro-brasilidade analisada esteticamente, o design como ponto de partida para essa análise, e a conceituação valorativa do etno e do design, permite a este trabalho uma tradução e instigação do assunto, para que a contribuição com a temática seja de relevância para outros estudos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAMPOS, Cristina. Assim eu gosto. Disponível em: <<http://assimeugosto.com/tag/tecido/>>. Acesso: 08 de agos. 2011.
- CANCLINI, Nestor Garcia. As Culturas Populares no Capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CHING, Francis D. K; BINGGELI, Corky. Arquitetura de Interiores Ilustrada. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- DA MATTA, Roberto. O que faz o brasil, Brasil?. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1984.
- FIGUREIDO, Regina. Cores que encantam: Portal do Artesanato. Disponível em: <<http://coresqueencantam.blogspot.com/2010/10/vaso-rustico.html>>. Acesso: 10 de ago. 2011.
- GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma. 5. ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2003.
- GURGEL, Mirian. Projetando espaços: design de interiores . São Paulo: Editora Senac, 2007.
- MOORE, Carlos. A África que incomoda: sobre a problematização do legado africano no cotidiano brasileiro. Belo Horizonte: Nandyala, 2008.
- MORAES, Dijon de. Limites do design. São Paulo: Studio Nobel, 1999.
- MULHER. Disponível em: <<http://mulher.sapo.pt/fotos-videos/galerias-de-fotos-2/?tema=casa-jardim&id=1023929>>. Acesso: 11 de agos. 2011.
- OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. 6. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

REVESTIR. Disponível em:

<[http://www.revestir.com.br/mobiliario\\_design/novos\\_produtos/novos\\_produtos.html](http://www.revestir.com.br/mobiliario_design/novos_produtos/novos_produtos.html)>. Acesso: 15 de agos. 2011.

RIOSCOPE. Disponível em, <[http://rioscope.com.br/website/article.php3?id\\_article=208](http://rioscope.com.br/website/article.php3?id_article=208)>. Acesso em, 10 de agosto de 2011.

ROCHA, Laura. Portal casa e cia. Disponível em:

<<http://revistadcasa.uol.com.br/ESDC/Edicoes/37/artigo173503-4.asp>>. Acesso em, 15 de agosto de 2011.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. Design e Cultura: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. Curitiba: Editora Sol, 2005.

SODRÉ, Jaime. O design da alma – o legado do axé dos mestres e mestras dos saberes e fazeres afro-brasileiros. Revista África e Africanidades nº 6. Disponível em:

<[http://www.africaeaficanidades.com/documentos/O\\_design\\_da\\_alma.pdf](http://www.africaeaficanidades.com/documentos/O_design_da_alma.pdf)>. Acesso: 28 de jul. 2011.

TERRA, Paulo. Decoração na medida certa. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez . Convite a Estética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

## MOBILIÁRIO, ECODESIGN E TECNOLOGIA LIMPA: AÇÕES DE MINIMIZAÇÃO DE PERDAS EM EMPRESAS ESTOFADORAS

M. A. T. Gardino<sup>1</sup>, J. V. C. Ferreira<sup>2</sup>, G. Biana<sup>3</sup> e R. V. Gaia<sup>3</sup>

Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió

agnolia\_teixeira@hotmail.com; jeh\_cavalcante8@hotmail.com; g\_biana@hotmail.com

### RESUMO

Este artigo discute algumas relações entre ecodesign e tecnologia limpa na fabricação de mobiliário sob medida em pequenas estofadoras a partir da análise dos materiais e da tecnologia produtiva empregada. Trata-se de relato de campo sobre as ações de minimização de perdas produtivas (mais conhecidas como resíduos) verificadas junto a empresas integrantes do Arranjo Produtivo Local de Móveis do Agreste no Estado de Alagoas. Pretende-se nesse trabalho exemplificar como essas ações vêm contribuindo para redução do consumo de materiais virgens e para percepção de valores socioambientais aplicáveis ao processo produtivo e aos produtos. Como procedimentos metodológicos, foram utilizados: revisão bibliográfica, visitas técnicas programadas no local, levantamento cadastral e fotográfico e aplicação de questionários. Como resultado, espera-se contribuir para o pensamento reflexivo sobre o potencial do ecodesign e da tecnologia limpa na produção moveleira de micro e pequeno porte.

**Palavras-chave:** design de produto, ecodesign, tecnologia limpa, móveis estofados, resíduos

## 1. INTRODUÇÃO

O Arranjo Produtivo Local (APL) de Móveis do Agreste surgiu com o intuito de estruturar o setor moveleiro dos municípios alagoanos de Arapiraca e Palmeira dos Índios. Dentre as ações realizadas, destacamos nesse estudo as que são voltadas ao desenvolvimento do associativismo e à inserção da tecnologia limpa. Ressaltamos também as ações direcionadas aos empresários, como capacitações e consultorias para melhoria da produção, da segurança e saúde no trabalho e de gestão financeira. Ações como estas, orientam e/ou alertam as estofadoras sobre a necessidade de melhorar o ambiente produtivo nas empresas.

Arapiraca fica cerca de 2 horas da capital Alagoana e é a cidade polo que comporta empresas moveleiras de micro e pequeno porte, atuantes no segmento de marcenaria, com produção seriada de móveis estofados sob medida. Os pontos positivos da atividade moveleira no APL são, entre outros, o fato dos produtores concentrarem-se na área urbana, o que facilita a comunicação mercado-empresários. Um dos pontos negativos é o alto custo de insumos face ao desperdício dos materiais na produção, sobretudo madeira maciça, painéis de madeira plantada, chapas e perfis de ferros, espuma, bem como a dificuldade de articulação coletiva.

Grande parte dos produtos e/ou processos desenvolvidos em estofadoras, ou seja, fabricantes de móveis estofados, tanto de micro quanto de pequeno porte, não apresentam metas socioambientais incorporadas de forma eficiente. Além disso, não dispõem de mecanismos de tecnologia limpa, os quais se destacam ao longo deste trabalho, com base na análise da relação do setor moveleiro com o design e com as ações que diminuem as perdas produtivas existentes, ou seja, o volume de resíduos.

A pesquisa sistematizou parâmetros sobre sustentabilidade direcionados aos que atuam na gestão do APL de Móveis do Agreste de modo a contribuir no processo produtivo das micro e pequenas empresas moveleiras, além de desenvolver um método para reutilização/transformação de seus resíduos em produtos de giro ou matéria para aproveitamento interno.

Como resultado espera-se contribuir para o pensamento reflexivo sobre o potencial do ecodesign, ou seja, avaliar o efeito que um produto tem sobre o meio ambiente em todos os estágios do seu ciclo de vida, desde a escolha da matéria prima, produção e distribuição até o seu uso e pós-uso.

## 2. METODOLOGIA

Como procedimentos metodológicos desta pesquisa, relacionados ao processo produtivo moveleiro do APL de Móveis do Agreste de Alagoas, o direcionamento foi aplicado à análise da fabricação de estofados em microempresas moveleiras. Os dados coletados cumpriram etapas diversas e que atenderam às seguintes fases: a. visitas técnicas programadas no local; b. levantamento cadastral e fotográfico e c. aplicação de questionários em visitas técnicas.

Em cada uma dessas etapas, o grupo observou o modo de produção, organização e descarte de materiais, bem como o número de funcionários. Os dados da amostra são significativos e selecionam empresas que atuam com estofados. Das empresas analisadas a maioria afirma estar situada na faixa de micro-empresa, enquanto uma minoria se define como empresa de pequeno porte.

## 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 3.1 Mobiliário e Ecodesign

A discussão sobre ecodesign, segundo a bibliografia disponível remonta aos anos 60 do século XX. No âmbito do Arranjo produtivo Local de Móveis (APL) do Agreste, essa discussão ainda é recente e requer estudos futuros para indicação de resultados sobre ações governamentais e empresariais.

Cardoso (2000) define o design como qualquer processo técnico e criativo e relaciona-o à configuração, concepção, elaboração e especificação de um artefato. No entanto, destaca a importância

de pensar a relação entre consumo e design, sem cair na armadilha por ele denominada de “eco-chaticice”. Considerando que em muitas áreas de atividades práticas há esgotamento dos recursos naturais, o designer, em todos os seus campos investigativos, deve ter como compromisso, a reflexão crítica acerca de produções que envolvam redução de consumo energético e outras ações similares. Enquanto Löbach (2001) relaciona design e meio ambiente, conceituando Design Ambiental como gerador de desdobramentos e especialidades, dentre as quais, destaca-se o Ecodesign, também entendido como Projeto para o Meio Ambiente.

Neste início de século XXI ainda se faz necessário repensar reflexões teóricas que estejam em sintonia fina com o mundo prático. Capello (2010, p. 257) aponta que existiam dois caminhos

[...] paralelos e independentes até se encontrarem nos anos de 1990, em acordo com a necessidade dos novos tempos. De um lado, o movimento social, dos intelectuais centrados em propor estratégias de inclusão e diminuição das desigualdades. Do outro, o ambiental, dos ativistas, que criavam programas de incentivo a produtos ecológicos e sistemas de certificação para impulsionar ações de redução de impactos no meio ambiente.

Só mais recentemente, algumas estratégias sociais e ambientais passaram a fazer parte das diretrizes de projetos de novos produtos. Segundo Borges (2002, p.100) a redução do uso de matéria-prima torna-se vital enquanto estratégia do design ecológico. Outra atitude importante é a capacidade de garantir reuso ou deslocamento de alguns componentes dos produtos idealizados no processo de design. Segundo registra esse autor, é possível remontar aos anos 80 do século XX o início das primeiras reflexões e ações práticas com essa lógica, sobretudo a partir de grupos profissionais mais jovens.

Hoje, no panorama nacional, designers das mais variadas áreas garantem o início de algumas discussões elementares sobre sustentabilidade, a partir das reuniões sistemáticas do Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (SBDS) e do Simpósio Internacional de Design Sustentável (ISSD). Esses dois eventos mobilizam estudantes, professores e profissionais que pensam a importância do ecodesign como relevante para o futuro do planeta. Entre eles, podemos citar: Christian Ulmann e Tânia de Paula, Heloisa Crocco, Carlos Motta, Pedro Cury, Marcelo Rosenbaum, Etel Carmona, entre outros. (SANTANA, 2010; SBDS/ISSD, 2009).

Guelere Filho e Pigosso (2008, p. 163) acrescentam que o Ecodesign

pode ser definido como uma abordagem de gestão ambiental pró-ativa que corresponde a ações tomadas no desenvolvimento do produto direcionadas à minimização dos impactos ambientais durante todo o seu ciclo de vida, sem comprometer outros critérios essenciais do produto como desempenho, funcionalidade, estética, qualidade e custo.

Observa-se em Gouvinhas (2008) que as definições existentes na literatura ressaltam que o propósito do Ecodesign visa o desenvolvimento de produto – aqui, a ênfase é ao mobiliário – que se preocupe em minimizar ou, quando possível eliminar, os impactos socioambientais em todas as etapas do ciclo de vida, integrando-se ao processo tradicional e tecnologia empregada.

Na lógica consumista existe uma ampla necessidade de difusão da importância do design sustentável, é possível pensar que há nichos de mercado para a produção de mobiliários que utilizam material devidamente certificado, ainda que, do ponto de vista massivo ainda esteja distante de ter um forte atrativo de apelo para consumo, daí a necessidade do design. Nesse sentido, ainda se faz necessário difundir e popularizar produtos que causem menos danos ao meio ambiente, ou seja, menor impacto ambiental.

Há estudos sobre design e sustentabilidade que reforçam a importância do design como “responsável por todas as etapas de desenvolvimento do produto não só a de projeto, mas também pelas etapas de planejamento organizacional e estratégico” (GAIA et al,2011). É preciso considerar que fatores como funcionalidade, estética e custos são determinantes nos processos de projeto. Desse

modo, é possível afirmar que os fatores anteriores mesmo predominantes, já é possível identificar demandas atuais da sociedade para consumo de produtos a partir de requisitos como qualidade, durabilidade e equilíbrio com o meio ambiente.

### 3.2 Mobiliário, Tecnologia e Consumo Limpos

Tecnologia Limpa é uma das ferramentas que propõe novos parâmetros para a produção industrial e para o consumo limpos. A mesma tem a finalidade de diminuir ou mesmo tender o máximo possível a zero os impactos ambientais negativos em todo o ciclo de vida dos produtos, desde a obtenção da matéria-prima e insumos, até a destinação final dos produtos (TEIXEIRA, 2005).

Segundo Unido citado por FIESP (on-line):

Produção Mais Limpa significa a aplicação contínua de uma estratégia econômica, ambiental e tecnológica integrada aos processos e produtos, a fim de aumentar a eficiência no uso de matérias-primas, água e energia, através da não geração, minimização ou reciclagem de resíduos gerados, com benefícios ambientais e econômicos para os processos produtivos.

Enquanto o resíduo for visto como descarte dentro de um processo produtivo, ele e seu processo estarão contribuindo para algum dano ambiental. A partir do momento em que for considerado como um subproduto para outro processo produtivo, ele começa a se vincular a uma proposta de Tecnologia Limpa.

De acordo com a FIESP (on-line), as denominadas técnicas de fim de tubo, “ajudam a diminuir o impacto ambiental de determinados resíduos ao dar-lhes tratamento. Mas um dos limites dessas técnicas é que sua validade limita-se ao tratamento dos resíduos inevitáveis no processo de produção, o que a torna portanto apenas “alternativa de remediação” em contraponto à produção mais limpa, percebida como proposta de solução.

Conforme o SENAI (on-line), a prioridade da Produção Mais Limpa é evitar a geração de resíduos e emissões (nível 1). Os resíduos que não podem ser evitados devem, preferencialmente, ser reintegrados ao processo de produção da empresa (nível 2). Na impossibilidade, medidas de reciclagem fora da empresa podem ser utilizadas (nível 3).

A P+L resulta em melhora em: Relacionamento com órgãos ambientais e comunidade; Eficiência no uso dos recursos; Redução de custos; Aumento de produtividade e Melhora da imagem da empresa (CETESB-SP, on-line).

A ausência de planejamento estratégico para o controle da matéria-prima e dos resíduos provoca uma série de problemas ambientais que podem ser sanados através da aplicação dos princípios básicos da Tecnologia Limpa em todo o ciclo produtivo, desde a aquisição de madeira certificada e sua otimização durante a fabricação do mobiliário até o consumo final do móvel (SILVA JÚNIOR; SILVA; SILVA; SANTOS, 2010).

Ramos (2009) defende que:

Ao propor novos produtos sustentáveis, o design deve demonstrar os motivos pelos quais a sociedade deve optar por um consumo limpo e consciente, sem jamais se esquecer de que toda e qualquer mudança deve ser efetuada de maneira voluntária, partindo do desejo de mudar de todos. Explorando de maneira consciente e ética esta influência, criando um mercado consumidor de produtos ecológicos, estimulando o consumo limpo agregando valor estético, formal e cultural a peças produzidas de maneira sustentável.

Segundo Ullmann (2011), na área moveleira, um empresário precisa ter o cuidado de usar madeiras de reflorestamento ou madeiras alternativas em seus trabalhos, o que se transforma em desafio da indústria brasileira, sobretudo da região nordestina, onde há uma série de fatores como

dificuldades de acesso a máquinas e tecnologias avançadas. É necessário ainda pensar sobre o uso de produtos, como verniz, cola e solventes diversos que tenham componentes menos tóxicos.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A ausência de planejamento estratégico para o controle da matéria-prima e dos resíduos provoca uma série de problemas ambientais que podem ser sanados através da aplicação dos princípios básicos da Tecnologia Limpa em todo o ciclo produtivo, desde a aquisição de madeira certificada e sua otimização durante a fabricação do mobiliário até o consumo final do móvel (SILVA *et al*, 2010). No caso específico do APL de Arapiraca verifica-se a ausência de um plano operacional quanto à utilização dos resíduos provenientes no conjunto das suas empresas.

De acordo com Rapôso; César; Kiperstok (2010):

A produção de resíduos [aqui entendidos como perdas produtivas] constitui um problema na produção moveleira local do agreste alagoano. Para as principais empresas de micro e pequeno porte do segmento de móveis dessa região, observou-se que os rejeitos ocupam espaço significativo na produção e quase não apresentam outro destino além do lixo, o que gera aumento do volume de resíduos e compromete o ambiente de produção e a própria relação da empresa com a sociedade.

Os referidos autores destacam que a minimização das perdas, traduz-se em aumento da eficiência ecológica da empresa, quando se consegue transformar: a matéria-prima em produto e /ou subproduto ou ainda em vantagem comercial, quando se potencializa a competitividade; minimização de custos de retrabalho e redução de impactos ambientais associados ao processo produtivo, quando se utiliza menos materiais e recursos naturais.

Os dados levantados em 2011 indicam que já existe uma compreensão por parte dos empresários do APL, quanto aos princípios da Produção Limpa, conforme a Tabela 1:

**Tabela 1: Empresas do APL que adotam princípios sustentáveis**

Utiliza Princípios da Produção Limpa	Quant.	%
Sim	5	55,56
Não	4	44,44
Total	9	100,00

Fonte: Acervo NPDesign, 2011.

A despeito dessa atitude indicada por número significativo das empresas, verifica-se que as ações ainda são conduzidas de forma incipiente. As reduções de resíduos representam 31,25% e torna-se necessário que existam maiores investimentos públicos quanto ao processo de (in)formação a empresários e trabalhadores. Isso requer continuidade de investimentos com oficinas, treinamentos, visitas técnicas e outras atividades similares.

De acordo com Borges (2002, p. 100):

Os preceitos do design ecológico também implicam o uso criterioso de matérias-primas não-renováveis, como a madeira. [...] Outros buscam um caminho no uso de madeiras de reflorestamento, como o lyptus (processamento do eucalipto), opção da mineira Maria José Canêdo na cadeira Slim, da Dpot, que têm nos pés delgados um diferencial [...].



O levantamento empírico dos dados, ainda em processo de análise, mas sistematizado em dados quantitativos, indica que o processo produtivo moveleiro das empresas do APL de Móveis do Agreste de Arapiraca requer maior atenção por parte da gestão que orienta os empresários. É relevante, por exemplo, que apenas cerca de 18% das empresas investigadas utilizem matéria-prima com maior redução de impacto.

**Tabela 2: Princípios sustentáveis usados no APL LEITURA CEGA**

Princípios da Produção Limpa Utilizados	Quant.	%
Reduções de água / energia	2	12,50
Reduções de matérias primas / resíduos	5	31,25
Reduções de efluentes / emissões	1	6,25
Maior produção com menor impacto ambiental	1	6,25
Maior eficiência	1	6,25
Matéria prima / resíduos menos tóxicos	3	18,75
Eliminação de resíduos	2	12,50
NDR	1	6,25
Total	16	100,00

Fonte: Acervo NPDesign, 2011.

Com base nas pesquisas desenvolvidas pela equipe do NPDesign em 2010 e 2011, é possível indicar que o aproveitamento dos resíduos dessas empresas é uma alternativa para promover melhoria das produções internas individual e coletiva, através do desenvolvimento de métodos de reutilização e reciclagem interna, bem como tecnologias limpas compartilhadas interempresas. Essas alternativas integram um conjunto de ações possíveis de melhorar a qualidade dos produtos e processos, bem como ampliação da competitividade e dos lucros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos realizados para a pesquisa indicam que a aplicação dos princípios preventivos da poluição ao processo de desenvolvimento de produtos e/ou serviços, através do Ecodesign, podem promover o desenvolvimento sustentável, desde que seja possível estimular as empresas a adotarem a estratégia de identificação das causas que geram os problemas ambientais derivados de suas atividades. Dessa forma, “evita-se ações corretivas para os impactos ambientais, trazendo inúmeros benefícios para as empresas e o meio ambiente em geral” (KIPERSTOK, 2002, p.115).

O desenvolvimento sustentável em qualquer setor econômico depende do consumo que permita a movimentação na economia e gere lucro para as empresas, mas com respeito ao meio ambiente e às matérias-primas utilizadas na produção. Esse equilíbrio entre lógica de mercado e escassez de matérias-primas ainda é um desafio da contemporaneidade. O uso de tecnologias limpas que reforçam este parâmetro, tem por objetivo reduzir a zero o impacto ambiental gerado nos

processos de produção. O design é parte inerente deste debate, considerando que pode ampliar o leque de oportunidade de negócios para micro e pequenos empresários.

Entende-se assim que enquanto o resíduo for visto como descarte dentro de um processo produtivo, todo o seu processo contribui para algum dano ambiental. A partir do momento em que for considerado como um subproduto para outro processo produtivo, ele pode começar a se vincular a uma proposta de Tecnologia Limpa.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Gestor do APL de Móveis do Agreste, Gilson Melo; à colaboração das pesquisadoras do NPDesign, Àurea Râposo e Patrícia Soares Lins; e, à Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação (PRPI) do IFAL pelo fomento às pesquisas do NPDesign, através de bolsas de iniciação científica do PIBICT/IFAL às alunas Agnólia Teixeira e Jéssica Ferreira.

## REFERÊNCIAS

BORGES, Adélia. Ecologia, funcionalidade e humor reafirmam a etapa atual da profissão. In: Revista PROJETO DESIGN. São Paulo: Ed. Arco, nº 263, p.98-101. Jan. 2002.

CAPELLO, G. Ecodesigners e designers sociais. In: Design Brasil: 101 anos de história. São Paulo: Ed. Abril, 2010.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo, Edgard Blucher, 2000.

**FIESP**. O que é produção mais limpa (P+L)? Disponível em:

<<http://www.fiesp.com.br/ambiente/perguntas/producao-limpa.aspx>>. Acesso em: 29.set.2011.

GAIA, R. *et al.* Selo sustentável em design: estratégias possíveis para a produção moveleira do APL de móveis do Agreste alagoano. In: **V Congresso de Engenharia, Ciência e Tecnologia**. Maceió: CTEC/UFAL, 2011.

GOUVINHAS, R. P. Preocupações Ambientais no Desenvolvimento de Produtos. In: PIMENTA, H. C. D.; GOUVINHAS, R. P. **Ferramentas de Gestão Ambiental**: competitividade e sustentabilidade. Natal: ed. CEFET-RN, 2008, pp. 99-154.

GUELERE FILHO, A.; PIGOSSO, D.C. A. Ecodesign: métodos e ferramentas. In: PIMENTA, H. C. D.; GOUVINHAS, R. P. **Ferramentas de Gestão Ambiental**: competitividade e sustentabilidade. Natal: ed. CEFET-RN, 2008, pp. 155-182.

KIPERSTOK, Asher. **Prevenção da poluição**. Brasília: SENAI/DN, 2002.

LÖBACH, B. **Design Industrial** - Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

RAMOS, R. C. O design como ferramenta de conscientização do consumo limpo. Disponível em: <<http://portal.anhemi.br/sbds/anais/SBDS2009-021.pdf>>. Acesso: 29.set.2011.

RAPÔSO, A.; CÉSAR, S. F.; KIPERSTOK, A. **Identificação de oportunidades de produção mais limpa na fabricação de sofá em microempresa moveleira do APL de Móveis do Agreste do Estado de Alagoas.** In: **Anais do XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção (CD-R).**

SANTANA, P. A.(org.) **Design Brasil: 101 anos de história.** São Paulo: Ed. Abril, 2010.

SILVA JÚNIOR, P. R. B; SILVA, V. L. V. da; SILVA, A. M. F. da; SANTOS, M. A. R. O design sustentável na concepção do mobiliário alagoano: proposta para a melhoria de cadeia produtiva do APL de Móveis do agreste alagoano. In: **IV Congresso de Engenharia, Ciência e Tecnologia.** Maceió: CTEC/UFAL, 2010.

SBDS/ISSD. **Anais do II Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (SBDS) e do Simpósio Internacional de Design Sustentável (ISSD).** 2009. Disponível em: <<http://portal.anhembri.br/sbds/>>. Acesso em: 29.set.2011.

SENAI. O que é produção mais limpa? In: **Centro Nacional de Tecnologias Limpas do SENAI.** Disponível em: <[http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs\\_senai\\_uos/senairs\\_uo697/O%20que%20E9%20Produ%20E3o%20mais%20Limpa.pdf](http://wwwapp.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs_senai_uos/senairs_uo697/O%20que%20E9%20Produ%20E3o%20mais%20Limpa.pdf)>. Acesso em 29.set.2011.

TEIXEIRA, M. G. **Aplicação de conceitos da ecologia industrial para a produção de materiais ecológicos: o exemplo do resíduo de madeira.** Dissertação apresentada ao Curso de pós-graduação em Gerenciamento e Tecnologia Ambiental no Processo Produtivo. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2005.

ULLMANN, C. A importância do design no desenvolvimento de produto na pequena empresa. In: **III Seminário de móveis sob medida, Design, inovação e crédito para as micro e pequenas empresas do setor moveleiro.** Arapiraca, 11/08/2011 (Comunicação Oral, anotações).

## OS ESPAÇOS DE SABORES E FAZERES TRADICIONAIS NA COMUNIDADE PÉ LEVE NO AGRESTE ALAGOANO

A. A. V. Mendonça<sup>1</sup>; L. M. Almeida<sup>2</sup>; R. V. Cavalcanti<sup>3</sup>; S. S. Lima<sup>4</sup> e A. S. Costa<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal de Alagoas – *Campus* Satuba

ariadne.vitorio@gmail.com; luana-macedoalmeida@hotmail.com

rodrigo-wo@hotmail.com ; samuelelektro@hotmail.com; aliny.sousa@hotmail.com

### RESUMO

O presente trabalho é resultado parcial da pesquisa sobre as tipologias dos espaços de fabricação e venda de bolos típicos artesanais da comunidade rural de Pé Leve, localizada no município de Limoeiro de Anadia no agreste alagoano e tem por finalidade discutir a configuração e o modo de uso de três espaços de produção e venda de bolos artesanais típicos, incluindo seus equipamentos no processo de fabricação. Os espaços de produção são compostos pela residência do(a) boleiro(a) e vendedor(a), ambiente de fabricação, ambiente para venda dos produtos e roça. As alterações na configuração destes espaços, produtos e processos se apresentam em várias regiões do Nordeste e estão atreladas a cultura, as necessidades sociais, econômicas, transformações tecnológicas e influências externas dos padrões de higiene e segurança alimentar. De um modo geral, os espaços de fabricação dos bolos artesanais do povoado Pé Leve, caracterizam-se pela simplicidade e improvisação da estrutura física das instalações e pelo desenvolvimento de variadas atividades produtivas correlatas, como a prática do cultivo da agricultura de subsistência, o beneficiamento da mandioca, as tarefas domésticas e a venda dos bolos. Diante desse contexto, esta pesquisa, vislumbra-se que haja a implementação de projetos em áreas diversas, que proporcione a melhoria das condições de vida da comunidade a partir da valorização da cultura local, incluindo os recursos patrimoniais tangíveis e intangíveis.

**Palavras-chave:** Bolos típicos, produção artesanal, estrutura física, espaço fabricação.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado parcial da pesquisa sobre as tipologias dos espaços de fabricação e venda de bolos típicos artesanais da comunidade rural de Pé Leve, localizada no município de Limoeiro de Anadia, cortada pela rodovia AL-220. O município de Limoeiro de Anadia possui uma área de 334,41 Km<sup>2</sup>, está localizado na meso-região do agreste alagoano e micro-região de Arapiraca. Sua população é de 26.992 habitantes (IBGE, 2010), sendo que a população vive em maior número na zona rural, 24.746, e a minoria na zona urbana 2.246 (IBGE, 2010), seu Índice de Desenvolvimento Humano - IDH é de 0,569 PNUD (2000) um dos piores do Brasil.

Os bolos vendidos na comunidade Pé Leve fazem parte de uma prática tradicional, que a princípio eram fabricados na cozinha das casas em determinadas ocasiões e datas comemorativas, como é o caso do pé-de-moleque fabricado exclusivamente na quaresma. Há algumas décadas, os bolos passaram a ser fabricados e vendidos durante todo o ano nas feiras livres de cidades circunvizinhas, a exemplo de Arapiraca, Coité do Noia e São Miguel dos Campos e principalmente as margens da rodovia, tornando-se um ponto tradicional de vendas de bolos e produtos agrícolas produzidos na região, expostos em tendas e balcões de lanchonetes.

O agronegócio decorrente de fábricas artesanais de bolos típicos da região nordeste, como é o caso dos bolos de milho, macaxeira, mandioca, massa puba, pé-de-moleque, macasada (grude) e tapioca, desenvolvido pelas famílias de pequenos agricultores rurais e de moradores de comunidades rurais são de grande importância para o desenvolvimento e sustentabilidade local, ao incrementar a renda familiar e promover o uso da matéria prima decorrentes das roças de milho, mandioca e macaxeira de outros pequenos produtores rurais.

Ao diminuir a velocidade do carro, no trecho da estrada que compreende o povoado, é possível perceber em um olhar mais atento, o que nos últimos anos tem acontecido de forma lenta e constante: as alterações dos espaços físicos que servem a produção de bolos artesanais. Essas modificações do espaço realizadas no local, revelam uma transição da forma espacial decorrente do processo de transformação de mero produto de consumo doméstico para a inserção como produto de mercado. Dessa maneira, seus espaços de moradia, fabricação, venda dos produtos, equipamentos e modo de fabricar se alteram.

A estrada que corta a comunidade faz a ligação entre a capital Maceió e a segunda maior cidade do estado: Arapiraca. A sua construção possibilitou um aumento considerável do tráfego de veículos e de pessoas passando pelo povoado. Fato esse, que contribuiu para o desenvolvimento de atividades comerciais relacionadas com a produção agrícola e alimentos tradicionais, que fazem parte dos hábitos de grande parte da população da região, e que ao longo dos anos passou a ser direcionada, principalmente, a esse tipo de consumidor. A rodovia estadual AL-220, construída no ano de 1984, no governo Divaldo Suruagy (ver Figura 1), possibilitou então, uma aceleração no processo de desenvolvimento sócio-econômico do povoado, que faz jus à fala do governador: “essa obra tem o nobre objetivo de tirar do esquecimento econômico os municípios de Limoeiro de Anadia e Campo Alegre” (GAZETA DE ALAGOAS, 1984).



**Figura 1 - Fotos do Jornal Gazeta de Alagoas, datado em 9 e 10 de Junho de 1984 mostrando a inauguração da rodovia AL-220.**

Esse artigo tem por finalidade discutir a configuração e o modo de uso de três espaços de produção e venda de bolos artesanais típicos, incluindo seus equipamentos no processo de fabricação. Os espaços aqui tratados, são compostos por residência do(a) boleiro(a) e vendedor(a), ambiente de fabricação, ambiente para venda dos produtos e roça. A estruturação da pesquisa tem por base teórica a abordagem descrita por Argollo Ferrão (2004), denominado “Método de Pesquisa Orientada a Processos”, baseado na co-evolução de três vetores: cultural, produtivo e espacial.

A pesquisa de campo que faz parte do procedimento metodológico, trata do levantamento físico com dimensionamento dos locais de fabricação e venda utilizando trena, determinação da localização geográfica, levantamento fotográfico, e entrevistas com os proprietários das fábricas de bolos para investigação de dados históricos e culturais locais relativos à produção. Inclui a observação de dados das instalações físicas, como controle sanitário e atividades correlatas, visando o estabelecimento de critérios de classificação em uma etapa posterior.

A hipótese dessa pesquisa é que as diferentes tipologias encontradas no local possuem relação direta com o processo de transformação e os diferentes modos de produção, implicando em alternativas variadas quanto aos diferentes arranjos e configurações espaciais. O estudo que trata das tipologias arquitetônicas é aplicado à preservação e valorização do patrimônio e das paisagens culturais, pois segundo Montaner (2001, p. 269), “a análise tipológica é a síntese de um produto social e cultural que se configura espacialmente em um determinado momento histórico”.

A problemática consiste em determinar as alterações na configuração dos espaços de fabricação e venda de bolos típicos artesanais, presentes em várias regiões do Nordeste e especificamente na comunidade Pé Leve, a partir das necessidades sociais, econômicas, transformações tecnológicas e influências externas dos padrões de higiene e segurança alimentar, estendidas a todos os estabelecimentos de produção alimentar, interferindo, dessa maneira, no ambiente físico, nos produtos e processos.

Diante desse contexto, a utilização do estudo dos espaços de fabricação de bolos típicos artesanais, revela-se como um indicador dos variados modos de construir, organizar e equipar os espaços destinados à produção e venda, símbolo de identidade cultural e suporte econômico de muitas famílias. A relevância de estudos como esse, vinculados à realidade, está em possibilitar diretrizes de desenvolvimento e preservação cultural, na medida em que expõe erros e acertos na interação dos vários elementos envolvidos na formação do lugar. Some-se a isso a ameaça de extinção da tradicional técnica de fabrico, pela concorrência das indústrias e pela interferência da legislação.

## 2. CARACTERÍSTICAS DA CONSTRUÇÃO E ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO

Os espaços construídos fazem parte das transformações por que passam a sociedade. Esses mesmos espaços podem servir como elemento de análise das transformações que se dão principalmente a nível local, pois os espaços construídos pelo homem revelam uma forma física que intrinsecamente correspondem a sua peculiaridade diante do desenrolar do processo de desenvolvimento histórico.

Hall (2005, p. xii) coloca que “o espaço é um dos sistemas organizacionais básicos que dão sustentação a todos os seres vivos – especialmente as pessoas”. Ao tratar de espaços rurais pode-se considerar que “por suas características peculiares, o estudo da arquitetura nas propriedades rurais requer múltiplas visões, de forma a incorporar as diversas conexões existentes entre o espaço construído, as atividades produtivas e a sociedade em questão” (MENDONÇA, 2009, p.27).

De um modo geral, os espaços de fabricação dos bolos artesanais do povoado Pé Leve apresentam como característica principal o desenvolvimento de variadas atividades produtivas em pequenas propriedades de terra: a prática do cultivo da agricultura de subsistência, o beneficiamento da matéria prima - incorporando à fase de beneficiamento que se obtém a massa puba, ou simplesmente a massa da macaxeira, utilizadas na fabricação de alguns tipos de bolo - a fabricação e venda dos bolos.

Essas atividades contam com o envolvimento de várias pessoas da família, que tanto compartilham o trabalho, quanto os rendimentos. A produção também envolve outras pessoas do povoado, como pequenos agricultores que vendem seus produtos, complementando a quantidade de matéria prima necessária a demanda de bolos, que em algumas épocas do ano aumentam em função da prática de um calendário gastronômico que faz parte da cultura local e regional. Um exemplo disso é o consumo de pé de moleque durante a semana santa e de bolos de milho nas festas juninas.

Para o desenvolvimento dessas atividades, existem espaços físicos específicos que se conectam entre si e com outros que não são estudados aqui. Ao tratar o espaço físico destes produtores de bolos se fez necessário ampliar os espaços de fabricação, inserindo a área de plantio e a área de vendas dos produtos, sem deixar de considerar a presença das residências. Além dos pontos de vendas localizados às margens da rodovia algumas boleiras são proprietárias de outros pontos localizados nas feiras semanais dos municípios vizinhos.

A implantação desses espaços tem como elemento principal a casa do dono da fabricação, pois é a partir dela que se distribuem as outras atividades que ora aparecem com a área de fabricação, venda e plantio em anexo, ora se afastam da área de vendas e plantio, dependendo do tamanho da propriedade, do seu parcelamento e da sua localização. Isso porque os pontos de venda localizam-se prioritariamente ao longo da rodovia (ver Figura 2), enquanto que a localização contígua as residências do ambiente de fabricação e da roça, depende do tamanho da propriedade. Em um dos casos estudados, todos os espaços são localizados afastados e em dois casos os espaços são conjugados. No caso dos espaços serem contínuos a implantação se dá com o espaço de venda voltado para o acesso a rodovia seguida de residência(s), do espaço de fabricação e ao fundo da propriedade, a roça.



**Figura 2 - Espaços físicos.**

**a) Ponto de vendas localizado em uma lanchonete; b) Ponto de vendas localizado às margens da rodovia; c) Cultivo de macaxeira, um exemplo de cultura de subsistência.**

A configuração que tem seu lote único composto de ponto de venda, seguido da residência com a presença da roça na parte de trás, isso só é possível em algumas partes do povoado onde existe menos concentração de construções, mantendo-se como pequenos lotes rurais.

As propriedades de terra que fazem parte da realidade desses pequenos produtores são inferiores a 10 hectares e correspondem ao que é dito por Lira (2007, p. 110) que, na região do Agreste alagoano “estão concentradas as pequenas propriedades do tipo familiar e que a maioria dos produtores rurais, 75% do total, possuíam uma área inferior a 5 hectares, enquanto o módulo rural mede entre 15 a 35 hectares” (LIRA, 2007, p. 110). O tamanho das propriedades interfere diretamente na sustentabilidade econômica, indicando que “os produtores com propriedades abaixo de 5 hectares passam por grandes dificuldades de sobrevivência” como afirma Lira em pesquisa realizada em 1999, pela Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados - SEADE (LIRA, 2007, p. 110).

### 3. ESPAÇOS DE FABRICAÇÃO

Os espaços de fabricação são gerados da necessidade de uma nova fonte de renda, pois a que obtinham quando trabalhavam na agricultura ou em trabalhos informais não era fixa e se fazia insuficiente para suprir as necessidades da família. Essas dificuldades podem ser percebidas no local, visto a precariedade da estrutura física que se apresentam os espaços construídos para abrigar a “nova” atividade econômica (fabricação de bolos) em substituição à agricultura de subsistência.

A maioria dos espaços de fabricação que passam pelas alterações atuais ocupa a parte de trás da casa, onde normalmente situa-se a cozinha. Esse acréscimo se dá prioritariamente pela necessidade de equipamentos de dimensões consideradas grandes, quando comparados com as dimensões habituais da cozinha. Tais equipamentos são: prensa, cochos, bancadas e forno(s). Essa forma improvisada que se mantém por longo tempo, apresentando-se como uma adaptação anexa às casas, são os conhecidos “puxadinhos”.

Esses “puxadinhos” fazem parte de uma prática encontrada em várias regiões do Brasil, desde o período da colonização, quando o branco incorporou a cultura indígena, a exemplo do consumo da mandioca e da farinha na alimentação, também herdou a forma de obtenção do alimento, como afirma Lemos (1976, p. 43) “a adoção do cardápio indígena introduziu nas cozinhas e zonas de serviço das moradas brasileiras equipamentos desconhecidos no reino. Instalou nos alpendres roceiros a prensa de espremer mandioca ralada para farinha.”

E os espaços se alteraram para receber esses “novos” equipamentos da mesma forma que na atualidade, as cozinhas das casas das boleiras vão necessitando alterar os espaços para comportar os equipamentos necessários à atividade. Desde o período da colonização os índios trabalhavam com a farinha, o que exigia o *tapiti*, equipamento utilizado para comprimir a massa, prensa, raladores, cochos de lavagem e forno ou fogão. “Era normal, então, a casa de farinha, no quintal, ao lado dos telheiros e próximo à cozinha” (LEMOS, 1976, p. 44).

A organização do processo de fabricação gera um zoneamento dos serviços que podem ser visualizados tanto no momento em que acontece a produção, quanto pela localização dos equipamentos fixos, que podem ou não, serem acompanhados de instalações elétricas, hidráulicas e sanitárias. Os investimentos na melhoria dessa infra-estrutura gera um melhor controle das etapas de fabricação, pois alguns dos ambientes de produção parecem desorganizados e desprovidos de uma estrutura adequada sob o ponto de vista da legislação sanitária.

É nesse ambiente improvisado que se dá os processos de fabricação, aprendidos através da experiência cultural daquela sociedade passada por gerações. O conhecimento adquirido em relação ao



“saber fazer” foi assimilado dentro de uma vivência social e cultural local. Então, tanto os equipamentos necessários, quanto o modo de fazer e a composição dos ingredientes foram repassados sem a preocupação de se fazer registros, como podemos encontrar na fala de uma das boleiras que diz que o “segredo é só da pessoa que fabrica”.

As etapas de fabricação dependem do tipo de bolo que será produzido, variando ingredientes, equipamentos e conseqüentemente o local onde se dará a atividade, mas de forma geral são: preparo da matéria prima, mexedura da massa, moldagem da massa e a posterior etapa de assar a massa (ver Figura 3). A etapa de embalagem é realizada ao colocar o bolo num saco plástico. No caso do pé de moleque, a palha da bananeira é o que molda e continua como embalagem.

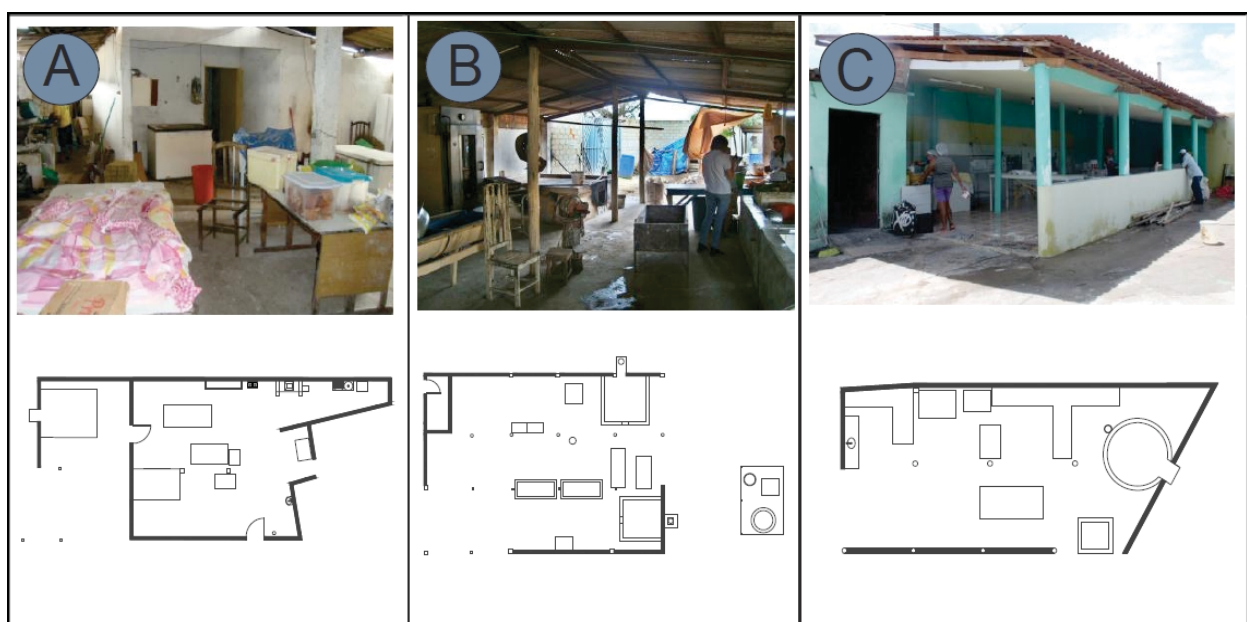


**Figura 3 - Processos de fabricação.**

**a) Preparo da massa dos produtos; b) Boleira colocando os bolos para assar em um forno elétrico; c) Produtos sendo embalados em palha de bananeira.**

Embora o estudo dos ambientes construídos considere os espaços de residência, roça e venda como integrantes do sistema de produção, o foco sobre o detalhamento da composição física e equipamentos se faz essencial no espaço de fabricação. Dessa forma, durante as visitas aos espaços de produção, foram observados os detalhes construtivos que interferem na sua qualidade.

Com relação à estrutura e a composição de materiais dos ambientes de fabricação (ver Figura 4), percebeu-se que nem sempre há presença de forro na área de fabricação. Os telhados são na sua maioria constituídos de telhas de fibrocimento e armação de madeira, o piso pode ser de cimento ou revestimento cerâmico e as paredes de tijolos cerâmicos ou blocos de cimento, e estas nem sempre possuem reboco ou revestimento cerâmico.



**Figura 4 – Espaços de fabricação.**

**a) Espaço de fabricação com estruturação mais precária; b) Espaço de fabricação com estruturação intermediária; c) Espaço de fabricação que apresenta uma estrutura melhor desenvolvida e equipada.**

As instalações elétricas, em sua maioria expõem os fios amarrados ora na própria estrutura do telhado, ora soltos pelas paredes e piso, localizados próximos aos equipamentos elétricos.

As instalações hidráulicas são quase inexistentes. Em alguns espaços há o uso de tonéis para armazenar a água, que é utilizada tanto para as lavagens de utensílios, quanto para higienização dos ambientes. Talvez essa forma de armazenar a água se justifique pela precariedade dos serviços de abastecimento público na região.

Para os planos futuros algumas boleiras indicaram a pretensão de realizar melhorias no espaço físico e adquirir equipamentos mais modernos. Entre elas, ampliar o espaço de fabricação, rebocar as paredes, forrar o teto com PVC e comprar um ralador de milho automático.

#### 4. EQUIPAMENTOS

Os equipamentos acompanham as mesmas condições dos espaços de fabricação quanto à escassez de investimentos, realizando-se as adaptações de equipamentos e utensílios necessários a produção. Mas percebe-se que à medida que há um investimento no espaço, isso automaticamente se reverte também para os equipamentos. Para todos os espaços de fabricação existem equipamentos que são similares quanto à função, mas que diferem quanto à tecnologia e ao material que é fabricado (ver Figura 5). Quanto a isso podemos exemplificar o forno a lenha e o elétrico.

Percebe-se que existe uma tendência evolutiva na substituição dos equipamentos considerados rudimentares e inadequados sob o ponto de vista da segurança alimentar, por outros designados pela legislação, embora isso ocorra no local de forma muito lenta tendo em vista os poucos recursos financeiros para se investir na estrutura de produção.



**Figura 5 – Equipamentos utilizados no fabrico.**

**a) Prensa de ferro em bom estado de conservação; b) Prensa de ferro enferrujada; c) Caititu, equipamento rudimentar utilizado para triturar a mandioca; d) Forno à lenha sendo utilizado na fabricação do pé de moleque; e) Forno elétrico utilizado para assar os bolos.**

Percebe-se no local a presença de equipamentos rudimentares feitos de madeira como o caititu, a prensa, a urupema<sup>1</sup>, cochos e mesas, além de forno à lenha nos moldes das antigas casas de farinha. Nos mesmos ambientes podemos encontrar equipamentos como: fornos elétricos, cochos

<sup>1</sup> Espécie de peneira de fibra vegetal, para utilidades culinárias.

revestidos de granito ou cerâmica, bacias e caixas d'água plásticas – utilizadas para o processo de fermentação da mandioca de onde se obtém a massa puba.

## 5. CONCLUSÃO

A forma de organização do espaço e a utilização dos equipamentos herdados dos índios fazem parte da prática que se mantém atual, embora exista uma atualização dos processos. Essa atualização se dá tanto na mudança de materiais, quanto na organização das etapas dos processos de produção. À medida que os espaços se setorizam, passa a haver um controle do processo produtivo, que interfere diretamente na qualidade, tanto dos espaços, quanto na obtenção do produto final.

Os espaços construídos abordados aqui nesta pesquisa apontam para melhorias, mesmo de forma lenta, da estrutura física dos espaços de fabricação, e principalmente da melhoria das condições de vida da população que se apropriando de um saber-fazer, da abundância de mão-de-obra, da proximidade de matéria prima e do fluxo de consumidores, buscam, na velocidade que seus recursos permitem, um lugar no mercado. Dessa forma altera a tendência, e de certa forma o destino, que teima em persistir nos piores índices de desenvolvimento para os municípios nordestinos, por falta de políticas públicas eficientes. O esforço desses trabalhadores, nas várias horas do dia dedicadas a fabricação de bolos, é motivado pelo sonho de um futuro melhor para sua família. Para os consumidores, os bolos ganham outra dimensão, não menos importante, de identidade cultural e de prazer gastronômico.

Ressalta-se aqui, a importância da produção de bolos caseiros típicos da região, que mesmo de forma precária, mantém a sustentabilidade econômica e ambiental local. Nesta pesquisa, vislumbra-se que haja a implementação de projetos em áreas diversas, que proporcione a melhoria das condições de vida da comunidade a partir da valorização da cultura local, incluindo os recursos patrimoniais tangíveis e intangíveis, além do desenvolvimento social e econômico gerado pelo emprego de um grande número de pessoas envolvidas no processo de fabricação e venda, utilizando como matéria prima os produtos agrícolas como a macaxeira, a mandioca e o milho plantados por outras pessoas da comunidade.

## REFERÊNCIAS

- ARGOLLO FERRÃO, André Munhoz de. **Arquitetura rural e paisagens culturais no Brasil a partir de uma abordagem transdisciplinar e da visão de processos**. Revista Vegueta, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, V.1, p. 133-148, 2004b.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 2ª edição. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, RJ. 1986, p. 1744.
- HALL, Edward T. **A Dimensão Oculta**. Trad.: Waldéa Barcellos. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005.
- IBGE. **Cidades**. < <http://IBGE.gov.br> >. Acesso em: fevereiro 2011.
- Jornal GAZETA ALAGOAS de 9 e 10 de Junho de 1984. **Inauguração da rodovia AL-220**.
- LEMOS, Carlos A. C. **Cozinhas, etc.: um estudo sobre as zonas de serviço da casa paulista**. Ed. Perspectiva, São Paulo, SP. 1976.
- LIRA, Fernando José de. **Formação da riqueza e da pobreza de Alagoas**. EDUFAL, Maceió. 2007.
- MENDONÇA, Ariadne Aguiar Vitória. **Caracterização Tipológica das Queijarias Artesanais na Zona Rural do Município de Major Izidoro no Semi-Árido de Alagoas**. Dissertação (mestrado em Arquitetura e Urbanismo: Dinâmicas do Espaço Habitado) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo Maceió, 2009. Disponível em: [http://bdtd.ufal.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=768](http://bdtd.ufal.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=768). Acesso em: fevereiro 2011.

MONTANER, Joseph Maria. **A modernidade superada: arquitetura, arte e pensamento do século XX.** Trad. Esther Pereira e Carlos Muñoz. Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 2001.

PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil ano 2000.**  
<<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/IDH-M>>. Acesso em: fevereiro 2011.

## UMA NOVA AGENDA PARA A CASA BRASILEIRA

B. B. P. Costa<sup>1</sup> e L. A. C. Silva<sup>2</sup>

Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió  
bernard\_costa@hotmail.com – luislulacosta@gmail.com

### RESUMO

Este artigo aborda as mudanças no espaço da casa, conseqüentemente na família brasileira na contemporaneidade, tendo em vista as novas realidades que envolvem o lar e as associações familiares. Assim, a discussão realizada é referente a construção simbólica e moral sobre a família brasileira, sua relação entre os membros, o comportamento dentro e fora de casa, bem como a relação desses membros com os objetos e cômodos da casa. A antropologia de Roberto DaMatta sobre o comportamento tradicional do brasileiro em relação ao seu lar é aqui o suporte que sustenta a discussão do artigo. Assim, o trabalho se utiliza de dados e de literatura atualizadas para renovar as perspectivas sobre a casa, o lar e a família brasileiras nesse novo início de século. Os argumentos de Carlos Augusto Joly Requena constituem o contraponto sobre a construção tradicional da ideia brasileira de lar, de acordo com sua discussão sobre a hibridização do lar com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Assim, não há a absorção de uma tese em detrimento da outra, mas sim a análise do novo contexto sociocultural brasileiro, referente à forma como estamos projetando nossos lares e as novas formas de associações familiares, em relação à maneira como construíamos física e simbolicamente em um passado não tão distante.

**Palavras-chave:** lar, casa brasileira, design de interiores

## 1. INTRODUÇÃO

Convencionou-se padronizar que as famílias brasileiras possuem uma rotina comum entre si, diferenciando-se apenas da forma como funcionam internamente; difícil não supor que exista hierarquização em todos os arranjos familiares e que eles não estejam estruturados praticamente da mesma forma.

Do ponto de vista formal, também é estranho imaginar que os cômodos de uma casa não reflitam uma funcionalidade específica e que funcionem como barreiras para os membros do grupo, uma espécie de código que existe para alertá-los dos seus limites, para a boa vivência entre os parentes. Pode ser difícil imaginar isso e tantas outras coisas que parecem estranhas ou modernas demais para o povo brasileiro, mas é uma realidade cada vez mais presente e difundida em todo o território nacional, com variações entre as regiões.

Toda a ideia do funcionamento da família se deve ao fato de como ela é posta hoje, conseqüentemente, quando admitimos novas associações de pessoas, que caracterizem uma família, a ideia anterior é passível de questionamento. Os últimos censos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por exemplo, apontam para uma mudança significativa sobre essa questão. Assim como a hierarquia familiar, em alguns casos, deixa de ser chefiada pelos homens e pelos mais velhos; ou até mesmo a hierarquização é anulada e o equilíbrio de funções e de responsabilidades entre os membros é estabelecido. Em alguns dos casos, a hierarquia nem existe mais, o que há de fato são funções bem delineadas (ou não), mas que não signifiquem superioridade ou inferioridade diante dos outros membros da casa.

Esta, por sua vez, também vem se transformando devido a soma de muitos fatores, como a jornada de trabalho, que invade os muros do lar; os cômodos, que estão cada vez mais multifuncionais (servindo para mais de uma atividade específica); a violência urbana, que obriga aos moradores fazerem da sua casa não só o abrigo, mas também um ambiente de lazer, de trabalho e de exercícios físicos; o mercado imobiliário, que vem aumentando o preço, fazendo com que as casas diminuam, refletindo o grande número de pessoas nos centros urbanos e a diminuição dos membros das famílias; a hibridização da casa com o mundo virtual, levando os aparelhos eletrônicos e digitais para o centro da casa, onde eles funcionam como membros da própria família, de funções específicas.

## 2. O RETRATO DA NOVA CASA NO BRASIL

Há uma famosa frase: “Lar, doce lar!”. Não é “Casa, doce casa!”, ou “Moradia, doce moradia!”. Então o lar é o motivo pelo qual o lugar onde moramos é especial e diferente de qualquer outro espaço onde poderíamos executar as mesmas atividades que normalmente fazemos na nossa própria casa. Mas afinal, o que é o lar?

O lar é o não-espaço da casa. Ritualizado e mítico, o lar é a alma da casa e o paraíso de nossa individualidade privada. [...] O lar caracteriza-se por ser um espaço imaginário, simbólico; um conjunto de práticas concretas e rituais imaginários que fazem de minha casa algo sem igual (LEMOS apud REQUENA, 2007, p. 18).

Portanto, aquilo que de mais significativo existe no ambiente em que moramos não são as suas paredes, seus móveis, sua localização na cidade e muito menos o seu tamanho. A casa, enquanto algo palpável, tem a responsabilidade de resguardar as atividades e necessidades humanas (dormir, alimentar-se, fazer a higiene pessoal, etc.). Ao lar é de responsabilidade abrigar a subjetividade da família e todos os seus códigos e atividades próprias, independente do tamanho que a casa possua.

Mas o espaço físico inevitavelmente define o funcionamento do lar. Para DaMatta (1986), referente à família brasileira, algumas discussões que podem comprometer a tranquilidade familiar não ultrapassam algumas barreiras físicas como a mesa, salas íntimas e muito menos os quartos. Já espaços como varanda e quintal, continua DaMatta, são propícios para qualquer alteração, pois são “locais marginais da casa, posto que situados entre o seu interior (cujo calor revela a igualdade de substância e de opiniões das pessoas que ali residem) e a rua” (DAMATTA, 1986, p. 28).

Ainda hoje, mesmo as famílias diferenciando-se umas das outras, a casa vem sendo estruturada praticamente da mesma forma. Requena, com base em Tramontano (2007), discorre sobre o “modelo burguês parisiense” que se alastrou por todo o mundo ocidental, ainda no século XIX, inclusive aqui no Brasil. Este modelo consiste numa “configuração tripartida em setores social, íntimo e de serviços” (REQUENA, 2007). Ou seja, no campo das Ciências Sociais (DAMATTA, 1986) e no campo da Arquitetura (REQUENA, 2007), os espaços físicos são determinantes e fundamentais. Ainda sobre o modelo parisiense, ele é previamente setorizado e destinado para as atividades dos moradores antes mesmo de ser utilizado. A família, então, se adéqua ao novo lar. Ainda segundo Requena, no Brasil, as casas são planejadas de acordo com o modelo burguês do século XIX:

Ao compararmos uma planta atual de um apartamento na cidade de São Paulo á planta do apartamento parisiense de 1880, notamos claramente a presença da mesma tripartição em setores social [living, sala de jantar e lavabo], íntimo [quartos e banheiros] e de serviços [cozinha, lavanderia e dormitório de empregados] [...] (REQUENA, 2007, p. 24).

Obviamente esses espaços pré-planejados apontam para uma necessidade comum a qualquer pessoa e a qualquer família, mas se a estrutura física da casa incide diretamente, como já vimos, no funcionamento do lar e da família, é certo previamente destinar os ambientes físicos para suas respectivas atividades? E ainda há de se considerar que, mesmo que o modelo nuclear familiar (pai, mãe e filhos) seja predominante ainda hoje (REQUENA, 2007), as famílias não são iguais e não mais constroem um lar semelhante aos outros. Consecutivamente a casa não pode ser antecipadamente preparada para os seus moradores. E estes também mudam a cada nova época.

Apesar de o modelo nuclear familiar ainda ser predominante, segundo Requena (2007), os outros grupos familiares são diversificados e bem distribuídos. A casa também reflete essa predominância delimitando as pessoas e os espaços com funções específicas. Como diz DaMatta: “De fato, na casa ou em casa, somos membros de uma família e de um grupo fechado com fronteiras e limites bem definidos” (1986, p. 24). E apesar desse pensamento vigorar ainda hoje, as famílias e seu relacionamento com o seu espaço próprio mudam e se tornam característicos de grupos para grupos. Cabe ao pesquisador o desafio de acompanhar as mudanças que surgem nos espaços de moradia, como por exemplo, o processo contínuo de redução do tamanho dos imóveis (RICHARDSON, 2007) e a

demanda, que é muitas vezes maior que a própria oferta (BORGES, 2009). E tudo isso reflete nas novas funções e/ou funcionamento nas famílias recém formadas, que estão em busca de seu próprio lar.

A nova identidade familiar, segundo Borges (2009), é uma das discussões predominante na área da construção civil e esse perfil tende a mudar significativamente o mercado de imóveis: “Antigamente, os apartamentos mais procurados eram os de três e quatro quartos. Hoje, a atenção volta-se aos menores” (BORGES, online).

O estudo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2006 aponta uma diminuição na formação tradicional de famílias, com número expressivo de casais sem filhos e mães solteiras. O número de pessoas que moram sozinhas chegou a quase seis milhões, em 2005. Apartamentos tipo “quarto e sala” são frequentemente ofertados e seus públicos alvos são pessoas solteiras, separadas e viúvas. Estudantes de outras cidades também buscam casas menores (LEÃO, 2010), assim como recém casados integram o quadro de perfis possíveis para esse tipo de imóvel, atraídos por preços mais baixos (BORGES, 2009). Dados como esses devem ser melhores analisados e não dispostos de maneira quantitativa. O que eles querem dizer, afinal?

### 3. AS PESSOAS MUDAM

Como já vimos, a casa é o reflexo do seu uso e este é executado por pessoas, logo, uma casa não pode ser limitada aos seus espaços físicos, suas paredes e seus móveis e outros objetos. A casa reflete a moral adotada por aqueles que a usam:

Ou seja: quando falamos da “casa”, não estamos nos referindo simplesmente a um local onde dormimos, comemos ou que usamos para estar abrigados do vento, do frio ou da chuva. Mas – isto sim – estamos nos referindo a um espaço profundamente totalizado numa forte moral (DAMATTA, 1986, p. 24).

Mas, independente da influência que a família nuclear ainda imprime na formação do brasileiro, esse modelo está em constante mutação. A mulher é quem mais se destaca nesse processo e vem mudando radicalmente a sua imagem, especialmente na “rua”. Com o tempo, a figura do gestor da família, que antecede a reputação do homem nos círculos sociais exteriores à casa, está aos poucos sendo transferida para a mulher. Mais de 30% das famílias no país são chefiadas por elas, sem contar que são maioria nos bancos das universidades (IBGE, 2006). Logo, o eixo “casa e rua” (DAMATTA, 1986) sofre mudanças, se levarmos em conta o termo popular “mulher da rua”, que é associado às prostitutas; a rua, neste caso, figura como o local de trabalho, onde, se o homem vai a rua, o faz para sustentar a sua família – hoje, se uma mulher, que antes só exercia atividades domésticas (que não é considerada por muitos como um trabalho), vai à rua, também o faz para o trabalho e para o bem de sua família. E isso se torna mais relevante se contarmos que, esse mesmo censo do IBGE (2006) aponta que 28,3% dessas mulheres possuem cônjuge. Independente das razões (não que elas não sejam importantes), o homem abre mais o seu espaço de domínio para as mulheres. E dentro do sistema de valores domésticos brasileiro, essa permuta sem dúvida gera transformações.

Em nosso país machista, isso é um choque, mesmo que essas mulheres, que assumem o sustento de suas famílias, também tenham sido criadas em um sistema patriarcal rígido. Essa novidade desenvolve questões para a discussão de outros valores dentro de casa. Como já comentado antes por DaMatta, a família tende a evitar as discordâncias, para que se estabeleça a harmonia no lar. Isso, contudo, não exclui a heterogeneidade de seus membros. Os valores próprios da família brasileira geralmente são conservadores e são reforçados nas figuras dos mais velhos e dos homens (DAMATTA,



1986), mas com a liberdade conquistada hoje pelas mulheres e pelos mais jovens, essa cultura parece estar sofrendo alterações e as opiniões estão mais individualizadas.

O sistema nuclear, então, caminha para uma dissolução da hierarquia familiar e a formação de um relacionamento mais igualitário (BERQUÓ *apud* REQUENA, 2007). Mas até então, o exposto refere-se às formações tradicionais familiares. Os divórcios, por exemplo, de 2005 para 2006, cresceram 7,7%, segundo o IBGE; no total, os divórcios concedidos passaram de 150.714 para 162.244 em todo o país – embora os casamentos também tenham aumentado 6,5% a mais em 2006 em relação ao ano anterior (IBGE, 2006). Mas esse é só o início da formação de um novo perfil no Brasil. Aliás, não apenas um, mas vários perfis.

Talvez o mais tímido de todos eles seja o de famílias unipessoais. Numa cultura tão embasada na moral familiar, como é o caso do Brasil, essa escolha parece estranha para a nossa sociedade. O IBGE (2006) aponta que mais de seis milhões de pessoas já morem sozinhas. Nesse caso, quase tudo o que já foi discutido parece não funcionar. Os valores familiares e as limitações físicas, dentro de casa, impostas pela moral, são desenvolvidas a partir do desejo de uma única pessoa. E independente de sexo, idade, orientação sexual, crença, cor, etc. a casa em questão, que se configura em lar como qualquer outro, terá hábitos bastante distintos das outras da vizinhança. E se apesar de todas essas mudanças, ainda podemos dizer que há hierarquização dentro do lar, sendo em sua maioria comandados pelos homens, o que dizer então de um casal homossexual, seja ele masculino ou feminino, que more junto e que compõe uma família?

#### 4. A CASA MUDA

Já afirmou DaMatta (1986) que os espaços na casa são bem delimitados e que funcionam como fronteiras entre os seus membros, sua utilização se adéqua ao comportamento de seus moradores. O quarto do casal, por exemplo, é inviolável, assim como a mesa é um santuário onde o respeito é predicado para sentar-se a ela. Mas onde se ganha o pão pode ser o mesmo lugar onde se come a carne? Atualmente, sim. “Se o cotidiano doméstico, hoje, dissociou-se gradualmente das regras sociais rígidas, aceitando cada vez mais o imprevisto, não seria hora para uma revisão dos espaços que o abrigam?” (REQUENA, 2007, p. 20). Isso porque em casa também já se estabelecem comércios ou trazemos da rua o trabalho para dentro do lar. Nossas escrivatinhas também se transformam em postos de trabalho.

O modelo tripartido francês, exportado para todo o ocidente, dividia a casa em setores social, íntimo e de serviços (REQUENA, 2007). Essa é a base da casa brasileira, mas não significa que essa estrutura se configure num lar, pois para isso é necessário haver espontaneidade. Requena, com base em Marcos (2007), comenta que o espaço casa deve abrir possibilidade para as improvisações, pois os ambientes não devem existir meramente em favor da funcionalidade que lhe foi dirigida:

Que a cozinha, pensada como lugar em que se prepara a comida, possa também se transformar em lugar de encontro, onde todos se comprimem no seu exíguo espaço e se compartilha a boa conversa e a boa comida. Cômodos rigidamente definidos por sua funcionalidade lembram-nos instituições, cárceres e hospitais. Ora, esses lugares são definidos a partir de uma funcionalidade e regidos por uma lei que busca banir o imprevisto e o acidente a fim de manter a ordem. Não seria a casa o avesso disso? Mesmo se ela também é, em um certo sentido, manutenção da ordem, contenção da errância dos homens, a casa, para ser casa, precisa deixar caminho aberto à irrupção da desordem, da surpresa e do imprevisto (MARCOS *apud* REQUENA, 2007: p. 19).

Fica claro, então, a importância dos cômodos multifuncionais – aqueles que abrigam mais de uma função, mesmo que estas não sejam claramente postas. É comum hoje as pessoas comentarem, por exemplo, que as famílias brasileiras não mais se reúnem a mesa para fazerem as refeições juntas. Mais corriqueiro ainda são aqueles membros que comem na sala de estar, na frente da televisão, ou no quarto, onde provavelmente devem estar praticando outra atividade simultaneamente. Perceba que apenas nesse exemplo dois ambientes foram citados e ambos foram cenários para duas atividades diferentes, sendo o quarto ainda palco de duas atividades das quais não lhe compete o uso – pois esse cômodo tem função primordial voltada para o descanso.

Para DaMatta (1986) a rua é o oposto da casa e elas não podem invadir o espaço da outra, porém, a contemporaneidade nos mostra que o costume da praça vem à casa e que ela se tornou uma grande alternativa para as atividades que antes eram consideradas externas. As academias de ginástica e musculação estão atualmente em grande expansão e ilustram claramente a cultura da estética, propagada pelas mídias, incidindo no comportamento dos brasileiros. É crescente a absorção das casas, em especial dos condomínios residenciais, das academias em seu espaço doméstico. Requena (2007) explica que essa novidade se deve inicialmente pelas mudanças nas relações sociais que se estabelecem nos espaços públicos e privados.

Essa valorização do privado em detrimento do público é uma tendência que se alastra em vários âmbitos da vida cotidiana e é nesse contexto, que os empreendimentos imobiliários dos últimos anos oferecem centros *fitness*, aparelhos de musculação, piscinas com raia olímpica e ofurôs. Vende-se uma imagem de saúde e jovialidade aos futuros moradores, mesmo que eles nunca venham utilizar tais equipamentos nestes luxuosos condomínios, supostamente impenetráveis e cuidadosamente encarcerados em meio a seus muros de vigilância *hi-tech* (REQUENA, 2007: p. 29).

A violência urbana e o cuidado em resguardar a moral da família também são fatores que fazem da casa um novo centro de encontro e lhe atribuíram mais funções. A moralidade, nesse caso, sempre foi uma preocupação da família brasileira, que se esforça em manter as portas de saída e de entrada da casa bem fechadas e seguras, mas não só por proteção física, mas, principalmente, para salvaguardar a moral da família (DAMATTA, 1986). Para tanto, os membros da casa se tornam agentes de segurança e se ocupam em manter a ordem no seio doméstico. Mas a atual automação das residências contrasta com essa obrigação humana: um simples equipamento eletrônico de segurança pode abrir e fechar portas.

Em se tratando de membros da casa, considera-se também como alguém da família, os agregados, que por um motivo ou outro procura abrigo e segurança no lar daqueles que lhe são próximos e com quem nutre laços fraternos (DAMATTA, 1986). Os agregados, então, também possuem a função de proteger a nova família. Nesse quesito, a automação das casas e a priorização dos equipamentos eletrônicos e digitais também possuem responsabilidades como a de garantir a segurança da casa, assim como se fossem agregados da família. Além disso, possuem lugar próprio e são tratados com carinho e respeito, afinal, é possível imaginar uma sala de estar sem que a televisão seja o seu centro, na atualidade? Assim como os membros da família são insubstituíveis, a TV está cada vez mais a caminho (se não já é) de ser um membro permanente e inimaginável de se construir um lar sem ela.

E assim como a televisão, o computador também segue o mesmo caminho e se torna um membro ainda mais forte presencialmente por ser responsável por inúmeras funções. Aliás, ele é um dos grandes “culpados” por trazer o trabalho da rua para dentro de casa, fazendo desta, abrigo de mais funções, além daquelas já predefinidas. Mas o computador se tornou rapidamente um agregado por se tornar um dos objetos de valor subjetivo para a família. O que caracteriza um lar, como já explanado anteriormente, são os seus códigos, símbolos e objetos – estes sim marcam o tempo percorrido pela família, pois a casa é um “universo onde o tempo não é histórico, mas cíclico, tempo que vive de

durações que não se medem por relógios, mas por retratos amarelados e corroídos pelas traças” (DAMATTA, 1986: p. 28).

Mas há muito que o retrato, enquanto objeto palpável, não tem sido levado em consideração. Ele ainda é uma forte presença no lar, mas aos poucos deixa de ser uma cultura que se prolonga, pois o computador e a fotografia digital tratam de extingui-la. A prática de se revelar fotos não é mais tão comum e os álbuns fotográficos são pastas de arquivos JPEG, armazenadas no computador. Um dos poucos motivos que nos fazem revelar fotos é para mantê-las expostas em porta retratos, que também são objetos presentes na casa e que sempre ocupam lugar de destaque nos cômodos, mas até mesmo esse objeto já possui a alternativa de ser digital, pois hoje já existe o porta retrato semelhante a uma pequena tela de computador, onde a foto é exibida, podendo até mostrar várias fotos em slide show. Sendo assim, podemos nos questionar se o tempo que se passa dentro do lar, que não é histórico, mas cíclico, está sendo, de alguma forma, alterado. Como medir o tempo por fotografias que não se corroem com o passar dos anos? Como lembrar a juventude dos nossos antepassados se agora os retratos são editados digitalmente a fim de nos manter sempre jovens e sem imperfeições?

A televisão, o computador, a fotografia e a automação das casas são exemplos evidentes das mudanças sofridas no lar brasileiro, que se posiciona a cada dia mais como um reduto das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), com a finalidade de se tornar a tão sonhada “casa do futuro” ou “casa inteligente” (REQUENA, 2007). Na mídia, um dos grandes expoentes desse desejo coletivo é a animação infantil *Os Jetsons* da década de 1960, que, como bem lembra Requena (2007), é uma família que, apesar de viver no futuro, tem formação nuclear tradicional. Mas se atentarmos para o fato de que a empregada doméstica, com base em DaMatta (1986), também pode ser considerada uma agregada, em *Os Jetsons* a empregada é um robô, ou seja, um ser estranho/diferente da família típica. Ela foi criada para ser explorada, mas que, de certa forma, é tratada como alguém “de casa”. As TIC não poderiam ser hoje uma agregada?

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A casa, tida como um ambiente rígido e de formação invariável, hoje se tornou um organismo vivo, de onde as previsões para o seu futuro já não são tão óbvias. Mais importante ainda é reforçar a ideia de que as mudanças não se encaminham para apenas uma outra perspectiva, mas sim para várias ao mesmo tempo. Mesmo o modelo nuclear ainda prevalecendo, as outras formas de associação familiar são tão distintas do primeiro modelo quanto entre si mesmas.

A mulher se põe em destaque, nesse sentido, pois vem conquistando sua liberdade pessoal e alcançando funções e responsabilidades dentro e fora da família, que antes não lhe eram dirigidas. Fruto de séculos de um machismo à brasileira. Essa transformação altera a construção do lar tanto fisicamente quanto subjetivamente e todos os outros membros, independente de posição hierárquica ou não, também permutam em funções e importâncias dentro dessa nova formação. Mas talvez seja até repetitivo abordar as conquistas femininas (e feministas) quando presenciamos a formação de famílias tão diferentes da convencional, como é o caso das famílias unipessoais (de uma pessoa), famílias de homossexuais, famílias de indivíduos sem ligações biológicas e tantas outras constituições.

Mas a formatação física da casa também vem sendo alterada, pois abriga códigos que se mostram flexíveis a cada nova época. O lar reflete o funcionamento de seus moradores e é engano desconsiderar seus espaços físicos como extensões das famílias. A casa, antes vista como o oposto da rua, é o centro de novas transformações sociais e se tornou híbrida. O meio eletrônico e virtual hoje ocupa funções vitais na casa, como se fossem mais um membro da família.

Seja de formação tradicional ou não, a família e o seu lar não podem ser mencionados como um conjunto único de pessoas, sem considerar a individualidade de cada membro e a possibilidade de novos tipos de associação, assim como não se pode desconsiderar as necessidades que o morar impõem a cada nova época, a cada nova família e a cada novo aparato técnico. A família e o lar serão sempre o

primeiro e principal grupo e espaço físico e simbólico do qual derivam as demais interconexões sociais, mas estão longe de serem uma unanimidade imutável e permanente.

## REFERÊNCIAS

BORGES, J. **Imóveis cada vez menores**. Disponível em:

<<http://www.catagua.com.br/noticia/imoveis-cada-vez-menores>> Acessado em 6 abr2010.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil?**. Rio de Janeiro. Editora Rocco, 1986.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Registro Civil 2006**. Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_impresao.php?id\\_noticia=1046](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_impresao.php?id_noticia=1046)> Acesso em: 28 mai 2010.

\_\_\_\_\_. **IBGE detecta mudanças na família brasileira**. Disponível em

<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=774&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=774&id_pagina=1)>. Acesso: em 6 abr 2010.

LEÃO, C. A. V. **Pequenos espaços, Grandes soluções**. Disponível em:

<[http://www.portaldoarquiteto.com/ponto-de-vista/celeste-valverde/pequenos-espacos-grandessolucoes\\_4.html](http://www.portaldoarquiteto.com/ponto-de-vista/celeste-valverde/pequenos-espacos-grandessolucoes_4.html)>. Acesso em: 9 mar 2010.

REQUENA, C. A. J. **Habitar Híbrido: Interatividade e Experiência na Era da Cibercultura**. São Carlos, 2007.

RICHARDSON, P. **XS ecológico: Grandes idéias para pequenos edifícios**. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 2007.

# Comunicação

## O CONHECIMENTO COMO SOLUÇÃO DA INSEGURANÇA NA INTERNET

M. V. V. Santos<sup>1</sup>, W. M. B. Araújo<sup>2</sup>, F. M. S. Lima<sup>3</sup> e D. S. Pereira<sup>4</sup>  
<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Currais Novos  
vanessa—vieira@hotmail.com – wilianemaradja@hotmail.com  
fabiamaria\_cn@hotmail.com – diego.pereira@ifrn.edu.br

### RESUMO

Uma rede com milhões de computadores distribuída por todo o mundo, conectados através de fios de fibra ótica, linhas telefônicas e satélites, assim podemos conceituar de forma genérica a internet. Ela é vista como ferramenta indispensável nos dias atuais, com ela pode-se fazer dezenas de ações. Porém, com a liberdade que essa rede oferece, abre-se espaço para crimes entre outras ações ilícitas. Este trabalho visa às questões dos crimes ocorrentes na internet e como os usuários que fazem uso da rede devem se proteger. Ele teve origem a partir de um projeto desenvolvido pelos alunos da 2ª série do Curso Técnico de Nível Médio Integrado em Informática, na EXPOTEC 2010 no IFRN - *Campus Currais Novos*, intitulado “INTERNET: Você está seguro?”. Durante o projeto, desenvolveu-se uma pesquisa que observava o comportamento dos estudantes da cidade de Currais Novos – RN, classificando-os em seguros e inseguros. Constatou-se pelos resultados obtidos pela pesquisa que os jovens tinham o perfil de usuários inseguros, ou seja, não detinham conhecimento de termos básicos usados constantemente no âmbito virtual e, ainda, não conheciam princípios básicos de segurança da informação. A pesquisa foi transformada em artigo científico e apresentada no Congresso de Iniciação Científica (VII CONGIC) ainda no ano de 2010, intitulado “O CONHECIMENTO COMO BASE DA SEGURANÇA NA INTERNET”, onde sua principal idéia era que o conhecimento sobre riscos e as diversas formas de prevenção era o caminho para o uso da internet com segurança. Em continuação aos projetos iniciados ano passado, foi elaborado um minicurso e, em seguida, feita uma nova pesquisa, ambos aplicados em duas escolas públicas no município de Currais Novos: Escola Municipal Professor Humberto Gama e Escola Estadual Capitão Mor Galvão. O principal objetivo da aplicação do curso é o de comprovar que o conhecimento é realmente a melhor forma para conseguir uma utilização adequada da internet. Diante dos resultados obtidos, a pesquisa aplicada constatou que, realmente, após o curso os alunos apresentam um grau de instrução mais adequado para uso seguro da internet, pois tiveram acesso ao conhecimento dos riscos e formas de prevenção contra os mais variados ataques.

**Palavras-chave:** Internet, conhecimento, segurança.

## 1. INTRODUÇÃO

A Internet é um aglomerado de redes de computadores interligados em nível mundial que trocam informações de forma fácil e rápida, utilizando para isso um conjunto de protocolos de comunicação denominados TCP/IP. Os meios para efetuar essas ligações são diversos, e incluem rádio, linhas telefônicas, satélite, fibra óptica, etc.

Segundo [TENENBAUM, ] uma máquina esta na Internet quando executa a pilha de protocolos TCP/IP, tem um endereço IP e pode enviar pacotes IP a todas as ou tras máquinas da Internet.

O uso da Internet tornou-se algo comum para todos aqueles que dispõem desta ferramenta, principalmente pelo aumento da oferta do serviço e, conseqüentemente, queda do custo. Ela tem diversas aplicações, que poder ser positivas ou negativas, isso o poder de escolha está no seu usuário, que sem sua grande maioria é formado por um público de jovens.

A **SaferNet** Brasil [SAFERNET] é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que reúne cientistas da computação, professores, pesquisadores e bacharéis em Direito com a missão de defender e promover os Direitos Humanos na Internet. Ela atua recebendo denúncias de crimes cibernéticos contra os Direitos Humanos e maus tratos contra animais. É um sítio que congrega as notícias sobre estes crimes, seu combate e as sentenças, disponibilizando publicamente a legislação existente sobre crimes de informática, além de receber denúncias on-line. Possui forte atuação junto a crianças e adolescentes, na luta contra os crimes ligados à pedofilia e todas as formas de racismo em sítios brasileiros, feitos por brasileiros ou voltados para o Brasil, em qualquer provedor estrangeiro.

Diversas outras instituições desempenham papel importante em temas relacionados à segurança da Internet no Brasil, como o CAIS – Centro de atendimento e resposta de Incidentes de Segurança [CAIS], órgão de Rede Nacional de Pesquisa [RNP], que responde por questões relacionadas à segurança de toda a internet acadêmica do Brasil, e contribuiu de forma importante com este trabalho. O CERT.br – Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil [CERT-BR], ligado diretamente ao Comitê Gestor da Internet do Brasil [CGI-BR], que atende a questões de segurança relacionado a qualquer rede brasileira conectada à internet. Também vale destacar a atuação da Polícia Federal [DPF] que tem desempenhado um importante papel, principalmente nos últimos anos.

Segundo pesquisas realizadas, no Brasil, a Internet já possui mais de 68 milhões de usuários, dentre os quais se destacam uma parcela significativa de crianças e adolescentes variando entre 02 e 17 anos de idade. “A utilização da Internet foi rapidamente incorporada aos hábitos dos brasileiros e configura-se hoje como uma nova geração “multimídia on-line”, habituada ao uso constante e prolongado de diferentes tecnologias de comunicação, desde a infância” [SAFERNET].

A realização do minicurso e da pesquisa tem como principal objetivo certificar que é através do conhecimento é possível utilizar a internet de forma mais segura, mostrando que após o curso os alunos tornaram-se mais capazes de detectar perigos da internet, aumentando assim o grau de prevenção. Nas pesquisas realizadas no ano de 2010 pelos alunos da 2ª série do Curso Técnico de Nível Médio Integrado em Informática, que foram analisadas e transformadas em artigo científico apresentado no Congresso de Iniciação Científica (VII CONGIC), foi comprovado que os jovens que não tinham conhecimentos básicos em informática e internet, não eram considerados seguros, tornando-se vítimas fáceis de crimes e fraudes eletrônicas. O minicurso aplicado nas instituições: Escola Municipal Professor Humberto Gama e Escola Estadual Capitão Mor Galvão, buscou justamente eliminar essa deficiência.

## 2. O CONHECIMENTO É FUNDAMENTAL PARA A SEGURANÇA NA INTERNET

Neste trabalho foi tratado o desconhecimento teórico e prático dos jovens em relação aos perigos que a internet apresenta e como ocorre sua prevenção. O minicurso aplicado nas escolas foi elaborado de acordo com análise da pesquisa anterior, assim foram abordados tais temas, como: história da internet, conceitos e termos usados na internet, vírus e derivados, crimes na internet e dicas de prevenção.

O crescimento da informática anda de mãos dadas aos problemas da guerra. As necessidades de máquinas que calculassem com precisão fizeram com que a tecnologia se desenvolvesse cada vez mais rápido. A internet surgiu para suprir a necessidade de comunicação e a transferências de dados de forma segura. Na década de 60, foi criada a ARPANET (Advanced Research Projects Agency), que tinha a função de liderar pesquisas científica e tecnológica aplicável às forças armadas, foi responsável pelo primeiro envio de mensagem virtual. Primeiramente, a internet servia basicamente para a troca de e-mails, após alguns anos de crescimento, a rede se popularizou e abriu espaço para um novo meio de comunicação.

Na pesquisa realizada o ano passado, constatou-se que alguns alunos da rede pública não tinham conhecimento sobre alguns conceitos e termos que são normalmente usados na internet. Para que ocorresse um melhor entendimento, foi colocado no material de aula conceitos como: navegadores, tipos de arquivos e servidores, e ainda, o significado de termos como: perfil fake, hacker e cyberbullying.

Conceitualmente, podem-se apontar os navegadores como programas que permitem a visualização e navegação das páginas da rede. Os navegadores são softwares essenciais para a navegação na internet.

Cada arquivo de computador tem sua característica diferente, assim cada um tem seu tipo definido: arquivos de textos podem ser do tipo "DOC", imagens podem ser "JPG", os executáveis como os programas, sua grande maioria possuem extensão ".EXE". Além desses conceitos, repassamos o conceito de servidor, que pode ser definido como um computador que controla outros computadores a ele conectados ou ainda oferecem algum tipo de serviço a computadores clientes.

Perfil Fake pode ser entendido como páginas em sites de relacionamentos onde todos os dados que são apresentados são falsos. Já o Hacker, podemos avaliá-lo como sendo um ser que promove ações ilegais na rede e não se identifica. Esses tipos de pessoas estão mais ligados à crimes como fraude e roubo de dados pessoais. Outro termo abordado durante o minicurso foi o cyberbullying, uma violência que ocorre no meio virtual, mas que tem origem no âmbito escolar.

## 3. DESDOBRAMENTO DA PESQUISA

Este trabalho tem origem em um projeto realizado no ano de 2010, o qual foi desenvolvido uma pesquisa que abordava o comportamento dos jovens internautas da cidade de Currais Novos. Foram entrevistados 115 alunos, os quais pertenciam a três escolas públicas e apenas uma privada. Foi aplicado a esses alunos um questionário contendo questões abertas e fechadas que tratava sobre conhecimentos gerais sobre internet, porém foi observado que, mesmo 100% dos alunos acessarem a internet com frequência de no mínimo um dia por semana, muitos deles desconheciam termos utilizados rotineiramente no meio virtual. Embasado nessa ausência de conhecimento dos alunos, foi elaborada a tese de que o conhecimento é necessário para prover uso seguro da internet, pois conhecendo os riscos e os modos de prevenção, o ato de se proteger é facilitado. Para comprovar essa questão, o mesmo questionário foi aplicado às turmas de técnico em informática do IFRN, onde se teve um total de 146 alunos entrevistados. Os dados da pesquisa apontam que os alunos estudantes de informática tinham um comportamento mais adequado em relação aos riscos da internet do que aqueles que não estudavam disciplinas técnicas. Esse melhor comportamento deve-se ao fato do



conhecimento que os alunos do curso de informática tinham sobre a internet e seus respectivos perigos. Nas pesquisas realizadas anteriormente foi apontada a problemática do comportamento inseguro que os jovens estudantes da rede pública e privada do município de Currais Novos apresentavam, o qual poderia ser solucionado através do conhecimento dos riscos presentes no meio virtual e ações preventivas que cada internauta deveria ter. Compreendido como continuação do trabalho acadêmico e como solução ao problema observado, foi desenvolvido este ano (2011) um curso abordando os riscos e formas de prevenção que a internet oferece, aplicado em duas escolas publicas, onde a primeira pesquisa foi aplicada anteriormente. O publico alvo do curso foram os alunos de 9º e 1º ano das escolas, com uma faixa etária de 13 a 14 anos. Para ter um maior controle do grau de fixação do conteúdo exposto aos alunos em relação às aulas, após o curso foi aplicado um questionário, de treze questões fechadas, que visava avaliar o grau de segurança que os jovens adquiriram depois do curso, totalizando assim 89 questionários.

Na primeira pesquisa 81% dos alunos entrevistados disseram divulgar dados pessoais na rede, tais como nome e sobrenome, endereço e fotos pessoais, conforme mostra a **Figura 1**. Porém, durante o curso foi abordado os riscos que a divulgação de dados pessoais na internet podem trazer, assim na segunda pesquisa 86,85% responderam que a divulgação de dados é arriscada e por isso não aconselhada, **Figura 2**. Quando perguntados sobre divulgações de dados pessoais, os alunos mostraram-se cientes do modo como deveria ser feita uma divulgação mais segura, esse fato foi comprovado segundo análise que mostra 80,26% dos jovens responderam que devem ser divulgadas pouquíssimas informações na internet e 14,47% afirmou não achar correto divulgar horários pessoais na rede.



Figura 1 – Divulgação de dados pessoais na rede levantado na 1ª pesquisa.

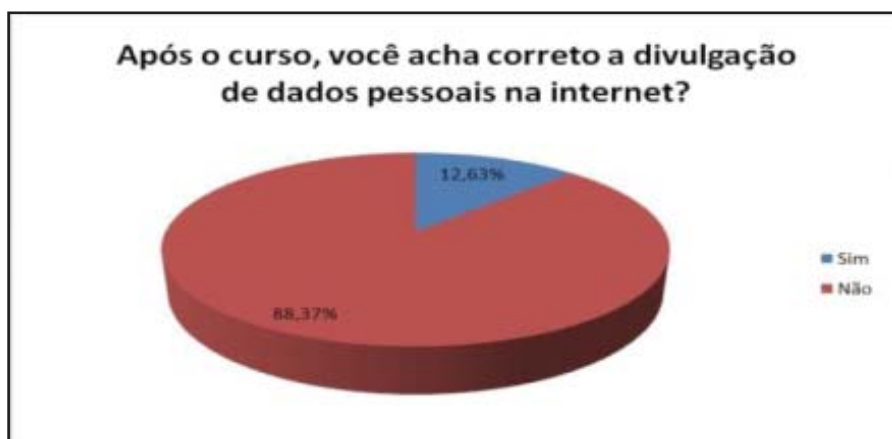


Figura 2 – Mudança de opinião em relação à divulgação de dados após o curso.

De acordo com a primeira pesquisa, detectou-se que 57% dos alunos mantinham contato virtual com pessoas que não conheciam pessoalmente, o que pode ser considerado uma atitude de risco, dados apresentados na **Figura 3**. Tendo consciência de tais riscos, foram expostos aos alunos, participantes do curso, casos trágicos que tiveram início em conversações virtuais com estranhos, os quais poderiam mentir sobre sua verdadeira identidade, sendo assim pessoas mal intencionadas. Na segunda pesquisa, após terem sido aconselhados, os alunos se corrigiram e 75% responderam que já não consideravam correto manter contato via internet com pessoas desconhecidas, **Figura 4**.



Figura 3 – Índice sobre o contato com desconhecidos pela internet, 1ª pesquisa.

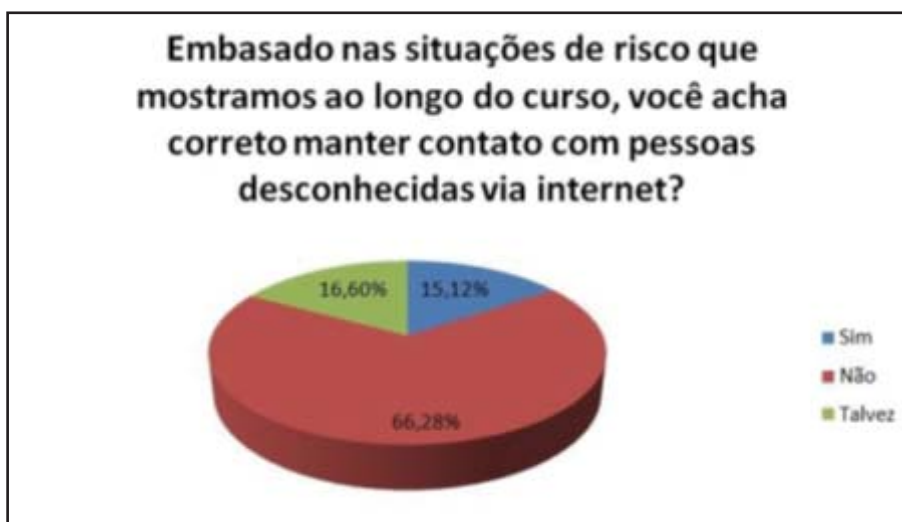
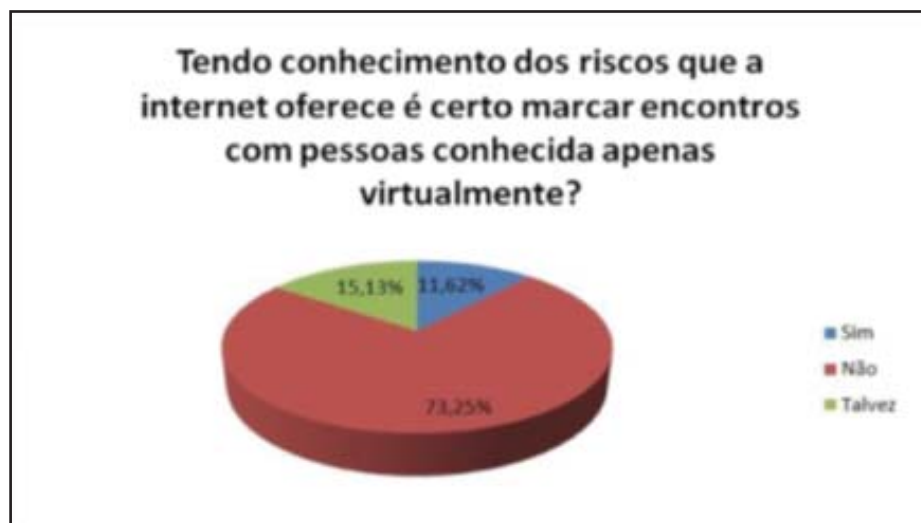


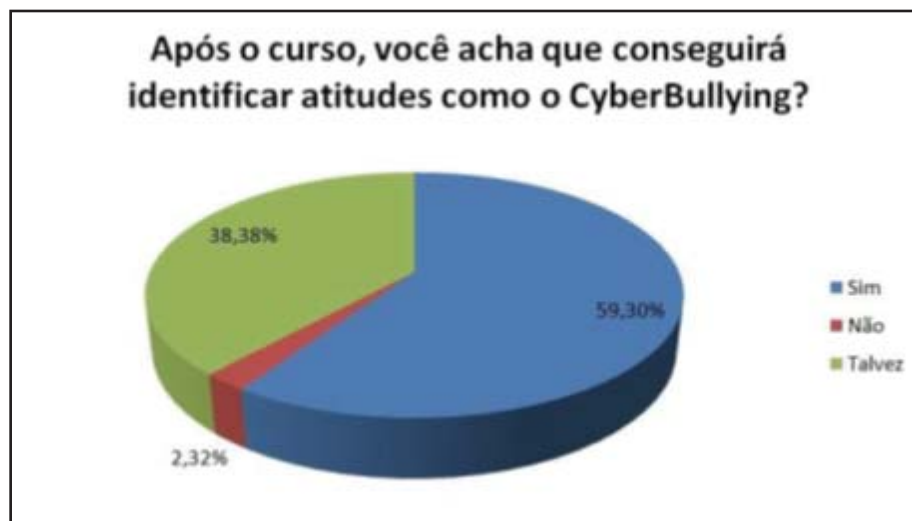
Figura 4 – Mostra um posicionamento oposto ao da 1ª pesquisa.

Enquanto na primeira pesquisa foi observado que 21% dos jovens entrevistados já tinham marcado encontros com pessoas conhecidas na internet, 73,25% disseram que o encontro marcado com pessoas conhecidas apenas por internet era uma atitude incorreta, como mostra a **Figura 5**.



**Figura 5 – Sobre encontros com pessoas conhecidas apenas na internet.**

Durante a aplicação da primeira pesquisa, observou-se que alguns alunos desconheciam o termo “Cyberbullying” usado no questionário. Mesmo tendo desconhecimento sobre o significado da palavra, 17,2% dos alunos assumiram ter sofrido com esse tipo de violência. Na segunda pesquisa, a pergunta de número 9 dizia “Após o curso, você acha que conseguirá identificar atitudes como o Cyberbullying?” e 59,30% disseram que sim e 38,38% disseram que talvez, apenas 2,32% disseram que não conseguiriam identificar certas atitudes, tais dados são apresentados na **Figura 6** a seguir.



**Figura 6 – Índice sobre o reconhecimento ao cyberbullying.**

Dos alunos entrevistados na primeira pesquisa, 37,9% disseram sentir-se seguros na internet, 52,5% disseram sentir-se seguros apenas às vezes, enquanto apenas 9,4% disseram não sentir segurança no ato de navegar na internet, como mostra a **Figura 7**. Fato que muda após a aplicação do curso, pois 77,91% disseram que acreditavam que o ato de navegar poderia ser seguro e 13,95% disseram que talvez a navegação segura pudesse se torna realidade, dos quais apenas 8,12% disseram não acreditar que navegar na internet com segurança seja possível, dados representados na **Figura 8**.



Figura 7 – Sobre o sentir-se seguro na internet, dados da 1ª pesquisa.

**Após entender os ricos presentes na internet e ter aprendido como fazer para se proteger, você acredita que pode tornar o ato de navegar na internet mais seguro?**

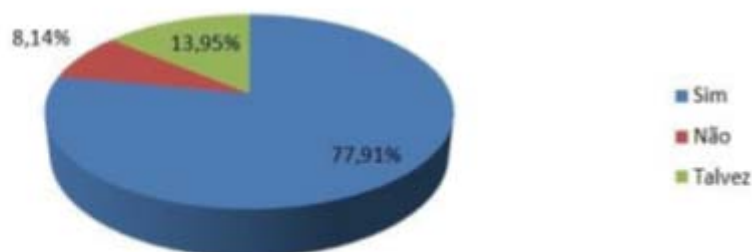


Figura 8 – Dados da 2ª pesquisa mostram que acredita-se na navegação mais segura.

Nos dados adquiridos nas pesquisas realizadas anteriormente, analisou-se que apenas 43,30% disseram já ter buscado dicas de como manter-se seguros na internet e a maioria, 58,60%, disseram nunca ter procurado dicas de como manter-se seguro no meio virtual, **Figura 9**. Porém, após o curso, quando foram perguntados se conseguiram esclarecer dúvidas sobre a internet e seus riscos 82,88% deram resposta positiva e os outros 17,12% disseram não ter esclarecido dúvidas, **Figura 10**.

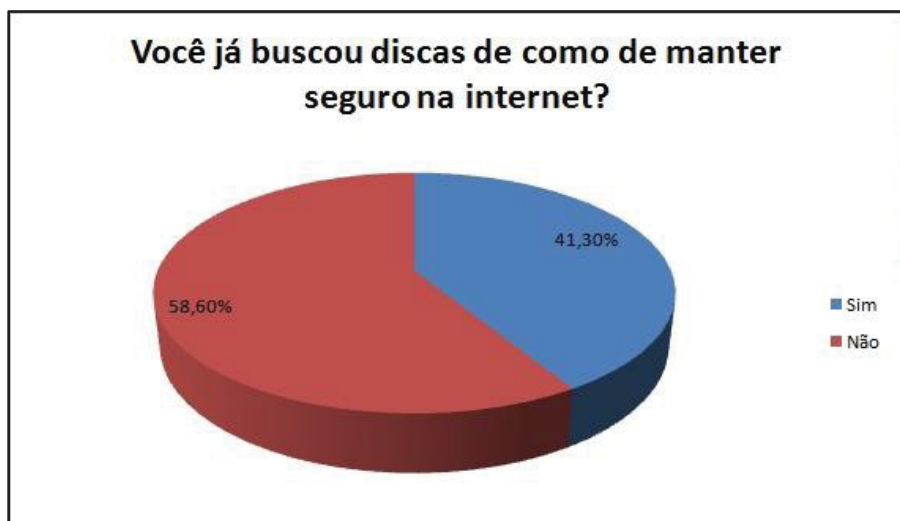


Figura 9 – Índice da 1ª pesquisa sobre a busca de dicas de segurança na internet.

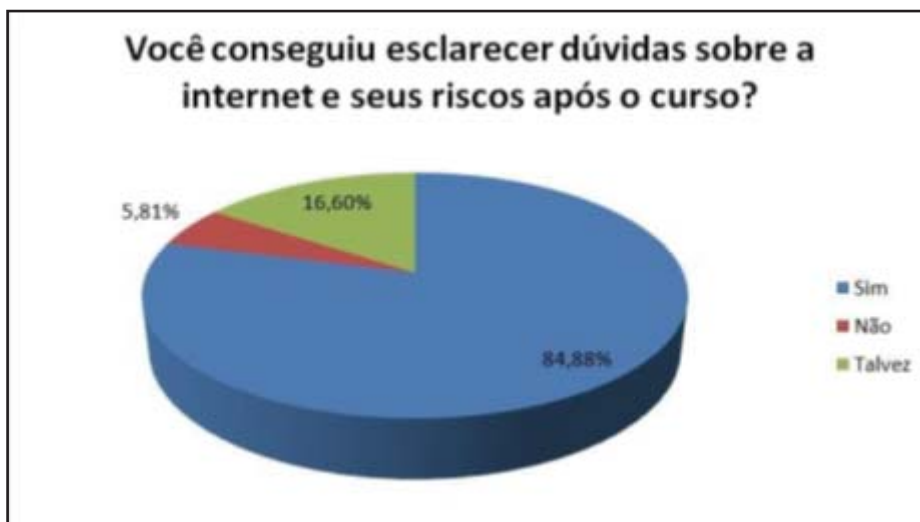


Figura 10 – Após o curso, a 2ª pesquisa mostra o esclarecimento de duvidas sobre os riscos da rede.

#### 4. ANÁLISE DOS DADOS

Para a realização do projeto, necessitou-se da permissão das escolas em relação à aplicação do curso aos alunos. Observou-se uma grande aceitação por parte da direção escolar das duas escolas em que o curso foi aplicado: Escola Municipal Professor Humberto Gama e Escola Estadual Capitão Mor Galvão. Estas deram todo o suporte para uma realização adequada do curso, tanto em relação ao material, quanto a disponibilização de horários em que o curso pudesse ser freqüentado pelos alunos. Fato que pode ser analisado como positivo, pois foi visto a preocupação de toda a direção das escolas em relação ao tema do trabalho e sua relevância para o corpo discente da instituição.

Outro ponto relevante foi a forma que dos alunos participaram do curso. Na primeira instituição (Escola Estadual Capitão Mor Galvão) onde o curso foi realizado, os alunos puderam escolher se participariam do mesmo. Sobre este fato, pode-se observa que os alunos das séries de 8ª e 9ª anos tiveram um melhor índice, ao todo 27 inscritos no curso, mas contou-se com a presença de apenas 9. Estes alunos estudavam no período da manhã, os quais participaram do curso em horário inverso. Com os alunos que estudavam no período vespertino, foi observada uma aceitação quase que nula, pois

houve apenas 7 inscrições e destas apenas um aluno compareceu. Na segunda escola em que o curso foi aplicado (Escola Estadual Professor Humberto Gama), foi proposto pela direção da instituição que o curso fosse de caráter obrigatório para as turmas de 9º ano do período matutino, havendo assim a participação de 79 alunos.

Ao observar os resultados das pesquisas, pode-se concluir que houve uma grande absorção das informações repassadas durante a realização do curso, pois é clara a diferença de dados entre a primeira e a segunda pesquisa. Visto que após a aplicação do curso os alunos participantes tiveram um aumento no grau de segurança na internet, pois estes deram respostas positivas à pesquisa aplicada, em que 84,88% dos participantes do curso afirmaram ter esclarecido suas dúvidas sobre a internet e seus riscos.

Pelos dados levantados anteriormente foi possível perceber que os estudantes da cidade de Currais Novos não se sentiam seguros, considerando que ao serem questionados sobre tal tema as respostas “às vezes” e “não” somadas totalizam 61,90% do total. Aliados a esses dados feitos pela mesma pesquisa, também foi revelado que mesmo não se sentindo seguros 58,60% dos alunos questionados afirmaram não buscar dicas de como reverter essa situação. Isso é um dado alarmante, principalmente em tempos que o mundo inteiro vive um processo acelerado de informatização. Procurando diminuir esse índice de insegurança na internet, os ministrantes do curso foram ao encontro desses alunos conscientes da difícil tarefa de repassar um grande montante de conhecimento que eles deveriam ter procurado, por fim, com os dados já apresentados, pode ser constatado que o ideal foi alcançado.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conhecimento das crianças e adolescentes que usam a internet deve ser visto como uma solução, já que nossa realidade econômica e social muitas vezes exclui pais e responsáveis do "saber" proteger seus filhos. A realidade brasileira e norte rio-grandense ainda é aquela onde muitas pessoas não estão incluídas no mundo digital, pois mesmo com o crescimento exponencial da internet e da tecnologia, grande parcela das famílias não detém condições financeiras para comprar computadores e pagarem pelo serviço de acesso a internet. Podemos avaliar que maior parte das pessoas que estudam na rede pública são classificadas como baixa renda, muitas vezes sendo beneficiadas por programas do governo. Segundo o site *O Globo* a renda familiar da região nordeste é de R\$ 706,00, o que faz com que muitos deles não tenham computadores pessoais.

Mesmo assim a internet se apresenta como uma ferramenta de fácil acesso, não só no quesito "navegação" quanto também ao "acesso à rede", tendo em vista que os preços impostos por *lan houses* são de baixo custo, o que de certa forma facilita o acesso das pessoas menos favorecidas a esse tipo de comunicação. Podemos dizer que facilmente uma pessoa pode acessar um navegador, uma rede de relacionamento e entrar em "contato" com vírus de computadores sem ao menos conhecer nenhum conceito ou significado dos softwares citados.

Nas nossas pesquisas realizadas no ano de 2010, apontamos os perfis dos alunos entrevistados nas escolas públicas de Currais Novos como inseguros. Tendo em vista que muitos deles não compreendiam termos usados normalmente na rede, e 100% dos alunos disseram ter acesso à internet ao menos uma vez na semana, pode-se afirmar que sem conhecimentos básicos é impossível ter uma navegação de forma segura na rede mundial de computadores. O minicurso aplicado nas instituições: Escola Estadual Capitão Mor Galvão e Escola Municipal Professor Humberto Gama foi totalmente planejado tendo como base as pesquisas realizadas anteriormente. Após a análise dos dados coletados nas pesquisas, pode-se observar que o objetivo do projeto foi alcançado, pois após a aplicação do curso o perfil dos usuários participantes foi classificado, em sua maioria, como seguro.

Para trabalhos futuros tem-se a idéia de elaborar um projeto de maior abrangência com intuito de permitir para aqueles que não tem acesso ao mundo virtual um primeiro contato, e ainda, dar treinamento adequado para aquele que necessitam, na perspectiva que os mesmo não venham apenas para aumentar as estatísticas de crimes e fraudes eletrônicas. Um ponto de partida será criar índices que caracterizem cada usuário com referência ao seu grau de conhecimento dos princípios de segurança da informação, para que a partir desse ponto, poder criar cursos adequados para cada grupo de usuários, maximizando o poder de aprendizagem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

TANENBAUN, Andrew S. **Redes de Computadores**. 4ª Edição. Editora Campus, 2003.

AISA. Aprenda Internet Sozinho Agora. <http://www.aisa.com.br/historia.html>. Acessado em 06/09/2011

CAIS. Centro de Atendimento a Incidentes de Segurança. <http://www.rnp.br/cais/>. Acessado em 05/09/2011.

CERT-BR. Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil. <http://www.cert.br>. Acessado em 08/09/2011

CGI-BR. Comitê Gestor da Internet no Brasil. <http://www.cgi.br>. Acessado em 11/09/2011.

DPF. Polícia Federal, Ministério da Justiça. <http://www.dpf.gov.br>. Acessado em 11/09/2011.

O GLOBO. <http://oglobo.globo.com/economia/arquivos/Infoglobov5.pdf>. Acessado em 19/09/2011.

RNP. Rede Nacional de Pesquisa. <http://www.rnp.br>. Acessado em 08/09/2011.

SAFERNET. SaferNet Brasil <http://www.safernet.org.br>. Acessado em 05/09/2011.

## A FARSA DO GAY: HOMOSSEXUAIS DESMENTIDOS E VENCIDOS NAS TELENOVELAS

B. B. P. Costa<sup>1</sup> e R. V. Gaia<sup>2</sup>

Instituto Federal de Alagoas - Campus Maceió  
bernard\_costa@hotmail.com – rossgaia@hotmail.com

### RESUMO

Entendendo a telenovela como um produto midiático de impacto no Brasil, faz-se necessário algumas análises sobre sua estética, formato e, principalmente, sobre seu conteúdo e como este se apresenta dentro do contexto social atual no país. Compreende-se a telenovela como uma obra ficcional que envolve o telespectador em um universo familiar à sua realidade, confundindo a todos sobre se a telenovela agenda novas discussões ou se apenas reproduz o real. Contudo, há de se considerar que esse produto da mídia promove muitas discussões sobre assuntos polêmicos e vigentes em nosso país, como o machismo, o racismo, o uso de drogas, a inserção do deficiente físico e mental no convívio social etc., obtendo saldos positivos na maioria de suas abordagens. A representação social do homossexual também se tornou uma constante e muito tem se questionado sobre os resultados dessas produções. Embora na última década os autores e emissoras tenham tomado ciência de suas responsabilidades sociais e de terem começado a dar tratamento respeitoso aos personagens homossexuais, muitas vezes a abordagem e o discurso utilizado contradizem a realidade. Todavia, por ser considerada um produto artístico, a telenovela não tenha o dever de refletir o real, a recepção, em sua maioria, não se desvencilha da ideia de que a telenovela é um reflexo da realidade. Assim, o presente artigo tem como objetivo avaliar os personagens homossexuais masculinos *Cássio* e *Orlandinho*, das produções “*Caras e Bocas*” e “*A Favorita*”, respectivamente, da Rede Globo. As referidas obras trouxeram a discussão sobre o envolvimento afetivo de gays com pessoas do sexo oposto e até mesmo das suas conversões para a heterossexualidade. O trabalho se vale de pesquisas sobre a trajetória de representações de personagens homossexuais na história da teledramaturgia brasileira, de peças jornalísticas referentes aos casos estudados, autores especialistas em homossexualidade e cultura e demais referências pertinentes. A utilização desses dados em comparação a aplicação das identidades homossexuais em telenovelas aponta as falhas nos discursos dos personagens, que serão discutidas a seguir. O artigo busca delimitar os espaços real e ficcional, creditando a esses suas funções específicas, e identificar os prejuízos sociais e culturais, quando esses universos se confundem, especialmente para aceitação do homossexual e desmistificação quanto a origem de sua orientação sexual.

**Palavras-chave:** mídia e homossexualidade, telenovela, representação social



## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como proposta analisar as narrativas discursivas de personagens homossexuais masculinos apresentados nas telenovelas da Rede Globo, como parte de um fenômeno social que pode ser demarcado a partir das primeiras paradas do orgulho gay no Brasil, articuladas com o movimento internacional e que possibilitou maior visibilidade a um público específico. Os discursos predominantes foram analisados em novelas da Rede Globo, ainda que uma novela do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) tenha inserido o histórico primeiro beijo gay feminino na televisão aberta. Essa discussão ocorre no momento em que o Brasil vivencia mudanças na legislação civil e uma série de agressões a homossexuais tem sido veiculadas na mídia com destaque.

A decisão histórica do Supremo Tribunal Federal (STF) em igualar a união civil heterossexual à homossexual em direitos trouxe novas perspectivas e reformulou a imagem do homossexual automaticamente em nossa sociedade. Inconscientemente, quando se equipara o gay do heterossexual, mesmo que em apenas um aspecto (o de direitos referentes à união afetiva), em via prática a lei disponibiliza uma interpretação de igualdade total. Afinal, a diferença entre união civil e casamento civil é extremamente tênue, tanto que em alguns pontos do país, juízes têm interpretado a decisão do STF e concedendo aos casais homossexuais que buscam a oficialização de suas uniões como casamento.

Igualar os direitos de união afetiva é, na prática, igualar um homossexual, enquanto indivíduo e ser social (no caso, cidadão) à um cidadão heterossexual, mesmo que a decisão não discorra sobre esse aspecto. Se um gay ou lésbica tem o direito de formalizar sua união civilmente, ele e ela, enquanto indivíduos, também possuem direitos anteriores a uma união, enquanto cidadãos comuns.

As reações foram diversas, especialmente com ataques violentos, que se tornaram constantes na mídia, em que se aponta a homofobia como a causadora. Enquanto a decisão do STF se estabelece como um avanço social e político, outras ações reacionárias figuram como retrocessos, em um momento em que a discussão LGBTTTs (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) encontra-se na mídia em uma situação fértil, que em outros tempos era suprimida. O material de conscientização sobre identidade sexual, que seria disponibilizado, pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), nas escolas brasileiras, conhecido como Kit Gay, foi suspenso pela presidente Dilma Rousseff. Importante expor que esse mesmo Kit foi aprovado pela Unesco e pelo Conselho Federal de Psicologia.

Dentro desse contexto sociopolítico, na novela “Insensato Coração” (2011) foram apresentados seis personagens com essa orientação sexual (*Roni, Eduardo, Chicão, Hugo, Araci e Nelson*), incluindo um “point” (um quiosque na praia), onde nos últimos capítulos da novela foi inserido outro personagem gay (*Gilvan*), que é assassinado por jovens intolerantes, “pitboys”, que permitiu discutir na televisão o Projeto de Lei da Câmara (PLC) 122, que criminaliza a homofobia. Anteriormente, foram apresentados *Orlandinho*, interpretado pelo ator Iran Malfitano, na novela “A Favorita” (2008-2009), de João Emanuel Carneiro; o outro é *Cássio*, que ganhou vida através do ator Marco Pigossi, na novela “Caras e Bocas” (2009), de Walcyr Carrasco. Ambos os personagens possuem características estereotipadas – o chamado “gay afetado” – e tiveram envolvimento com mulheres. No caso de *Cássio*, sua sexualidade é clara na trama, porém ele namora uma senhora mais velha e diz amá-la. Já o personagem *Orlandinho*, desde o início da novela, demonstrou ter sua sexualidade reprimida, mas sempre se denominou como homossexual. Ao fim de “A Favorita”, *Orlandinho* transformou-se em heterossexual e casou-se com *Maria do Céu*, personagem da atriz Deborah Secco.

É inquestionável o papel das telenovelas na cultura popular e a assimilação das temáticas propostas pelas tramas, que possuem grande apelo no Brasil. O telespectador mantém uma relação de fidelidade com as telenovelas, pois, culturalmente, é defendida a ideia de que essas obras são reflexos da realidade no país. A novela televisiva é tão significativa que o brasileiro ganhou o status de “noveleiro” e seus términos são comparados a finais de copas do mundo de futebol – outro grande ícone do Brasil.

O público, então, se torna um termômetro do andamento dos personagens numa novela. Há de se questionar, portanto, se os destinos desses personagens homossexuais estão mesmo representando a realidade ou uma imagem pré concebida para a sua permanência na história. A população se envolve profundamente nesse tipo de questão, e quase sempre o resultado é o mesmo: a imagem de 'gay' é descaracterizada e dá lugar a uma outra situação visivelmente improvável, que é o fato de o gay se desvencilhar dessa condição.

## 2. BREVE HISTÓRICO

Nunca a presença do homossexual nas telenovelas foi tão marcante como na última década e, a cada nova trama, seu espaço cresce, ganha destaque e encabeça as grandes discussões dos telespectadores. Mas nem sempre o gay teve esse espaço garantido e tampouco representado de maneira ética. Em sua dissertação para a obtenção do título de mestre em Comunicação Social, Luiz Eduardo Neves Peret, inventariou 39 telenovelas que abordaram o personagem homossexual, entre os anos de 1974 e 2005.

Durante esse período, a homossexualidade foi representada esporadicamente, desde “O rebu” (1974), de Bráulio Pedrosa, a primeira telenovela a exibir o caso, segundo Peret. No folhetim de 112 capítulos, um assassinato cometido durante uma festa causava mistério entre os personagens:

Essa telenovela merece um destaque especial por ter sido a primeira a mencionar a homossexualidade: o anfitrião *Conrad Mahler* [...] [interpretado pelo ator Ziembinski], excêntrico milionário, assassinava a jovem *Sílvia* (Bete Mendes) por causa de ciúmes da aproximação dela com *Cauê* (Buza Ferraz), seu “protegido”. A homossexualidade foi tratada de maneira bastante clara para a época, e explorada do ponto de vista do crime passionai e da relação da dependência financeira de um belo jovem por um homem muito mais velho. Esse fato marcou a entrada dos personagens homossexuais nas telenovelas brasileiras de uma forma considerada socialmente negativa, porém em conformidade com um dos vários estereótipos que representavam a forma como a homossexualidade era vista (PERET, 2005, p. 80).

Nesse período [1964-1985], o Brasil era uma ditadura militar que, entre outras agressões a civis, promovia a censura em todos os segmentos artísticos no país. A despeito dessa censura, na novela “O astro” (1977-78), de Janete Clair, a imagem do homossexual pode ser representada novamente no horário nobre da televisão. Observa-se que desde “O rebu”, a homossexualidade só viria a surgir novamente três anos depois e, mesmo assim, o que talvez denunciase a orientação sexual do cabeleireiro *Henri* (José Luis Rodi) eram o seu gestual e falas afeminadas. A novela em questão também usava o famoso artifício do “quem matou?”, que envolvia mais uma vez o personagem gay no crime, só que na condição de ajudante.

Nos anos seguintes, o papel do homossexual nas telenovelas diminuiu e se tornou auxiliar, sem aprofundamento sobre sua vida amorosa e sua presença era coadjuvante. A Rede Globo ainda iria exibir mais personagens homossexuais, tanto masculinos como femininos, em suas teledramaturgias, sendo alguns implícitos e outros escancarados por estereótipos. Voltemos aos destaques com a novela “Um sonho a mais” (1985), onde *Volpone*, interpretado por Ney Latorraca, é levado pelas circunstâncias da história a se caracterizar de diversos personagens, incluindo uma mulher, *Anabela Freire*, que se casa com *Pedro Ernesto* (Carlos Kroeber).

Essa novela também foi a que apresentou o primeiro beijo entre pessoas do mesmo sexo, um “selinho” entre os personagens *Anabela* e *Pedro Ernesto*. A cena teve um tom de galhofa e farsa, talvez para compensar os problemas que a emissora estava tendo com a audiência e a censura (PERET, 2005, p. 86).

E Peret ainda comenta uma ocorrência bastante interessante para a análise deste artigo:

No mesmo ano, houve dois momentos em que personagens heterossexuais foram “vistos como gays”, fato que chama a atenção para a formação de uma imagem, de um discurso de homossexualidade comportamental. As circunstâncias em que os casos se deram, entretanto, são muito diferentes (PERET, 2005, p. 86).

Com o abrandamento da censura, as telenovelas continuaram explorando a temática. Lauro César Muniz assina “Roda de fogo” (1986-87) e apresenta dois personagens homossexuais, *Mario Liberato* e *Jacinto Donato*, que são corruptos e assassinos, interpretados por Cecil Thiré e Cláudio Curry, respectivamente. Mas foi em 1987, com a novela “Mandala”, de Dias Gomes, que os personagens homossexuais surgiram em maior número e ocupando grande destaque numa mesma trama – três foram os personagens explicitamente apresentados, sendo um deles bissexual. Um dos papéis em especial, *Argemiro*, vivido pelo ator Carlos Augusto Strazzer, não só era gay, como também o vilão e praticante de um tipo indefinido de “magia negra”, identificado pelos amuletos, pelos búzios e pela leitura de cartas. Esse fato pode não só denunciar um preconceito em relação à homossexualidade, mas também às práticas religiosas não “convencionais”, tanto a africana, caracterizada pelos búzios, como a cigana, caracterizada pelas cartas.

“Vale tudo”, em 1989-90, de Gilberto Braga, entra para a história da televisão com a pergunta “Quem matou *Odete Roitman?*”, parando o Brasil. Nessa mesma história, *Cecília* (Lala Deheinzelin) e *Laís* (Cristina Prochaska) formam um casal homossexual bastante aceito e respeitado dentro da trama. Sua maior contribuição foi a discussão acerca da herança dos bens pelo cônjuge do mesmo sexo, em caso de morte do parceiro – neste caso, *Cecília* morre, deixando a pousada em Búzios para *Laís*, que ambas administravam.

Após uma manutenção nas telenovelas de personagens homossexuais masculinos e femininos marcados por estereótipos (o efeminado e a “sapatão”), daremos destaque para a obra de Silvio de Abreu, “A próxima vítima” (1995), onde dois rapazes mantinham um namoro. *Jéferson* (Lui Mendes) é negro, proveniente de uma família de classe média alta e estuda na mesma faculdade de *Sandro* (André Gonçalves), que por sua vez é branco. Como afirma Peret, essa relação “é manifestada apenas pelo discurso oral, sem manifestações de afeto explícitas” (PERET, 2005, p. 95). Durante a exibição do folhetim, o ator André Gonçalves foi perseguido e espancado por um grupo de rapazes. Esse caso, que foi abafado na época, se enquadra no sistema “bicha/bofe” descrito por Dennis Werner (1999), que será discutido mais adiante. Essa denominação consiste na identificação de papéis dentro de um relacionamento homossexual masculino – sendo encontrado o “passivo” (bicha) e o “ativo” (bofe). Em 2011, André Gonçalves encarna outro gay, dessa vez na novela “Morde e Assopra”, de Walcyr Carrasco. O personagem *Áureo* é filho do prefeito e retorna à cidade de Preciosa, surpreendendo a todos com sua efeminação e dando ao telespectador outro personagem cômico. Mas a repercussão desse novo trabalho do ator não se compara com a de seu primeiro personagem gay em telenovelas.

São fatos como esse que nos fazem firmar a idéia de “noveleiros” associada ao brasileiro, pois ele se envolve, se ofende, a ponto de se intrometer no andamento do enredo da telenovela. Em 1998, “Torre de Babel”, de Silvio de Abreu, já iniciava desagradando o público por tratar de diversos temas polêmicos e, entre eles, estava o relacionamento lésbico entre *Rafaela* (Cristiane Torloni) e *Leila* (Silvia Pfeifer). Com explosão do shopping center, um dos cenários de maior atividade dentro da obra, o autor aproveitou para “se livrar” das personagens. Por outro lado, o público também vem sendo bastante tolerante com a presença de personagens homossexuais na televisão. Apesar da imagem estereotipada – seja pelo gestual e falas efeminadas e masculinizadas, seja pela indicação de que orientação sexual sugere gosto ou uma preferência profissional, ou pela combinação de ambos – alguns dos personagens que mantinham seriedade em suas representações foram bem aceitos.

Aliás, desde 2003, com a novela “Mulheres Apaixonadas”, de Manoel Carlos, a Rede Globo vem apresentando constantemente personagens homossexuais em seus folhetins e, em sua grande maioria, sem quaisquer representações cômicas. Nessa novela, *Clara* e *Rafaela*, interpretadas por Aline Moraes e Paula Picarelli, são duas estudantes secundaristas, que enfrentam a aceitação dos colegas e da mãe de

*Clara*. Em “Senhora do Destino” (2004), de Aguinaldo Silva, também nos trouxe um casal lésbico, formado pela médica *Leonora* (Mylla Christie) e pela estudante *Jenifer* (Bárbara Borges). Nesse caso houve cenas de carinho um pouco mais ousadas e até mesmo a adoção de um bebê. Manoel Carlos ainda mostraria mais um casal homossexual em “Páginas da Vida” (2006), *Rubens* e *Marcelo* (Fernando Eiras e Thiago Picchi respectivamente), que também discutem a adoção de uma criança. Em “Paraíso tropical” (2007), de Gilberto Braga e Ricardo Linhares, é apresentado o casal *Rodrigo* (Carlos Casagrande) e *Tiago* (Sergio Abreu), que trabalham em um hotel e viviam juntos, havendo até mesmo cenas onde apareciam na cama, mas nunca, em nenhum momento, se tocavam. Seus personagens não só eram coadjuvantes, como também serviam de auxílio aos outros personagens e esse relacionamento amoroso não foi aprofundado na trama.

O discutido beijo gay masculino em telenovelas nunca veio a acontecer, apesar de em “América” (2005), de Glória Perez, os personagens *Júnior*, vivido por Bruno Gagliasso, e *Zeca*, por Erom Cordeiro, terem causado uma enorme expectativa na época em que foi exibido. Segundo Paulo Senna, colunista do jornal O Globo, os atores chegaram até a gravar a cena, mas acabou não indo ao ar.

### 3. ORLANDINHO, O “EX GAY”

Ao fim de 2008 e início de 2009, João Emanuel Carneiro apresentou “A Favorita”, que trouxe como novidade a revelação do “quem matou?” já no fim da primeira fase da novela. *Flora*, interpretada por Patrícia Pilar, é a assassina do marido da amiga e companheira de dupla sertaneja *Donatela*, vivida por Claudia Raia. Mas o nosso destaque é direcionado para o playboy *Orlandinho*, personagem do ator Iran Malfitano.

Desde 2003, com a novela “Mulheres Apaixonadas”, a Rede Globo abandonou as representações homossexuais estereotipadas, com exceção de “Senhora do Destino”, na apresentação de um casal masculino. Mesmo assim, também exibiram um casal de lésbicas de forma respeitosa, que trouxeram a discussão sobre a adoção de crianças por casais gays. *Orlandinho* foi o segundo personagem de retomada às efeminações do homossexual masculino.

Na trama, *Orlandinho* é um jovem da classe alta, que assume a sua homossexualidade após se apaixonar pelo vigarista *Halley* (Cauã Reymond) e, a partir de então, demonstra a sua orientação sexual sem pudores. Mas para manter o seu status social, *Orlandinho* se vê obrigado a se casar com uma mulher, a personagem de Deborah Secco, *Maria do Céu*, que tem amplo conhecimento da condição de *Orlandinho* e que se casa sabendo que a cerimônia é uma farsa. O playboy começa a ficar balançado entre *Halley* e *Maria do Céu*, mas sempre seguiu persistente na certeza de sua homossexualidade, mesmo após manter relacionamentos sexuais com sua recém esposa.

A história se torna confusa desde então. João Emanuel Carneiro, antes de seu personagem *Orlandinho* se casar com *Maria do Céu*, em depoimento a edição 2066 da revista *Veja*, disse: “Sei de playboys enrustidos que circulam com beldades nas altas-rodas só para manter a fama de machão”. O que se pode compreender dessa declaração é que o autor pretendia usar a novela como crítica à hipocrisia social, em especial na alta classe. Mas a interpretação de Iran Malfitano conquistou o público e a indecisão de seu personagem sobre a sua identidade sexual se tornou foco da mídia.

Em nenhum momento a possível bissexualidade de *Orlandinho* é questionada pelos personagens. A polêmica se resume entre a homossexualidade ou a heterossexualidade do personagem. Na história, *Maria do Céu* começa a se apaixonar pelo marido gay e, aliada com a avó de *Orlandinho*, *Geralda* (Suely Franco), sempre discutem sobre a transformação dele em “macho”. Em episódio do dia 23 de dezembro de 2008, após *Orlandinho* assumir a sua sexualidade para o pai e para avó, *Maria do Céu* e *Geralda* discutem sobre a autenticidade desse desabafo:

*Maria do Céu* diz que irá embora de casa:

*Geralda* – Mas você está maluca? Você não vai sair daqui de jeito nenhum e maneira.

*Maria do Céu* – Como assim?

*G* – Minha filha, você acha que eu não sei que o *Orlandinho* está falando tudo isso da boca pra fora? Eu não vejo como é que vocês ficam aí o dia inteiro um agarrado no outro? Hoje de manhã mesmo dava para escutar tudo lá dentro do quarto. Eu vou te dizer uma coisa, nem o meu falecido *Donizete* tinha tanto apetite assim.

*MC* – Mas o quê que adianta, né? Se agora *Orlandinho* encasquetou que ele é gay? O quê que eu posso fazer?

*G* – Mas você já fez tudo o que tinha pra fazer, minha filha. Você cumpriu a missão que lhe foi oferecida: você fez do meu neto um “cabra macho”.

*MC* – Não adianta ele ser um “cabra macho”, e não assumir que é, né?

Cenas como essa repercutiram entre os telespectadores e deram início a uma discussão sobre o “ex gay”. Em reportagem para o programa Fantástico da mesma emissora, no dia 4 de janeiro de 2009, algumas pessoas entrevistadas nas ruas diziam achar impossível essa mudança de identidade sexual. Outras, contudo, diziam que *Orlandinho* tinha que “esquecer com esse negócio de ser gay, pois ele era homem”.

Na mesma reportagem, a psicanalista Regina Navarro Lins declarou: “Eu acho que é uma violência total e absoluta querer interferir na orientação sexual de uma pessoa, na singularidade dessa pessoa [...]. Homossexualidade não é doença e acho que todos deviam encarar como normalidade”. Assim como em quase toda atividade jornalística, eticamente deve se buscar a imparcialidade e ouvir todas as partes envolvidas. Em defesa da “regeneração dos homossexuais”, o programa apresentou o depoimento de religiosos, inclusive do ex gay Guilherme Chagas da Conceição, convertido ao protestantismo. “Sofri um abuso sexual e passei a viver no homossexualismo durante 16 anos da minha vida [...]”, diz.

Mesmo que tenha sido sem querer, a reportagem é finalizada com o jornalista Zeca Camargo comentando: “De um lado, a vida a real, do outro, a ficção da novela. Como será que vai terminar a história do *Orlandinho*?”. O jornalista ignora discursivamente que as telenovelas, embora ficção, exercem fascínio no telespectador brasileiro, que interpreta a narrativa ficcional como reflexo da realidade.

Respondendo a pergunta final de Zeca Camargo, *Orlandinho* se transformou em heterossexual e quem aparentemente decidiu esse fim foi o autor João Emanuel Carneiro. Porém, segundo o site G1, de propriedade das empresas Globo, a matéria “Polêmico seria o *Orlandinho* terminar hétero”, diz ator de ‘A favorita’, do dia 13 de dezembro de 2008, traz um dado preocupante: 89% dos internautas que acessaram a página virtual da novela “A Favorita” desejaram que *Orlandinho* ficasse com *Maria do Céu*. O questionamento é até que ponto as pessoas sabem que ficção e história real são extremos e muitas vezes opostos? Será que o resultado da enquete promovida pelo site da telenovela não traduz uma crença distorcida? Como visto anteriormente, o público geralmente tem papel decisivo nas conclusões das telenovelas, provocando uma mudança na trama durante a sua exibição (como no caso da novela “Torre de Babel”).

Em Apocalípticos e Integrados, Umberto Eco discute sobre a cultura de massa:

Os mass media tendem a impor símbolos e mitos de fácil universalidade, criando “tipos” prontamente reconhecíveis e por isso reduzem ao mínimo a individualidade e o caráter concreto não só de nossas experiências como nossas imagens, através das quais deveríamos realizar experiências (ECO, 1979, p. 41).

Essa universalidade de tipos humanos dentro de um produto midiático como a telenovela não deveria preocupar tanto, visto que se trata de uma obra de ficção. Além do mais, no campo das artes (se considerarmos esse gênero televisivo como um tipo de arte) a liberdade do autor deve ser ilimitada.

Mas o problema é aqui discutido pois sabemos que a televisão, inserida numa idéia de cultura de massa, como nos diz Eco, se impõe perante os telespectadores como uma fonte irrefutável de informação e de conhecimento.

A ciência ainda não sabe exatamente as origens da homossexualidade, visto que esse é um tema bastante complexo, mas já anuncia que os fatores genéticos em comunhão com o ambiente sociocultural são os principais denominadores. A própria psicologia, como já exposto, não considera a homossexualidade uma doença e, portanto, nem se cogita a idéia de cura.

#### 4. CÁSSIO, O “BOFE ESCÂNDALO”

“*Caras e Bocas*” (2009), escrita por Walcyr Carrasco, se passa na cidade de São Paulo e tem como pano de fundo o mercado de arte. *Dafne* e *Vicente*, interpretados por Flávia Alessandra e Malvino Salvador compõem o casal de protagonistas. Um dos principais cenários da trama é a galeria de arte, administrada por *Dafne*, onde trabalha *Cássio*, um jovem educado, bonito e apaixonado por roupas de grife. Vivido pelo ator Marco Pigossi, *Cássio* é homossexual, traído pelo seu gestual “afetado” e expressões verbais como “choquei, perua!” e “estou rosa chiclete”.

Nitidamente a imagem desse personagem é efeminada e sua função é preencher o núcleo cômico na trama. Seu papel é auxiliar e a sua vida amorosa, enquanto homossexual, não é considerada na história. Na verdade, *Cássio* passa a se relacionar amorosamente com *Léa*, interpretada por Maria Zilda Bethlem, uma senhora muito mais velha e rica. No início, esse relacionamento era mantido pelo interesse de *Cássio* nas peças de roupas que *Léa* poderia comprar, mas em seguida passou a ser amor, segundo o próprio personagem. A questão é que *Cássio* sempre foi assumidamente homossexual na história e em nenhum momento a bissexualidade foi sequer citada pelos personagens. Não podemos, porém, ignorar a possibilidade de haver amor de um homossexual por alguém do sexo oposto. Mas o fato se expande quando *Léa* passa a ser chamada pelo próprio namorado de “*Maria purpurina*” – apelido utilizado para nomear mulheres que se apaixonam por gays. Então, *Cássio* é homossexual, mesmo que ele nunca tivesse revelado verbalmente. *Léa* é ciente da orientação sexual de seu companheiro, tanto que o chama ironicamente de “*Bofe escândalo*”.

Esse nome é uma famosa gíria usada pelos gays para designar um homem atraente, mas, sobretudo másculo ou masculinizado, seja ele heterossexual ou homossexual. Mas se *Cássio* é gay, não sendo segredo para ninguém, nem mesmo para *Léa*, e é caracterizado justamente pela sua atitude efeminada, então por que esse apelido? Partindo do pressuposto de que não se deve haver qualquer tipo de preconceito a qualquer tipo de amor, o uso de “*Bofe escândalo*” carrega em si mesmo um preconceito: *Cássio* não poderia amar *Léa* sendo um gay “afetado”? A questão é que, por ser efeminado, *Cássio* seria consequentemente “passivo”.

Dennis Werner (1999) criou quatro sistemas acerca da variação cultural dentro da homossexualidade masculina: “*Gay/Entendido*”, “*Bicha/bofe*”, “*Mestre/aprendiz*” e “*Irmãos de sangue*”. Esses sistemas se encontram em quase todas as culturas, com a predominância de alguns em determinados povos. Cada uma dessas categorias possui um motivo de ser. Segundo Werner, o primeiro sistema ocorre mais ao norte da Europa e em suas ex colônias, como nos Estados Unidos, além de ser recente e está começando a se difundir devido a globalização. O terceiro caso ocorre ou ocorreu em países como o Japão e Nova Guiné e consiste na relação homossexual entre um rapaz e um adulto, sendo aquele o “passivo” e este o “ativo”. Nessa situação, quando o jovem amadurece, se torna genro de seu parceiro, por exemplo, em algumas culturas, não havendo continuidade na relação. Na grande maioria das vezes, o mais velho nunca é o passivo e o mais novo não segue a vida em relacionamentos homossexuais, até que ele venha a ser o “mestre” de outro jovem. O quarto e último sistema é encontrado nos Balcãs e entre os Pashtan do Afeganistão e Paquistão. “Trata-se de laços de lealdades

fortes entre dois homens adultos (heterossexuais casados) que são mantidos durante toda a vida e que envolvem relações homossexuais.” (WERNER, 1999, p. 40).

O sistema que nos interessa é o “Bicha/bofe”, que, como diz o autor, é muito popular na maioria das culturas humanas, inclusive no Brasil. Os “bichas” são “homossexuais exclusivos”, ou seja, eles possuem relacionamentos preferencialmente só com os homens, sejam eles homossexuais ou heterossexuais. Em algumas culturas inclusive, segundo Werner, um homossexual ter relações com outro de mesma orientação é muito estranho. Esses homossexuais exclusivos são em geral “passivos” e essa condição está ligada a dominação e é, muitas vezes, motivo de vergonha.

Entre os Tupinambá do Brasil colonial, os homossexuais construíam casas um pouco afastadas da aldeia e se entregavam a todos os homens que queriam aproveitar deles como “prostitutas” segundo relatos. O status destes homossexuais não é muito claro. [...]. Mas em algumas sociedades, os homossexuais (os “passivos”) foram objeto de escárnio. Os índios Chiriguano da Bolívia desprezavam o passivo numa relação sexual e, as vezes, estupravam um homem só para humilhá-lo. Nenhum desprezo foi reservado para o “ativo” nestas relações (WERNER, 2005, p. 38).

Ainda no Brasil, no sistema penitenciário, o estupro entre os presos é um artifício para manter a hierarquia, sendo o “passivo” mantido na condição de subordinado do estuprador. Para os presos, essa situação não configura em um relacionamento homossexual de fato, mesmo que esse tipo de violência ocorra todos os dias entre os mesmos detentos.

Com isso podemos concluir que, no Brasil, o “bicha” é culturalmente vítima do preconceito e da intolerância. A expressão máxima dos casos de representação do homossexual “afetado” nas telenovelas ser motivo de ojeriza pelo público foi o espancamento sofrido pelo ator André Gonçalves quando ele interpretava um gay em “A próxima vítima”. Apesar de o personagem Sandro não ser efeminado, Peret explica os motivos que levaram a esse ataque:

[...] o fato levantou uma discussão sobre por que o ator Lui Mendes nunca foi perseguido. Por “Sandro” ser um nome mais comum na forma feminina e do personagem usar cabelos compridos, além da existência de uma namorada, abandonada por Jéferson para ficar com o amigo, indicariam uma possível marcação de papéis masculino (Jéferson) e feminino (Sandro) no casal. O ator que supostamente interpretava o papel *feminino* teria sofrido a rejeição mais forte por parte do grupo de jovens intolerantes (PERET, 2005, p. 95).

O “papel *feminino*” seria então o fato de *Sandro* ser passivo. A questão é que não se sabe qual era o comportamento desse personagem na relação que mantinha com *Jéferson*, mas, para o público, há a necessidade de identificar um papel para os dois namorados. É possível que isso se deva ao fato de o sistema “bicha/bofe” ser predominante no Brasil, apesar de o “Gay/entendido” estar começando a se difundir. Nesse sistema não há uma importância em definir quem é o “passivo” ou o “ativo”, um homem que se relaciona com alguém do mesmo sexo será sempre homossexual, mas, no sistema “Bicha/bofe”, o “ativo” pode se “regenerar”, ou pelo menos é essa a visão que o público tem. Podemos notar esse fenômeno entre os personagens *Ubiracy* (Luis Henrique Nogueira) e *Turcão* (Marco Vivala) em “Senhora do destino”. O carnavalesco *Ubiracy* beirava o exagero com sua representação afeminada e o bissexual *Turcão* era o típico “bofe”, de grande porte físico e exprimia bastante virilidade. Em uma das cenas em que *Turcão* aparece na companhia de uma mulher, *João Manoel*, personagem de Heitor Martinez, irmão da lésbica *Jenifer*, sugere que a orientação de sua irmã possa mudar, já que o caso de *Turcão* não está totalmente “perdido”.

As telenovelas por pouco explorarem os relacionamentos entre homossexuais e, ainda assim, na maioria das vezes, de maneira distorcida, força o telespectador a entender esse tipo de situação. Não familiarizado com um romance gay ou lésbico, o público tende a rotular os membros do relacionamento com papéis comuns aos heterossexuais. Ou seja, alguém dentro de um relacionamento homossexual

tem que ser o “homem” ou ser a “mulher”. Não se consegue conceber a idéia de que dois homens ou duas mulheres fiquem juntos, nem mesmo quando essa união já é parcialmente aceita.

No caso de *Cássio*, mesmo que o seu envolvimento não seja com um outro homem, a imposição de um papel masculinizado, pelos outros personagens, evidencia o que muitos brasileiros pensam equivocadamente sobre a união homossexual. Só não está claro se esse pensamento se origina ou se potencializa com a telenovela, ou se a obra simplesmente reflete o que já se acredita na vida real. De qualquer forma, ambos os cenários (o real e o ficcional) são simbióticos e se desenvolvem devido a falta de conhecimento adequado.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão é que há muito os personagens homossexuais trazem à tona várias discussões entre os telespectadores, sendo a dúvida sobre se haverá ou não “o beijo” entre homossexuais masculinos a principal delas. Sobre essa questão, o próprio ator Marco Pigossi já foi perguntado se ele era a favor ou contra o beijo gay na televisão, pela revista *Quem Acontece*.

Não sei dizer se o público está preparado ou não, mas não cabe a mim, e sim aos autores e à censura interna. Não acho necessário que haja. Quanto mais leve e sutil for, melhor. O público é inteligente e entende, não precisa mostrar claramente (PEREIRA, 2009,online).

O que os exemplos citados por Peret e os dois casos analisados mostram é que, de fato, o público mantém uma certa autonomia em relação as opiniões retiradas das telenovelas. Mas tais opiniões, em sua grande maioria, são fundamentadas justamente no que a televisão exhibe. Então como o público pode entender o que ele desconhece? Quando há o envolvimento de um homossexual com alguém do sexo oposto, pouco ou nada naquele mesmo meio informa a situação em que se dá tal relacionamento. A bissexualidade quase nunca é abordada, dando margem à idéia da possibilidade de conversão do homossexual para heterossexual.

Mesmo quando o relacionamento é aceito, ou pelo menos respeitado, também há equívocos quanto a distribuição de papéis. Aliás, atribuir posições comuns aos heterossexuais para os homossexuais é um erro, se pensarmos que se trata de um outro tipo de relacionamento. O que pode parecer somente uma forma de tentar entender as posições dos componentes de um romance gay, na verdade é um preconceito velado não só aos homossexuais em si, mas em especial ao efeminado.

Por vezes a representação deste é exagerada com intenções de comicidade, mas esse perfil que se apropria do deboche irônico é uma das marcas das telenovelas. Se há a intenção de representar o homossexual na mídia, então é importante que se entenda que essa orientação sexual permite várias personalidades. Afinal, não é assim também o heterossexual? Deve se enxergar simplesmente um ser humano que possui características diferentes do que se convencionou de “normal” porque isso simplesmente não existe. Humanos, enquanto sujeitos, são individuais e únicos e devem ser respeitados, na vida e na ficção, independente das suas orientações sexuais.

A telenovela é uma expressão artística de grande prestígio no nosso país, por traduzir, na ficção, parte dos desejos, considerando que o trabalho continua sendo apresentado como remoto: a riqueza chega através de falcatruas, casamentos e outros artifícios similares. Os índices de medição da audiência, que em tese traduzem gostos do público, em alguns casos, podem interferir no enredo das tramas.



## REFERÊNCIAS

ECO, U. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

MARTHE, M. Gay e patético. In: **Revista Veja**, 25 jun. 2008. Televisão. Disponível em: <[http://veja.abril.com.br/250608/p\\_197.shtml](http://veja.abril.com.br/250608/p_197.shtml)>. Acesso em: 29 out 2009.

GLOBO. Memória Globo. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,55750,5265,00.html>>. Acesso em: 27 out 2009.

GLOBO.COM. Novela abre debate se é possível existir o ex-gay. **G1**, São Paulo, 4 jan. 2009. Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/noticias/brasil/0,,mul943031-5598,00-novela+abre+debate+se+e+possivel+existir+o+exgay.html>>. Acesso em: 29 out 2009.

OROSCO, D. 'Polêmico seria o Orlandinho terminar hétero', diz ator de 'a favorita'. **G1**, São Paulo, 13 dez. 2008. Pop & arte. Disponível em: <<http://g1.globo.com/noticias/poparte/0,,mul921547-7084,00-polemico+seria+o+orlandinho+terminar+hetero+diz+ator+de+a+favorita.html>>. Acesso em: 29 out 2009.

\_\_\_\_\_. **'Insensato coração' terá seis personagens gays e um homofóbico**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/12/insensato-coracao-tera-seis-personagens-gays-eum-homofobico.html>>. Acesso em: 25 jul 2011.

PERET, L. E. N. **Do armário à tela global: a representação social da homossexualidade na telenovela brasileira**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <[http://www.bdtd.uerj.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=295](http://www.bdtd.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=295)> . Acesso em: 29 out 2009.

PEREIRA, J. Marco Pigossi: "Sou muito bem resolvido". In: **Quem Acontece**, São Paulo, 1 jul. 2009. Quem Pensa. Disponível em: <<http://revistaquem.globo.com/Revista/Quem/0,,EMI79956-8224,00-MARCO+PIGOSSI+SOU+MUITO+BEM+RESOLVIDO.html>>. Acesso em: 29 out 2009.

SENNA, P. Orgulho Gay ainda não conquistou o espaço nas novelas da TV. **O Globo**, 12 out. 2008. Nostalgia. Disponível em: <[http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/nostalgia/post.asp?cod\\_post=132257](http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/nostalgia/post.asp?cod_post=132257)>. Acesso em: 29 out 2009.

WERNER, D. **Sexo, Símbolo e Solidariedade: Ensaios de Psicologia Evolucionista**. Florianópolis: UFSC, 1999.

## A UTILIZAÇÃO DAS PLATAFORMAS ONLINE DE REDES SOCIAIS EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

C. S. Oliveira<sup>1</sup>; I. H. Farias<sup>2</sup> e M. S. Lima<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Centro Universitário de Maceió, <sup>2</sup> Universidade Federal de Pernambuco e <sup>3</sup> Faculdade Maurício de Nassau -  
Campus Recife

cristianesdo@gmail.com – ivaldirjr@gmail.com

### RESUMO

O presente artigo apresenta uma análise do uso de sites de redes sociais como ferramenta estratégica em campanhas publicitárias possibilitando um alcance mais amplo e um feedback mais rápido. Em seu desenvolvimento, serão abordados conceitos relacionados ao Marketing Digital, Comunicação, Publicidade e Redes Sociais Online. Levando em consideração a evolução dos meios de comunicação e mudanças no comportamento do consumidor, é possível observar diferentes formas de planejar campanhas publicitárias, unindo marketing digital, comunicação e tecnologia. Com base nesses pressupostos teóricos, foi possível analisar qualitativamente o uso das redes sociais aplicadas às campanhas publicitárias e sugerir ferramentas que apoiarão o processo de comunicação.

**Palavras-chave:** marketing digital, comunicação, redes sociais

## 1. INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos dos últimos anos implicaram diretamente nas aplicações do marketing utilizados atualmente, onde foram desenvolvidos novos conceitos e ações adaptadas aos novos consumidores. Com o surgimento da Internet, os meios de comunicação tornaram-se estreitos, facilitando as relações sociais e a interação dentro da rede, o que, conseqüentemente, permitiu um maior compartilhamento de conteúdos.

Grande parte dos consumidores atuais apresenta um perfil de internauta, conseqüente da facilidade de adquirir meios técnicos para acesso à Internet, tendo um crescimento significativo atingindo 77,8 milhões de habitantes do Brasil<sup>1</sup>. Com esta popularização, o *target*<sup>2</sup> apresenta sua participação no ciberespaço, permitindo que o Brasil chegue ao primeiro lugar no ranking de horas mensais na Internet, sendo 69h conectadas por internauta brasileiro, de acordo com pesquisas divulgadas pelo Ibope Nielsen Online em setembro de 2011. Esta nova linguagem permite que sejam trabalhadas informações adaptadas aos diversos mercados e com bastante interatividade, criando um elo de relacionamento entre empresa e cliente.

A utilização estratégica de sites de redes sociais, tais como: Facebook, Orkut e Twitter, tem permitido uma maior aproximação das empresas com seus clientes, criando um relacionamento fiel entre eles. Com base nestes segmentos, na seção 2 serão abordados conceitos de Marketing digital, contextualizando as ações estratégicas no meio online; Comunicação, contextualizando o tema em questão com as novas mídias; logo em seguida, na seção 2.1 haverá uma explanação sobre Publicidade, com teorias da prática exercida em campanhas publicitárias; Na seção 3 serão apresentados conceitos e teorias sobre os Sites de Redes Sociais, pontuando as plataformas sociais mais utilizadas atualmente; Estratégias digitais em campanhas publicitárias, apresentando ferramentas relevantes em ações digitais nas campanhas publicitárias.

## 2. MARKETING DIGITAL

Com os avanços tecnológicos as ferramentas de marketing sofreram algumas adaptações ao novo consumidor que surgiam com a era digital. Hoje, com o aumento gradativo de internautas no país, as ações de marketing são direcionadas e adaptadas ao público-alvo, permitindo novas estratégias digitais. Como apoio dessas ações, o marketing eletrônico entra em cena a fim de atingir o consumidor digital, podendo, dessa forma, manter relações individuais com cada pessoa interagindo àquela mensagem. Segundo Reedy e Schullo (2007, p 3),

Um meio eletrônico de comunicação e informação chamado Internet semeou inovações em software e hardware, projetadas especificamente para auxiliar a conveniência das compras on-line. Junto da Internet, estão sendo integrados recursos de marketing eletrônico aos tradicionais programas de marketing, melhorando o alcance, a eficiência e a eficácia do contato com o público-alvo.

É neste contexto digital que o marketing se adapta aos novos meios de comunicação apresentando novas formas e estratégias de trabalho, a fim de desenvolver práticas criativas e interativas para melhor persuadir o *target*. Estas estratégias permitem um maior alcance e freqüência, estando disponíveis 24 horas por dia no meio digital, possibilita o envio de mensagens personalizadas e direcionadas a determinado segmento, criando interatividade entre o cliente e a empresa anunciante, é fácil de obter dados do *feedback*, a avaliação do retorno da campanha e é executada a baixo custo.

---

<sup>1</sup> Fonte: Ibope Nielsen Online.

<sup>2</sup> Target é uma palavra de origem americana bastante utilizada no mercado publicitário para tratar do público, tendo o mesmo sentido de público-alvo.

### A. **Campanhas Publicitárias**

As campanhas publicitárias enquadram-se no quarto “P” do mix de marketing, sendo um tipo de estratégia de comunicação, que tem como função difundir idéias, persuadindo o público-alvo a consumi-las. Para abordar este tema é importante conceituar os termos Propaganda e Publicidade, que segundo Sant’anna (2005, p. 75) pode ser definido:

Publicidade deriva de público (do latim publicus) e designa a qualidade do que é público. Significa vulgarizar, tornar público um fato, uma idéia. Propaganda é definida como a propagação de princípios e teorias. (...) Deriva do latim propagare, que significa reproduzir por meio de mergulhia, ou seja, enterrar o rebento de uma planta no solo.

Baseado nestes conceitos entende-se que a prática da publicidade e propaganda tem a finalidade de divulgar alguma idéia, informando e persuadindo o público-alvo através de informações emitidas pelo cliente, chamado de *briefing*. Para atingir o objetivo do cliente, é essencial que a campanha seja desenvolvida de forma eficaz e direta, anunciando o produto/serviço para um *target* previamente segmentado de acordo com seu perfil e determinando seu posicionamento. Por fim, a escolha dos meios de comunicação, ou mídias, precisa ser adequada ao tipo de consumidor e produto trabalhado, visando sempre atingir este público determinado, para que haja um maior *feedback*.

Todos esses elementos servem de apoio para o desenvolvimento de uma campanha publicitária eficaz, tendo base as teorias de como desenvolvê-la unida à criatividade dos profissionais deste setor. Esta criatividade também é percebida na utilização de mídias digitais, dando espaço ao uso de alternativas inovadoras na hora de anunciar o produto.

### 3. REDES SOCIAIS

As redes sociais na Internet representam as relações interpessoais de indivíduos no ambiente virtual e tem a finalidade de proporcionar comunicação entre eles. Devido ao tamanho do espaço virtual, estas relações se tornaram mais abrangentes, permitindo a comunicação, em tempo real, de pessoas localizadas em diferentes pontos do mundo. Segundo Recuero (2010, p. 24),

Essas ferramentas proporcionaram que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros.

A aplicação destas ferramentas em campanhas publicitárias permite que haja um maior conhecimento do novo consumidor digital, onde, através destas redes, é possível obter informações pessoais de grupos previamente segmentados. Segundo Figueiredo (2008),

Em redes como Orkut, Flickr, Twitter e Facebook, a interação como forma de relacionamento e a persuasão como forma de convencimento entre marcas e consumidores é diferente. Para que o consumidor perceba a marca de determinado produto e se fidelizar a mesma, novas estruturas de comunicação se fazem necessárias para atingir este público-alvo.

E é através dessas redes que é possível manter uma comunicação regular entre empresa e público-alvo, compreendendo suas necessidades e desejos, além de permitir uma relação mais íntima.

Para a execução dessas estratégias é possível contar com o apoio de uma vasta lista de *sites* e ferramentas de redes sociais, tais como *Facebook, Flickr, LinkedIn, Youtube, Orkut, Twitter, Blog*, entre outros. Essas plataformas são utilizadas regularmente pelos internautas tanto para se relacionar com amigos próximos ou distantes, como para buscar e compartilhar informações gerais (Lima, 2010). Esse

processo de comunicação tem seu tempo e ruídos encurtados através de redes sociais, o que permitem que empresas acompanhem as mensagens trocadas e possam mensurar a interação em tempo real.

Estas ferramentas têm sido cada vez mais utilizadas em campanhas publicitárias para manter uma comunicação com seus clientes, permitindo uma troca rápida de mensagens, gerando uma comunicação íntima, além do envio de mensagens segmentadas ao público.

#### 4. METODOLOGIA

O objetivo principal desta pesquisa foi identificar quais as ferramentas de mídias sociais utilizadas em campanhas publicitárias. Neste contexto e tomando como base a literatura disponível sobre o assunto, e relatos de experiência, a principal e fundamental finalidade foi desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e/ou idéias, tendo como objetivo a criação de novas teorias ou amadurecimento de teorias já existentes.

##### 4.1 Instrumento de Medida

O instrumento de medida utilizado foi à aplicação de questionários utilizando o Forms do GoogleDocs disponibilizado via internet. O conteúdo dessa pesquisa abordou questões gerais sobre o uso de mídias sociais e, sobretudo, questões focando o uso de ferramentas web 2.0 (mídias sociais) nos aspectos de publicidades. Os questionários foram disponibilizados no mês de janeiro de 2010 e continham 11 questões.

##### 4.2 Participantes da Pesquisa

Os participantes da pesquisa foram profissionais da área de comunicação, propaganda e publicidade. Logo no início do questionário foram obtidas informações sobre a formação acadêmica, tempo de experiência na área de publicidade, dentre outras informações.

Dentro do período considerado para a coleta das informações, o questionário foi respondido por 90 profissionais.

Os participantes da pesquisa estavam divididos da seguinte forma: 41% masculino e 59% feminino, 71% tinham idade entre 20 a 29 anos e os outros 29% tinham idade acima de 30 anos. A maioria dos respondentes tem um tempo de experiência na área de publicidade de menos de 3 anos representados por 54% dos respondentes.

Com relação ao nível de formação, o grupo representa adequadamente o alto nível de qualificação, pois 64% dos respondentes são Graduados, 28% pós-graduados e 8% possuem o ensino médio. Essa pesquisa conseguiu obter respostas de várias regiões conforme a Figura 1.

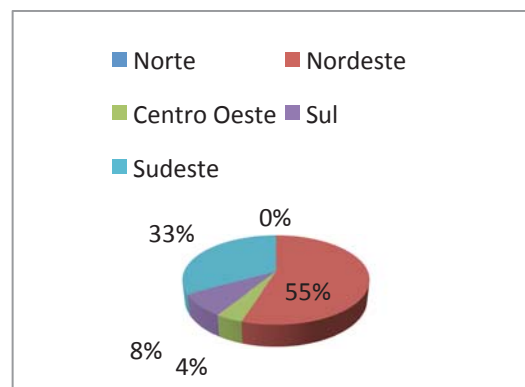


Figura 1: Região dos entrevistados

## 5. RESULTADOS

Diante deste contexto podemos perceber a popularização das redes sociais como ferramenta estratégica para ações de marketing e campanhas publicitárias. A pesquisa desenvolvida apresenta dados relevantes da atuação de profissionais de comunicação na área de Web 2.0, fortalecendo o uso dessas ferramentas para aperfeiçoar o relacionamento empresa-cliente.

### 5.1 O uso estratégico de sites de Redes Sociais em campanhas publicitárias

As redes sociais online aparecem nesse contexto como um dos pilares para uma comunicação segmentada e eficaz entre empresas e clientes. Essas mídias são meios utilizados para divulgar anúncios, ou seja, são meios de comunicação onde são realizadas as campanhas publicitárias. Com o desenvolvimento do mercado e a competição cada vez mais acirrada, foi percebida pelos publicitários esta oportunidade de se criar novos tipos de mídia para suprir as necessidades dos clientes, permitindo que a campanha se sobressaia entre as demais. Segundo Santos e Dordor (2007, p. 25),

A oposição entre mídias e mídias alternativas, para utilização publicitária ou de comunicação, não se reduz a uma simples oposição de veículo de informação. Trata-se de uma oposição de formas de utilização, de conteúdos e de intenções de informação: cada vez mais o meio e a mensagem se confundem, definindo novas técnicas que vem competir com o estilo publicitário da mídia clássica.

Dessa forma, o uso dessas mídias se popularizou no mercado sendo desenvolvida de forma criativa, sua principal característica, a fim de fugir de ações tradicionais, se destacando em ambientes com excesso de peças publicitárias.

Há diversos sites de redes sociais que servem de apoio para profissionais da área de comunicação, dentre eles os mais populares são Twitter, Facebook, Orkut, LinkedIn, Formspring, Flickr, Youtube e *blogs*. De acordo com a pesquisa em questão, as três ferramentas mais utilizadas por profissionais brasileiros são Twitter (20%), Facebook (17%) e Youtube (16%), conforme apresentamos na Figura 2.

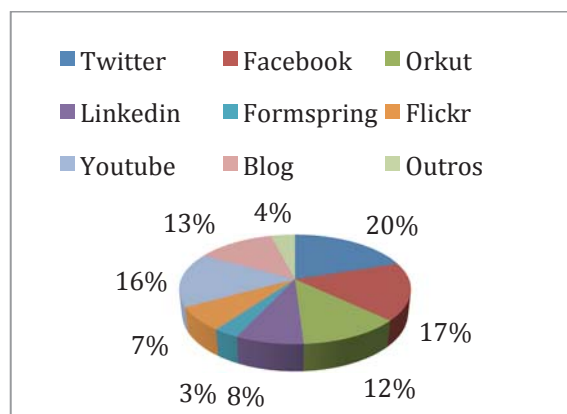
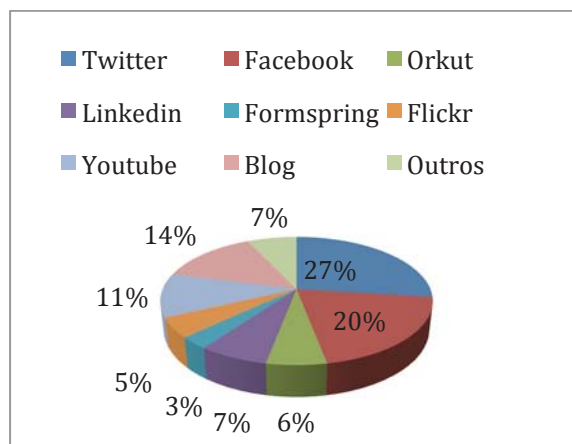


Figura 2: Ferramentas Web 2.0 utilizadas com frequência

As ferramentas mais utilizadas como estratégia, ou seja, aplicadas em ações específicas, de acordo com a pesquisa realizada, são Twitter (27%), Facebook (20%) e *blog* (14%), como é possível ver na Figura 3.



**Figura 3: Ferramentas estratégicas Web 2.0**

Estas plataformas digitais permitem ilimitadas possibilidades de estratégias de comunicação, precisando apenas, que seja direcionada e utilizada de maneira correta, baseada no comportamento do consumidor e no objetivo principal da campanha. Conforme a pesquisa realizada, identificamos alguns desafios para o uso das ferramentas Web 2.0. Segundo os entrevistados, há uma grande dificuldade em falar a mesma língua dos internautas e conseguir interagir de forma sutil com este público. Há também dificuldade na venda desses serviços, elaboração do produto/serviço e preços. Foram citadas também fatores como imprecisão no retorno, confiança do consumidor, transmissão de informações relevantes e segmentação de campanhas. O grande desafio continua sendo atingir o público-alvo, o mesmo de campanhas tradicionais, segundo o entrevistado A, da região Nordeste, “A manutenção da relação com o cliente/leitor/consumidor de conteúdo. Com tantas fontes diferentes, a atenção dada a cada fonte torna-se cada dia menor. A briga agora é pela retenção da atenção das pessoas”.

## 6. FERRAMENTAS

### 6.1 Twitter

O Twitter<sup>3</sup> é um microblog, uma nova formatação de blog que permite atualizações breves de texto, imagem, vídeo e o compartilhamento de informações com uma rede de contatos, segundo Cardoso (2010, p. 6). Lançado em 2006, por Jack Dorsey, o Twitter é um dos sites de redes sociais mais populares do mundo. Respondendo a uma simples pergunta, “What’s happening?”, e utilizando 140 caracteres, o usuário poderá compartilhar conteúdos interessantes de acordo com o perfil de seu público-alvo, os *followers*.

Através desta ferramenta é possível desenvolver ações de marketing com um foco maior no relacionamento com o cliente. Relacionar-se bem com seu público-alvo, dando ênfase ao posicionamento e objetivo da empresa/marca e compartilhando conteúdos relevantes sobre o assunto em questão. É possível também, monitorar o retorno das campanhas medindo sua relevância com *retweets* e *mentions*, encontradas na própria rede, ou utilizar site de monitoramento como Twitalyzer<sup>4</sup>

<sup>3</sup> [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

<sup>4</sup> [www.twitalyzer.com](http://www.twitalyzer.com)

ou SCUP<sup>5</sup>, que disponibilizam informações relevantes sobre o retorno de campanhas publicitárias com mídias digitais.

## 6.2 Facebook

Criado em 2004 por Mark Zuckerberg, o Facebook é o site de rede social que mais cresce no Brasil, tendo mais de 500 milhões de usuários no mundo e com faturamento anual de US\$ 1,86 bilhões. De acordo com Gabriel (2010), sua plataforma permite interação instantânea com seus amigos, compartilhamento de mensagens, imagens, vídeos e conteúdos da web, *chat*, criar grupos e utilização de aplicativos de entretenimento.

Além de manter um relacionamento com usuários, trocando informações relevantes, é possível desenvolver ações de marketing de relacionamento e campanhas publicitárias utilizando a plataforma de redes sociais. No Facebook, há a opção de criar anúncios, que são segmentados e direcionados de acordo com o público-alvo escolhido e buscas realizadas pelo usuário, lançando promoções de produtos específicos ou ações de marketing. A criação de páginas corporativas também possibilita um alto alcance do *target*, permitindo compartilhamento de conteúdos, mensagens, imagens, textos e sites, e a interação com usuários que “curtem” a página. Para monitorar ações nesta rede social, é possível acompanhar resultados enviados pela própria página, como número de conteúdos compartilhados e de usuários que “curtiram” o conteúdo. Além dessas ferramentas, é possível utilizar sites de monitoramento como o Shared Likes<sup>6</sup>, que apresenta números sobre conteúdos compartilhados, e Webtrends<sup>7</sup>, que permite um acompanhamento geral da rede.

## 6.3 Youtube

O Youtube foi desenvolvido em fevereiro de 2005 pelos programadores Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, para difundir e compartilhar conteúdos audiovisuais na Web. Com o sucesso da ferramenta, a Google comprou a ferramenta em 2006 por US\$ 1,65 bilhão. Em 2010, segundo o Blog do Youtube, foram enviados 13 milhões de horas de vídeos, resultando em mais de 700 bilhões de vídeos visualizados.

Com esta ferramenta, é possível desenvolver campanhas publicitárias na web com a publicação de vídeos e a interação com o público-alvo. Com a criação de canais, é possível reunir em uma única página informações relevantes sobre sua empresa, marca, produto ou até banda, com espaço para publicidade e relacionamento com cliente. A página também permite personalizar o canal, utilizar *tags* para facilitar as buscas, organização do conteúdo por categorias e formas de divulgação dos vídeos. Para monitorar o retorno de ações de marketing e campanhas publicitárias, é possível acompanhar comentários e visualizações do material compartilhado, além de utilizar uma ferramenta disponibilizada pelo próprio Youtube, Insight reúne todas as informações de interação e evolução da campanha publicitária.

## 6.4 Blog

O *blog* é uma plataforma de rede social de atualização rápida, onde é possível compartilhar textos agregados às imagens e vídeos, obtendo um maior número de atualizações, devido a sua

---

<sup>5</sup> [www.scup.com.br](http://www.scup.com.br)

<sup>6</sup> [www.sharedlikes.com](http://www.sharedlikes.com)

<sup>7</sup> [www.webtrends.com](http://www.webtrends.com)



praticidade, e um *feedback* mais rápido. Como é possível observar em Wright (2008, p. 2), o blog tem uma estrutura para atualização com informações onde é possível uma maior aproximação do público, permitindo a troca de informações. Estas atualizações são chamadas de *posts*, onde há a possibilidade de várias *postagens* por dia, e conseqüentemente, um maior número de respostas e comentários.

Atualmente os *blogs* são bastante utilizados por vários segmentos do mercado, possibilitando essa interação com o público-alvo e uma comunicação regular. Dessa forma, é possível utilizar esta ferramenta de forma informal a fim de despertar necessidades e desejos nos leitores, podendo também, formar opiniões e lançar tendências. Compartilhar conteúdo é a chave principal das redes sociais, no *blog* é possível divulgar ações empresariais e permitir que os leitores compartilhem o conteúdo com seus amigos através de aplicativos que o liga às outras redes sociais, além de possibilitar o uso de *feeds* RSS, que disponibiliza resumos e textos enviados de *blogs* para o seu canal. É possível monitorar esta ferramenta através de comentários deixados em *posts*, número de visualizações e assinaturas de *feeds* RSS. A utilização do Google Analytics para mensurar retorno desta ferramenta também possibilita um monitoramento geral do desempenho do *blog* na *web*, permitindo o desenvolvimento de campanhas publicitárias.

## 7. CASES DE SUCESSO

### 7.1 Twitter

Desenvolvida pela Groundz Coffee, empresa americana que produz e comercializa, de forma luxuosa, cafés, chás, *drinks* e algumas refeições. Para o desenvolvimento de um relacionamento com seus clientes, foi escolhido o meio digital como apoio às campanhas publicitárias. Foi criado um perfil no Twitter, @CoffeeGroundz, para compartilhar informações e ter um relacionamento mais próximo com o público americano, dessa forma, clientes da Groundz Coffee interagiram com a empresa, permitindo um *buzz* e dobrando seu faturamento em menos de 3 meses. Com isso, a empresa passou a receber solicitações de produtos via Twitter aumentando sua cartela de clientes.

### 7.2 Facebook

Para o lançamento do filme Toy Story 3, da Pixar Studios, foram desenvolvidas ações com o apoio das mídias digitais, estimulando a interação com crianças e divulgando o produto. Desenvolvido no Facebook, a página exibia além de informações relevantes sobre o filme, *trailer* e venda de ingressos para a sua estréia, um aplicativo interativo, Toy Creator, que permitia o usuário se transformasse em um brinquedo, interagindo com jogos e gerando um *buzz*. Esta campanha contou com a participação de crianças e adultos na página do Facebook e uma alta venda de ingressos pelo site. Dessa forma, é possível perceber, no desenvolvimento da campanha, a importância de um conteúdo interativo e relevante ao público-alvo, permitindo a troca de experiências e gerando oportunidade de venda.

### 7.3 Youtube

A Old Spice, empresa americana de produtos masculinos para banho, desenvolveu em 2010 uma campanha publicitária tradicional que, após seu andamento, foi migrada para o meio digital. A campanha "The man your man cloud smell like", "O homem que seu homem pode cheirar como", contou com a presença do ator Americano Isaiah Mustafa, que aparecia em vídeo trajando apenas uma toalha de banho, segurando um sabonete e se movendo por diversos cenários. O vídeo foi publicado no Youtube, a marca alcançou 75% das conversas da categoria, gerando um *buzz*, e estimulou a produção de vídeos amadores por consumidores da marca divulgados na internet. Para aumentar a interação com o público, a empresa lançou uma campanha resposta que interagiu diretamente com o público que se movimentava nas redes sociais. Apenas no primeiro dia de campanha, o vídeo atingiu 5,9 milhões de visualizações no Youtube, subindo para 40 milhões na primeira semana. Houve um aumento de

seguidores no Twitter de 2700% e fãs do Facebook de 800%. No site da marca, houve um tráfego de visitas 300% superior ao normal e seu canal do Youtube passou a ser o mais assistido pelos internautas da rede.

## 8. CONCLUSÃO

Diante deste contexto, onde é possível interagir constantemente com o público-alvo, tendo o poder de influenciar pessoas e estimular mudanças nas formas de relações sociais, que o mercado publicitário tem o apoio das redes sociais para desenvolver ações de marketing e comunicação. Contudo, as redes sociais devem ser utilizadas com planejamento estratégico e ações bem elaboradas que busquem resultados palpáveis para as empresas. Podemos perceber que esta pesquisa evidenciou os principais sites de redes sociais utilizados como ferramenta estratégica em campanhas publicitárias, agregando valores às ações e colaborando com informações para o mercado atual.

No decorrer da presente pesquisa houveram algumas limitações, devido ao mercado de comunicação online, mais precisamente com o uso de redes sociais, que ainda é imaturo, principalmente no nordeste do país. Além desse fator, houve limitações quanto a conteúdo e desenvolvimento da pesquisa quantitativa, ambos apresentados no artigo.

Dentre os trabalhos futuros decorrentes da pesquisa apresentada é possível destacar a necessidade de abordar temáticas como métricas, aprofundando a utilização de ferramentas de apoio para um retorno mais preciso das campanhas publicitárias realizadas com o apoio das redes sociais. É possível, também, desenvolver trabalhos relacionados ao comportamento do consumidor internauta, fazendo pontes de comparação com o consumidor off-line. Finalmente, é possível abordar neste cenário, assuntos sobre cultura digital, ressaltando as ações realizadas para inclusão digital no país.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

Cardoso, Carla. **A incidência da normose internacional no Twitter**. In: Simpósio Nacional ABCiber, IV – Rio de Janeiro, 2010.

**Case Facebook** – disponível em <<http://www.socialmediaexaminer.com/top-10-facebook-pages/>>. Acesso em 12 de setembro de 2011.

**Case Twitter** – disponível em <<http://www.squaremartinimedia.com/twitter-business-case-study-coffee-groundz/>>. Acesso em 12 de setembro de 2011.

**Case Youtube** – disponível em <<http://www.midiassociais.net/2010/09/old-spice-e-a-campanha-que-revolucionou-as-midias-sociais/>>. Acesso em 12 de setembro de 2011.

Figueiredo, C. **Publicidade e Entretenimento: como a publicidade entretenimento se configura como estratégia comunicativa que resgata a retórica aristotélica**. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP), São Paulo, 2008.

Gabriel, Martha. **Estratégia de Marketing Digital**. Aula proferida na ESPM - São Paulo, 20 de jul. 2010.

Lima, M. S. et al., **Web 2.0 - Aligning Organizational Strategy**. XXI SBIE - Simpósio Brasileiro de Informática na Educação, 2010 - Paraíba, 2010.

Exame. **Número de internautas brasileiros** – disponível em [http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/acesso-a-web-no-brasil-cresce-no-2o-tri-atinge-78-mi-de-usuarios?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/acesso-a-web-no-brasil-cresce-no-2o-tri-atinge-78-mi-de-usuarios?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter). Acesso em 12 de setembro de 2011.

Recuero, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, 2010.

Reedy, Joel; Shullo, Shauna. **Marketing Eletrônico: Integrando recursos eletrônicos no processo de marketing**. 2. Ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

Sant'anna, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7. Ed. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

Santos, Fernando; DORDOR, Xavier. **Mídia/ Mídia Alternativa**. São Paulo: Nobel, 2007.

Wright, Jeremy. **Blog Marketing**. São Paulo – M.Books Brasil Ltda. 2008.

## AS CAMPANHAS DE CERVEJAS E A FILOSOFIA EPICURISTA: UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS PRECEITOS DE FELICIDADE EXPRESSOS NAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE CERVEJAS

W. Lira<sup>1</sup>; E. M. Arruda<sup>2</sup> e A. W. A. P. Salgado<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal do Amazonas - Campus Manaus - Centro  
lira@ifam.edu.br – everton@ifam.edu.br - decosalgado@ifam.edu.br

### RESUMO

Neste artigo, analisamos a relação entre a filosofia epicurista e o consumo de cerveja - através da mensagem publicitária nas campanhas de cerveja veiculadas na mídia - mostrando como o discurso publicitário se apropria do discurso filosófico para sua validação na sociedade como legitimadora do mecanismo de busca da felicidade.

**Palavras-chave:** Filosofia – Epicuro – Felicidade – Cerveja – Publicidade – Ciência

## 1. INTRODUÇÃO

O pensamento filosófico está presente em nosso cotidiano sem que, na maioria dos casos, percebamos sua existência. Não invalidando em nada a sua função norteadora para nossa sociedade. Na publicidade não é diferente. A apropriação de um discurso filosófico, na prática, acaba agregando valor ao discurso publicitário que, fundamenta comportamentos e práticas coletivas que são apoiadas por imagens midiáticas que representam a busca da felicidade através da satisfação de alguns prazeres.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Através da interpretação do pensamento de Filósofos antigos como Epicuro (2002) e Sêneca (2010) ou contemporâneos como De Botton (2001) entre outros, analisamos sob a ótica da publicidade o uso de preceitos sobre a busca epicurista da felicidade presente nas campanhas publicitárias de cerveja.

## 3. MATERIAIS E MÉTODOS

O material para o desenvolvimento do trabalho será obtido pela análise de peças gráficas (revistas, outdoors, cartazes) e eletrônicas (vts, youtube, internet) de campanhas nacionais e internacionais sobre cervejas embasadas por pertinente pesquisa bibliográfica para dar sustentação teórica e metodológica.

## 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Podemos antever que a grande maioria das campanhas publicitárias de cervejas no Brasil e no mundo se caracteriza pelo uso de imagens e discursos voltados para o coletivo e o convívio prazeroso entre seus participantes. Assim sendo, é possível criar tipologias para a relação entre a filosofia epicurista, as imagens e o discurso. Como exemplo, poderemos verificar o uso da imagem feminina, momentos de lazer e recreação, comemorações em ambientes abertos ou fechados, diurno ou noturno. Para a publicidade é de grande importância o entendimento das relações anteriormente citadas, público alvo e o produto.

Em seu livro *Criatividade e Grupos Criativos*, Domenico de Masi (2003) simplifica e reduz todas as histórias em duas, ambas infinitas: aquela que segue o itinerário retilíneo peremptório, previsível e planejado e aquela que segue um itinerário curvilíneo, livre, caprichoso e imprevisível. Acreditamos que falaremos um pouco do segundo caminho.

O estabelecimento de uma situação mais confortável no que tange ao consumo e produção de comidas e bebidas nos revela como a agricultura só pode se desenvolver a partir da necessidade do consumo da cerveja, pois não se poderia contar somente com a coleta dos grãos diretamente da natureza. Foi preciso criar a agricultura, a escrita para contabilidade dos estoques e, conseqüentemente, a civilização e todos os seus desdobramentos, que, no caso, nos interessam apontar a filosofia e a ciência. No livro *História do Mundo em Seis Copos*, Tom Standage (2005) nos mostra como a cerveja foi decisiva para o desenvolvimento da agricultura e da escrita – ajudando, assim, o homem a sair da Pré-história.

A Filosofia no Ocidente, assim como podemos chamá-la, frutificou numa pequena região da Europa que costumamos conhecer como Grécia. A primeira impressão é de que aquele pedaço de terra não teria condições de produzir o que produziu para a humanidade inteira em tão curto espaço de tempo. Na realidade, nada impediria que fosse em outro local e em outras condições, se não fosse a situação única em que tudo aconteceu. Os povos anteriores aos gregos antigos também possuíam, notadamente, particulares percepções sobre a vida, sentido de existência, morte, conceitos éticos e morais.

Os povos mesopotâmicos, por exemplo, estavam claramente preocupados com todos os aspectos da condição humana e suas vicissitudes. Não passavam despercebidos, por eles, os problemas que afetam a alma humana, as dores da alma e da carne – podemos falar também dos prazeres, é claro! Nada disso escapava, também, ao pensamento de um egípcio antigo. Esses povos viviam em estreita relação com os ditames e desígnios da natureza, marcadamente pelo regime de cheias e vazantes de seus poderosos rios, fator que caracterizava bem as relações dessas sociedades com o seu ambiente, em íntimo convívio com os ciclos naturais como condicionantes para a sua sobrevivência neste meio. E para que todas as coisas ficassem em ordem diante do aparente caos primordial, a resposta para gerar harmonia (entre ambas as partes) repousava nas ligações com o desconhecido e o poderoso mundo das divindades, deuses e todos os aspectos do não explicável. Assim, a religião foi, aparentemente, desde os primórdios, a única e possível explicação para toda sorte de situações que por ventura acontecessem aos homens durante a sua curta passagem, chamada de existência, pela terra.

Isso tudo aconteceu também durante o período grego, não tão diferente dos outros povos. Mas, a partir do instante em que o homem começou a procurar respostas além das fronteiras da religião e do sobrenatural, tudo mudou. Agora seus questionamentos se originavam nas impressões que eram obtidas através da observação racional do mundo, ou seja, as explicações sobre o mundo natural não precisavam, (des) necessariamente, passar pelo obscuro e insondável mundo dos deuses e dos seus complexos caprichos e desejos. A mente humana continuava produzindo seus questionamentos, porém, as respostas, dessa vez, estavam no mesmo local de onde se originaram: a própria mente. As explicações para as coisas mais banais e até as mais complexas podiam se fundamentar em um laborioso processo de investigação através de um raciocínio lógico. É fácil perceber, então, que a grande contribuição do povo grego para a humanidade reside na peculiaridade desse povo de não mais se contentar com as explicações do mundo através do viés da religião e da magia. A partir de então, podemos verificar que o homem não é mais um tipo de marionete nas mãos dos deuses, e sim o protagonista de sua própria história.

Ao que tudo indica, o pensamento científico começou a florescer nesse ambiente de plena curiosidade sobre o mundo interno e suas relações com o externo. Sendo assim, é necessário entender o surgimento da Filosofia para se entender o da Ciência, pois partem do mesmo princípio: o pensamento racional. E este poderá dar, de fato, respostas para as questões mais básicas e as mais complexas sobre a condição humana, sua natureza e o mundo natural.

Mas qual seria a principal busca que a Filosofia e a Ciência empreenderam e empreendem para a humanidade? Não podemos afirmar que existe uma, mas várias perguntas que são resultantes da busca de uma percepção, de um sentimento ou uma manifestação quase que divina: a felicidade. A grande preocupação que move toda sorte de atividades e pensamentos do homem parece que, de alguma forma, estão sempre ligados ao fato de se buscar uma maneira de aplacar o sofrimento para alcançar, assim, a tão desejada felicidade, vendo esta como o oposto de sofrimento. Sabemos, no entanto, que não é somente, e nem exatamente um espaço, uma forma, posse de dinheiro ou fama que nos levará até ela. Sendo assim, não é um objeto de estudo da ciência que se presta a mensuração, quantificação; está mais para um estudo da consciência que se prende a determinadas

particularidades das experiências humanas que, quase sempre, possuem características individuais enquanto experimento. Mas o que seria então essa tal felicidade?

A filosofia grega possui uma constelação de grandes pensadores, Sócrates, Platão, Aristóteles, entre tantos outros, mas nenhum desses conseguiu retratar a importância do prazer para se alcançar a tão almejada felicidade como o filósofo Epicuro, que nasceu em 341 a.C na ilha de Samos.

Alain de Botton, em seu livro *As Consolações da Filosofia* comenta Epicuro na frase: "O prazer é o princípio e o fim da vida feliz". O autor ainda sublinha que poucos filósofos foram tão francos em admitir o interesse irrestrito em um estilo de vida voltado para o prazer.

As lições do mestre foram aprendidas e divulgadas de forma nem sempre tão correta: quase sempre a filosofia epicurista está associada aos excessos. O que nem de longe retrata a verdade do pensamento e comportamento do filósofo, basta observarmos o que pregava seu mais destacado discípulo, o filósofo Sêneca que dizia: Quando me dedico aos amigos (...) me detenho nos melhores. Aqueles em qualquer lugar, em qualquer século que tenham existido, dirijo o meu espírito. O que ficou evidente nos seus ensinamentos é que a vida deve ser vivida em grupo, repleto de amigos para que se possa desfrutar realmente de tudo que ela tem de bom a oferecer.

Essa idéia está impregnada no imaginário das pessoas, sendo estrategicamente retratado nas campanhas publicitárias de cerveja no Brasil e no mundo. De forma geral tudo gira em torno de uma reunião de pessoas que tem em comum a vontade de comemorar alguma coisa: a vitória do time de futebol; os encontros de um final de turno do trabalho, geralmente enfadonho; a atividade lúdica; um encontro na praia, já que em nosso país o clima tropical favorece o consumo de bebidas geladas, principalmente no verão.

E concernentes às campanhas de cervejas, poderemos verificar que a grande maioria das campanhas publicitárias se apóia em aspectos filosóficos de caráter epicurista para criar uma certa segurança nos seus discursos. Assim, as campanhas de cervejas, quase sempre, apelam para situações de convívio prazeroso entre pessoas que estão dividindo momentos felizes e cheios de ludicidade em locais paradisíacos; com destaque também a prazer no convívio com o outro e à possibilidade de prazeres mais sensuais, pois a maioria das situações apresentadas ao grande público está, também, associada às possibilidades de relações de caráter claramente sexual. Ao prestarmos maior atenção ao que é mostrado nos meios de comunicação, nas palavras de Baudrillard (1991), (...) hoje a publicidade tornou-se a sua própria mercadoria. Confunde-se consigo própria (e o erotismo com que ridiculamente se veste não é mais o indicador auto-erótico de um sistema que não faz senão designar-se a si próprio, donde o absurdo de ver nele uma alienação do corpo da mulher. Mesmo sendo a bebida alcoólica, sabidamente por todos e já comprovado cientificamente, também geradora de malefícios quando ingerida em demasia, para a sociedade de consumo parece não se sentir tão tocada com a situação. Isso não tem relação com as campanhas publicitárias em si, mas, sim com uma certa permissividade das sociedades para o consumo exagerado de bebidas alcoólicas, fato que remonta ao passado dos grupos humanos ao longo de toda sua história. Se assim não fosse, não existiriam deuses que representassem o gosto e o prazer pela bebida, mais precisamente as fermentadas, e, dentre essas, destacando-se o vinho, cujo deus é Baco, e a cerveja, que não está imediatamente associada a um deus ou deusa, mas era parte fundamental da alimentação e dos festejos e rituais das sociedades passadas e das não tão distantes assim. Segundo o artigo publicado na revista *Ciência Hoje* (2011), a cerveja difere do vinho pelo substrato contido na matéria prima: amido e não sacarose, e que finaliza revelando o impressionante número de "mais de 25 mil cervejas diferentes no mundo, não incluindo as artesanais!" Um número impressionante para um hábito que, a priori, não tem relação com a saúde de forma tão imediata.

Cada vez fica mais claro que as relações de consumo das cervejas estão muito ligadas aos aspectos do imaginário, do imagético e do coletivo, ou seja, quanto mais a bebida estiver relacionada em nosso imaginário aos prazerosos momentos vividos em grupos, mais verificamos que as campanhas publicitárias estão embasadas nos princípios filosóficos de Epicuro.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entender que as campanhas de cervejas, para se fazerem pertinentes nesse mesmo imaginário coletivo, em uma sociedade voltada para o consumo das imagens publicitárias e toda a sorte de manifestações midiáticas, constroem discursos que remetem aos primórdios de nossas experiências coletivas é de suma importância para o estudo da relação entre teoria e prática na publicidade. Com este auxílio, é claro, a cerveja que, por suas características tão peculiares, acabou se transformando em um ícone e uma forma de, nem que seja por breves momentos, alcançar a tal felicidade desfrutando boas coisas da vida e com os amigos é, explicitamente, um discurso epicurista e publicitário.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulações. Lisboa, Relógio D`água, 1991.

Ciência Hoje número 279, volume 47, março de 2011, de autoria da de Anita D. Panek do Departamento de Bioquímica, Instituto de Química, Universidade Federal do Rio de Janeiro

DE BOTTON, Alain. As consolações da filosofia. Rio de Janeiro: Rocco, RJ 2001.

DE MASI, Domenico. Criatividade e grupos criativos. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

EPIRUCO. Carta sobre a felicidade: (a Meneceu). Tradução e apresentação de Avaro Lorencini e Enzo Del Carratore. São Paulo, UNESP, 2002.

SÊNECA, Lúcio Anneo. Aprendendo a viver. Tradução de Lúcia Sã Rabelo, Porto alegre, RS, L e PM Pocket, 2010.

STANDAGE, Tom. História do Mundo em Seis Copos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.



## COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTEGRADA EM UMA FACULDADE PRIVADA DE BOA VISTA

V. G. Albuquerque<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Roraima – IFRR - Reitoria  
virginia@ifrr.edu.br

### RESUMO

O presente trabalho objetiva realizar um diagnóstico do processo de comunicação de uma Faculdade Privada de Boa Vista enfatizando a importância da comunicação integrada para a otimização dos serviços oferecidos pela instituição. O objetivo fundamenta-se na necessidade de reflexão dos gestores da organização para a questão da inadequação da comunicação quando desenvolvida de forma fragmentada, acarretando a centralização dos serviços, a desvalorização dos diversos públicos, o uso inadequado ou o não uso das ferramentas comunicacionais, o desperdício de tempo, a perda da credibilidade e espaço no mercado e a propagação de uma imagem negativa e, por vezes, distorcida. Como metodologia realizamos uma pesquisa do tipo exploratória, bibliográfica, descritiva e levantamento através da observação não participante, diretiva extensiva por meio da aplicação de questionários. Como resultado identificou-se um nível de insatisfação considerável por parte do público-alvo no que tange ao processo de comunicação desenvolvido pela instituição, o que requer mudanças urgentes.

**Palavras-chave:** Comunicação organizacional. Comunicação empresarial. Comunicação integrada. Planejamento em comunicação.

## 1. INTRODUÇÃO

O mundo empresarial já não é mais o mesmo. O universo corporativo vem passando por profundas transformações e esse processo continuará nos próximos anos, com conseqüências ainda imprevisíveis, tais a velocidade e a natureza das mudanças.

Novos conceitos, formas de gestão e tecnologias impõem novas configurações às empresas, alteram a estrutura dos mercados, o comportamento dos consumidores e as alterações entre capital e trabalho, causando impacto à vida social, aos valores, à política e à cultura. Não bastasse tudo isso, tem-se agora a internet que passou a influenciar substancialmente o processo de gestão do conhecimento e conseqüentemente, dos negócios.

Diante dessa realidade, a comunicação organizacional ganhou novos ares e tornou-se elemento essencial para estabelecer o diálogo entre as empresas e instituições e seus diversos públicos, não de forma fragmentada como ocorria no passado, mas em uma perspectiva integrada. A comunicação integrada, já bastante discutida no meio acadêmico, ainda é um tanto quanto insipiente no dia a dia das organizações, que ainda não conseguiram trabalhar de fato, a comunicação institucional aliada à comunicação mercadológica.

Nesse sentido, este trabalho tem como propósito identificar quais são os benefícios para uma organização ao desenvolver a comunicação baseada na perspectiva da comunicação integrada.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Comunicação Organizacional

#### 2.1.1 Panorama histórico

Na década de 70 as empresas e associações já se comunicavam e mesmo que de forma fragmentada, editavam seus *house-organs*. No entanto, atividades como edição de publicações, assessoria de imprensa, organização de eventos, publicidade e o marketing eram realizadas, na maioria das vezes, por profissionais sem qualquer vinculação com a área, o que resultava numa comunicação difusa e muitas vezes contraditória. Tal situação era um reflexo da falta de profissionais habilitados, uma vez que, os primeiros cursos de comunicação só foram implantados no final da década de 60.

Deve-se também analisar, sobretudo, o contexto social no qual as empresas estavam inseridas. De acordo com Bueno (2003, p. 04):

Vivia-se em pleno regime de exceção e a postura empresarial se afinava, muitas vezes, com a truculência dos militares. Era um tempo em que as greves por salários ou melhores condições de trabalho eram resolvidas pelas milícias estaduais e não por negociação e diálogo. Enfim, não havia espaço para o diálogo e a participação. Vigorava o lema: manda quem pode, obedece quem tem juízo.

Acerca desse período histórico temos as palavras de Rego (2004, p. 05):

Deve-se lembrar ainda que, na década de 70, a clivagem ideológica regia-se por padrões antigos: ainda se pregava a luta de classes, dentro da lógica do jogo de soma zero, no qual a vitória de um deveria representar a morte do outro. Parceria, integração e trabalho comum eram verbetes sem direito a ingressar nas páginas da negociação coletiva.

A comunicação empresarial em seu sentido amplo como é concebida nos dias atuais têm menos de 25 anos. Foi somente nos anos 80 que a mesma ganhou *status* nas organizações se profissionalizando

com a chegada dos egressos das faculdades de comunicação e, principalmente, com a vigência do regime democrático, que fez com que as organizações assumissem uma nova postura frente ao novo contexto social e político.

Para Bueno (2003) a comunicação empresarial evoluiu substancialmente ao longo das três últimas décadas, deixando para trás os tempos em que era maltratada pelos burocratas, os quais a julgavam descartável e desnecessária e hoje representa elemento estratégico para o processo de tomada de decisões.

Nos dias atuais, a comunicação empresarial se prepara para ascender a um novo patamar, tornando-se um elemento importante do processo de inteligência empresarial. Ela se estrutura para usufruir das potencialidades das novas tecnologias, respaldar-se em bancos de dados inteligentes, explorar a emergência das novas mídias e, sobretudo, maximizar a interface entre as empresas, ou entidades e a sociedade [...] (BUENO, 2003, p.08)

Na opinião de Rego (2004) existem outros fatores que contribuíram para o desenvolvimento da comunicação organizacional no Brasil:

O surto industrial e o crescente ingresso de multinacionais no país contribuíam para sofisticar e ampliar os modelos de expressão e suas estratégias persuasivas, ensejando a estruturação, em áreas, dos programas de comunicação, ao mesmo tempo em que se iniciava o ciclo do fortalecimento conceitual e do adensamento e divisão de verbas. Como resultado desse impulso inicial, o país apresenta hoje alguns dos mais aperfeiçoados sistemas de comunicação organizacional do mundo globalizado. (REGO, 2004, p.02).

Ainda de acordo com Bueno (2003), essa área evoluiu para um processo integrado de relacionamento com os públicos de interesse, o que faz com que uma empresa ou entidade moderna não prescindia dessa articulação. Sendo essa comunicação integrada a articulação estreita entre os vários departamentos/áreas e profissionais que exerçam atividades de comunicação nas empresas.

Os autores nos fazem perceber quão difícil foi o processo de desenvolvimento da comunicação dentro das empresas dada a falta de compromisso dos responsáveis pelas organizações com o principal elemento do mercado – o público consumidor. No entanto, graças à abertura do país às multinacionais, a ascensão da indústria, o emprego das novas tecnologias, a qualificação dos profissionais da área de comunicação, o surgimento contínuo de novas empresas, bem como a conscientização do consumidor atento à qualidade dos produtos e serviços que lhes são oferecidos, temos hoje a necessidade de se valorizar, cada vez mais, a comunicação dentro das organizações.

### 2.1.2 A comunicação organizacional nos dias atuais

Diversos fatores econômicos, políticos e sociais influenciaram decisivamente a modernização da comunicação empresarial: a globalização, o fluxo internacional de capital, os monopólios, a constituição dos blocos regionais, o terrorismo internacional, as novas tecnologias, a questão da responsabilidade social, bem como a emergência do capital intelectual, são fatores que influem no ambiente interno das organizações. Com relação a isso Bueno (2003, p. 20-21) nos diz que:

[...] As empresas precisam estar preparadas para esta nova realidade, já que, independentemente de sua atuação ou vontade, ela está posta, tende à consolidação e promete ser cada vez mais avassaladora. [...] Este ambiente, em contínua agitação, redimensiona o perfil das empresas e as torna estratificadas, mais flexíveis, convidando-as, permanentemente, a esticar os olhos para ver o que está à frente.

Tais mudanças devem ser vistas e analisadas para uma maior compreensão dessa nova realidade da comunicação empresarial, uma vez que é nesse ambiente de constantes mudanças e de complexidade que as organizações vêm lutando para se manter no mercado cumprindo sua missão e função social, cabendo à comunicação um papel relevante nesse contexto.

A comunicação organizacional deve pautar-se por políticas que valorizam o diálogo com os diversos públicos da instituição, disponibilizando o acesso às informações institucionais referentes a assuntos que afetem seus interesses, isto significa que se deve planejar pensar e administrar a comunicação organizacional com os públicos e a opinião pública.

Com o advento da tecnologia, a globalização, o aumento da concorrência no mercado e a alteração ocorrida no perfil do consumidor, demonstrando estar cada vez mais exigente e consciente de seus direitos, é que a comunicação empresarial vem sendo utilizada por diversas organizações como ferramenta de crescimento e também de solidificação da imagem corporativa.

De acordo com Kunsch (2006, p. 35):

O avanço tecnológico por que passam tecnologias, rádio, imprensa, televisão, computadores, fac-símiles, internet e transmissões via satélite impele a sociedade a um novo comportamento e, conseqüentemente, a um novo processo comunicativo com inúmeras implicações técnicas, éticas e morais.

Para Rego (1986) várias são as condições que influem sobre os rumos das organizações. Dentre elas temos as condições macro-ambientais que cercam as empresas modernas o que faz com que surjam novas necessidades para o processo comunicacional.

O autor destaca o crescimento da interdependência dos sistemas político, social, econômico, tecnológico; os conflitos sociais em decorrência, principalmente, da crise econômica; o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão comum o que acarreta uma maior participação social através da organização dos chamados “grupos de pressão”; a substituição do conceito de crescimento econômico (que visa exclusivamente o lucro) pelo de desenvolvimento que envolve a humanização das relações empresariais; a efetiva implementação da responsabilidade social; a forte influência da tecnologia sobre as relações sociais; as conquistas trabalhistas nas empresas; a evolução no perfil do empresariado; o alto índice técnico dos dirigentes das empresas; bem como a flexibilização dos modelos tradicionais de gestão.

Cesca (2006) também destaca alguns fatores decisivos para as transformações por que passam as organizações. Como primeiro fator tem-se a *terceirização* que incentiva o surgimento de micros e médias empresas e o trabalho autônomo. Outro fator é o emprego cada vez mais crescente da *cultura empresarial japonesa* que dá mais ênfase ao item controle de qualidade. As *transformações da cultura organizacional* são outro ponto relevante. A *preocupação com o meio ambiente* tem hoje discussão globalizada e vigilância por parte dos ambientalistas. O *público consumidor* que agora está respaldado por um código de defesa e está muito mais consciente de seus direitos e deveres.

A *competição no mundo globalizado* fez com que as organizações primassem pela qualidade como uma questão de sobrevivência no mercado. As *novas tecnologias* reduziram o tempo, os recursos humanos, os papéis, o espaço físico e levaram todos à reciclagem. A *emancipação feminina* também é um fator que contribui para as mudanças nas organizações. Por último, tem-se a questão da *responsabilidade social*. Ações de mero cunho filantrópico, desrespeito ao meio ambiente, venda de produtos sem qualidade, política de recursos humanos conflituosa são fatores que, certamente, influenciarão negativamente no conceito da organização.

## 2.2 Comunicação Organizacional Integrada

Antes de iniciarmos qualquer discussão, precisamos definir o que vem a ser a comunicação integrada. Segundo Kunsch (2003, p. 150):

Entendemos por comunicação integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação administrativa, da mercadológica, da interna, que formam o *mix*, o composto da comunicação organizacional.

Para melhor compreender a idéia de Kunsch, baseados no *Composto da Comunicação Integrada*, conceituaremos as modalidades de comunicação que o compõem:

A *comunicação administrativa* é aquela que se processa dentro das organizações, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes (KUNSCH, 2003).

Para Rego (2004, p. 45):

A comunicação administrativa abrange todos os conteúdos relativos ao cotidiano da administração, atendendo às áreas centrais de planejamento e às estruturas técnico-normativas, com a finalidade de orientar, atualizar, ordenar e reordenar o fluxo das atividades funcionais.

Kunsch (2003) entende que a *comunicação interna* é um setor planejado com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica. Portanto, a comunicação interna ocorre paralelamente com a circulação normal da comunicação que perpassa todos os setores da organização permitindo seu pleno funcionamento.

De acordo com Rego (2004, p. 54):

A missão básica da comunicação interna é contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo, propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos.

Por *comunicação mercadológica* Kunsch (2003) entende ser esta a responsável por toda a produção comunicativa em torno dos objetivos mercadológicos, tendo em vista a divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa. A mesma se encarrega, portanto, de todas as manifestações simbólicas de um *mix* integrado de instrumentos de comunicação persuasiva para conquistar o consumidor e os públicos de interesse estabelecidos pela área de marketing.

Por fim a *comunicação institucional* seria a responsável direta, por meio das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativa forte e positiva de uma organização.

No composto da comunicação integrada pode-se visualizar também, os instrumentos da comunicação institucional. Temos primeiramente o profissional de *relações públicas* que tem a função de administrar estrategicamente a comunicação das organizações com seus públicos, atuando não de forma isolada, mas em perfeita harmonia com todas as modalidades comunicacionais.

O *jornalismo empresarial*, uma subárea significativa e pioneira da comunicação organizacional, forma, com relações públicas e propaganda, o tripé clássico que organiza os fluxos de irradiação das informações sobre as organizações.

A *assessoria de imprensa* pode ser considerada uma das principais fontes de atuação no mercado da comunicação organizacional. É uma das ferramentas essenciais nas mediações das organizações com o grande público, a opinião pública e a sociedade, via mídia impressa, eletrônica e internet.

A *editoração eletrônica* é o tratamento técnico-profissional dado aos produtos comunicacionais, sejam impressos, eletrônicos ou digitais. É uma especialidade que transita e interage nas várias esferas do campo das comunicações, contando com amplas perspectivas de crescimento também no âmbito da comunicação organizacional integrada, em face dos avanços tecnológicos.

A *imagem corporativa* é o conceito existente na mente do público, no seu imaginário sobre determinada entidade.

A *identidade corporativa* reflete e projeta a real personalidade da organização. É a manifestação tangível, o auto-retrato da organização ou a soma total de seus atributos, sua comunicação, suas expressões.

A *propaganda institucional* visa divulgar as realizações das organizações, transmitir sua personalidade e fixar conceitos construtivos do seu fazer e ser.

O termo *marketing social* vincula-se às questões sociais. Vale-se dos conceitos de marketing propriamente dito para trabalhar com o produto social. Este pode ser a adoção de uma idéia ou causa de saúde pública, proteção ao meio ambiente, educação e etc, que tem como alvo a sociedade em vez do mercado, e como interesse, não o particular, mas o público.

O termo *marketing cultural* está relacionado com a produção e patrocínio da cultura. É uma estratégia de comunicação institucional que visa promover, defender, valorizar a cultura e os bens simbólicos de uma sociedade, que se materializam na produção de obras de literatura, artes e ciências.

A cerca da importância da comunicação integrada Kunsch (2003, p. 180) ressalta ainda que:

A importância da comunicação organizacional integrada reside principalmente no fato de ela permitir que se estabeleça uma política global, em função de uma carência maior entre os diversos programas comunicacionais, de uma linguagem comum de todos os setores e de um comportamento organizacional homogêneo, além de se evitarem sobreposições de tarefas. [...] A comunicação organizacional integrada deve expressar uma visão de mundo e transmitir valores intrínsecos, não se limitando à divulgação dos produtos da organização. Deve contribuir por meio de uma sinergia da comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa, para a construção de uma identidade corporativa forte e sintonizada com as novas exigências e necessidades da sociedade contemporânea.

Para que haja de fato uma comunicação integrada dentro das organizações, Bueno (2003, p. 09) nos diz que:

É necessário que o mix global de comunicação em uma empresa ou entidade seja definido com base em uma política comum, com valores, princípios e diretrizes que se mantenham íntegros e consensuais para as diversas formas de relacionamento com os seus públicos de interesse. Ainda que no âmbito operacional haja uma descentralização tendo em vista a execução das atividades específicas de comunicação – relações públicas, assessoria de imprensa, comunicação interna, propaganda/publicidade, marketing, etc – o planejamento deve ser centralizado.

O perfil dos profissionais que atuarão na comunicação integrada também tem de evoluir. Para Bueno (2003) o profissional agora se transformou num gestor de informações, com o domínio de várias línguas e discursos, além de conteúdos que se situam em outras esferas, como a administração, a sociologia, a antropologia e a tecnologia.

[...] Ao comunicador empresarial, exige-se o conhecimento do mercado em que a organização atua, do perfil dos públicos com que ela se relaciona e dos canais utilizados para promover esse relacionamento. Mais ainda: o comunicador empresarial não pode se reduzir a um mero executor de tarefas – redator de *house-organs*, organizador de eventos, criador de logos e *banners* – mas, tem que estar em sintonia com os novos processos de gestão, com as novas tecnologias, sendo capaz de mobilizar pessoas e se integrar a equipes para a realização de um objetivo comum. (BUENO, 2003, p. 12)

Agora possuem funções mais dinâmicas. Dentre outras atividades deverão implementar programas de mediação entre interesses sociais, políticos e econômicos, capazes de influenciar o crescimento e sobrevivência da organização; precisarão acompanhar as concepções dos formadores de opinião, ou seja, a imprensa, os parlamentares, os membros do Governo, consumidores e cidadãos e deverão coordenar de forma estratégica todas as mensagens que refletem a organização, atividades de gerenciamento da identidade e imagem corporativa, de produção de mensagens institucionais e de relações com os meios de comunicação.

### 2.3 Planejamento em Comunicação

Por planejamento organizacional entende-se aquele planejamento corporativo que integra e envolve todo o conjunto de unidades interdependentes da organização, facilitando e unificando as suas tomadas de decisões, (KUNSCH, 2003).

Nas palavras da autora, essencialmente o planejamento é uma das funções administrativas, das mais importantes, que permite estabelecer um curso de ações para atingir objetivos predeterminados, tendo em vista, sobretudo, a futuridade das decisões presentes, a fim de inferir na realidade para transformá-la.

De acordo com Garcia (2004) os imprevistos na área de comunicação empresarial são inevitáveis, por mais que se façam planos e estratégias de ações. No entanto, sem um planejamento, certamente o número de imprevistos seria bem maior e suas conseqüências nefastas, infinitamente superiores. No caso de uma crise empresarial o ato de comunicar-se torna ainda mais complexa a situação, que poderá ser facilmente contornada caso haja um plano e/ou planejamento previamente traçado.

O planejamento de comunicação de uma organização não pode ser algo isolado, fora do conjunto das diretrizes e ações delineadas pelos outros setores, deve corroborar a missão, os valores, os objetivos, as metas e as políticas organizacionais traçadas. E são justamente, as dimensões políticas do planejamento que devem sempre ser levadas em consideração, uma vez que, nelas estão contidas as relações de poder existentes nas organizações e que, fatalmente, condicionam todo o processo.

Portanto, para que se faça um bom planejamento faz-se necessário conhecer profundamente, tanto o público interno, como o externo, seus anseios e frustrações, seus ideais, seus interesses, visão de futuro e seu passado, pois tudo isso será importante para a definição do programa de comunicação. Deve-se entender que não há mais espaço para o planejamento tradicional no qual as coisas são vistas de maneira fragmentada estabelecendo-se padrões típicos de modelos de gestão ultrapassados.

Na opinião de Rego (1986, p. 111):

O planejamento das estratégias, programas e projetos de comunicação empresarial requer uma minuciosa leitura do meio ambiente. Incorrem em grave erro os comunicadores e profissionais que planejam suas atividades sem atentarem para as oportunidades, riscos, ameaças e tendências do macro-ambiente.

Veja agora quais as principais etapas a serem seguidas para a elaboração de um planejamento em comunicação de acordo com Kunsch (2006):

↳ Identificação da organização - Situação no mercado, ramo de atividade, *stakeholders*, produtos, serviços, cultura organizacional e necessidades de comunicação.

↳ Compromisso e comprometimento da alta administração - Sensibilização da alta administração da empresa ou organização para conseguir seu compromisso com a comunicação, para que os mesmos reconheçam-na como fator estratégico na divulgação da missão e valores organizacionais e como um setor integrado nos processos internos de gestão.

↳ Pesquisas, auditorias, identificação dos públicos e análise estratégica - Realização de pesquisas institucionais e auditorias de imagem e opinião para conhecer a situação da organização avaliando o nível de satisfação dos públicos de interesse.

↳ Elaboração do *briefing* - Identificar os problemas existentes, as situações indesejáveis na relação com os diversos públicos e os pontos positivos e negativos da comunicação vigente, descrevendo e analisando a viabilidade das possíveis alternativas para a solução dos problemas que foram identificados.

↳ Definição da missão, visão e valores da comunicação - Para que tais elementos sejam definidos precisamos responder as seguintes questões: como a comunicação poderá ajudar a organização a desempenhar seu papel? - os programas de comunicação irão colaborar para a satisfação dos públicos por meio da qualidade e dos produtos e serviços oferecidos? – como projetaremos a área de comunicação com vistas ao futuro?

↳ Estabelecimento de filosofias e políticas – As filosofias são o conjunto de crenças, valores e maneiras de pensar e agir da organização. As políticas são as idéias e orientações que servirão de base para as decisões.

↳ Determinação de objetivos e metas – Significa determinar quais os resultados devem ser alcançados.

↳ Estratégias gerais – definição de ações para tornar a comunicação organizacional mais eficiente, eficaz e efetiva possível, ou seja, excelente.

↳ Identificação de produtos e programas específicos de comunicação - Inserir no plano todos os possíveis projetos e programas específicos que deverão ser desenvolvidos para atender às necessidades detectadas no diagnóstico.

↳ Montagem do orçamento geral – Plano que consiste numa previsão detalhada de todos os custos diretos e indiretos envolvidos na realização do projeto.

↳ Divulgação do plano – Nessa fase deve-se tornar público o projeto global de comunicação para o público interno, envolvendo-os em todo o processo de implementação.

↳ Implantação – Implementar o plano global de comunicação, execução propriamente dita.



↳ Controle e monitoramento das ações – Permitem a medição e o julgamento das ações em face dos objetivos e metas estipuladas através de: organogramas, *check-list*, fluxogramas, quadros e etc.

↳ Avaliação dos resultados – Faz parte de todo o processo de planejamento, pois permite uma visão crítica do que está sendo planejado, do que foi realizado e dos resultados obtidos. No processo de avaliação deve-se: definir parâmetros, eleger indicadores de desempenho, analisar quais os resultados alcançados e se as estratégias foram corretas, listar pontos positivos e negativos dos programas implementados, avaliar se a comunicação ocorreu de forma simétrica entre a organização e seus públicos e avaliar o *feedback*.

Sabe-se que toda e qualquer atividade a ser realizada, que vise a um fim determinado requer um planejamento. Com a comunicação organizacional não poderia ser diferente, uma vez que a mesma envolve a relação de cooperação dos diversos setores da empresa. O que deve ser ressaltado, sobretudo, é o compromisso dos gestores da empresa na qual será implantado o plano, a definição da missão e valores da comunicação, o constante monitoramento das ações desenvolvidas, bem como a avaliação dos resultados alcançados com o referido plano. São estes os fatores que contribuem decisivamente para o sucesso da comunicação organizacional.

### 3. METODOLOGIA

No presente trabalho realizou-se pesquisa do tipo exploratória, bibliográfica e descritiva. Para Gil (2006) a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiarização com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. De acordo com Markoni e Lakatos (2006) as pesquisas exploratórias são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

Por pesquisa bibliográfica Gil (2006) entende ser aquela que é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Markoni e Lakatos (2006) dizem que a finalidade da pesquisa bibliográfica é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma quer publicadas, quer gravadas.

A pesquisa descritiva de acordo com Gil (2006) tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Markoni e Lakatos (2006) definem a pesquisa descritiva como a investigação de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas, ou o isolamento de variáveis principais ou chave, na qual podem ser utilizadas várias técnicas como entrevistas, questionários, formulários e etc e empregam procedimentos de amostragem.

Para a realização desta pesquisa elegeu-se uma Faculdade de Boa Vista que está há 6 anos no mercado, dispendo de 15 cursos de graduação, 10 de pós-graduação, 250 funcionários e cerca de 5.000 acadêmicos. Deste universo, selecionou-se uma amostra de 35 alunos distribuídos nos cursos de Psicologia, Administração, Marketing, Fisioterapia e Odontologia, bem como o responsável pela comunicação da instituição. Entrevistaram-se alunos dos períodos iniciais, pois subentende-se, serem estes acadêmicos que dependem bem mais de uma política de comunicação efetiva para que não se sintam desassistidos, uma vez que ainda não conhecem a instituição como um todo. Procurou-se, pois expor com clareza os objetivos da pesquisa e a importância da investigação, inclusive para a própria

instituição. Após a coleta dos dados, os mesmos foram tabulados e interpretados e feito a descrição dos resultados, de acordo com os propósitos do estudo.

#### 4. RESULTADOS E DICURSSÕES

Nos últimos anos o mercado de Boa Vista tornou-se bastante promissor para as instituições de ensino superior que já somam um total de 06 instituições, oferecendo mais de 30 cursos diferentes entre graduação e pós-graduação. Com apenas 02 instituições públicas de ensino superior, a população local, que nelas não consegue ingressar, opta pelas instituições privadas, o que gera uma demanda cada vez maior, dado o grande número de jovens que concluem o ensino médio a cada ano.

Atenta a esta realidade a Faculdade pesquisada vem firmando-se no mercado de Boa Vista. No entanto, tomando por base os dados da pesquisa, a instituição apresenta pontos fracos no que tange ao processo de comunicação, o que compromete a imagem da mesma.

O primeiro ponto a ser destacado é o fato de a instituição não dispor de um departamento de comunicação e tão pouco de um plano de comunicação devidamente elaborado. As atividades de comunicação são desenvolvidas pelo departamento de tecnologia da informação e os responsáveis por estas atividades são profissionais da área de informática. Das diversas ferramentas da comunicação integrada a instituição afirma utilizar: quadro de avisos, cartazes/*banners*, folder/folhetos, *press-releases*, rádio, tv, *outdoor*, todos utilizados quando a instituição tem um novo evento a divulgar e, internet e intranet no dia-dia da instituição, sendo a internet, o único canal que oferece a possibilidade de um *feedback* com a comunidade acadêmica. Apesar dos dados apresentados a instituição considera importante e necessário o desenvolvimento um plano de comunicação em uma perspectiva da comunicação integrada.

A situação da comunicação organizacional na referida Faculdade é refletida de forma negativa na opinião dos acadêmicos, público-alvo da instituição. Dos 35 alunos entrevistados, 85% dizem ser informados por quadro de avisos; 90% citaram como meio de informação cartazes/*banners*; Apenas 60% destacaram folder/folhetos e 100% a internet. Apesar de a instituição afirmar que ali o acadêmico encontra tudo o que precisa, os alunos alegaram que, apesar de utilizarem a internet como principal meio de comunicação com a faculdade, as informações ali obtidas são resumidas e limitadas aos materiais de aula e histórico das disciplinas. Quando indagados se a instituição possui uma comunicação adequada com os alunos, 60% responderam que sim, mas de forma insuficiente; 26,6% entendem que não, sendo a comunicação ineficaz e apenas 13,3% consideram a comunicação desenvolvida pela faculdade adequada. Apenas 20% dos acadêmicos afirmaram que são bem informados acerca do programas/projetos e eventos da instituição e um total de 80% diz que não são bem informados.

Por meio dos dados aqui apresentados percebe-se que a Faculdade pesquisada, mesmo tendo conquistado seu espaço no mercado local, apresenta pontos negativos no que tange à comunicação. A inexistência de uma política de comunicação definida, a realização das atividades comunicacionais de forma improvisada, o tratamento comum dado aos públicos de interesse da organização são alguns dos fatores que contribuem para a perda da qualidade dos serviços oferecidos. A instituição não tem uma visão clara do que vem a ser uma política de comunicação, tão pouco conhece os fundamentos da comunicação integrada e sua importância para as organizações contemporâneas, deixando, assim, de considerar as possibilidades de crescimento e de fidelização e satisfação de seus públicos.

#### 5. CONCLUSÃO

No Brasil, uma boa parcela das organizações já despertou para a importância de um sistema organizado de informação, mas nem todas o adotam na prática, pois ainda se encontram diversas instituições desenvolvendo uma comunicação fragmentada, sem a preocupação de estabelecer uma

política global de comunicação com os seus públicos. Ou seja, sem uma proposta definida de comunicação para seus consumidores.

Entende-se que um plano de comunicação baseado na comunicação integrada, acarreta economia de recurso e de esforços e contribui para a consecução do que devem ser os objetivos maiores da organização: aumentar a vantagem competitiva da empresa ou entidade em face de seus concorrentes e consolidar sua imagem ou reputação perante a opinião pública. Portanto, incorre em erro gravíssimo a não valorização da comunicação como elemento estratégico para o sucesso da mesma.

Mesmo que a Faculdade pesquisada possua uma boa localização, instalações modernas, suporte técnico avançado, uma marca considerada forte, tradição e inspirar confiança (fatores estes que representam um diferencial na hora da escolha de um curso pelos acadêmicos), não se pode garantir a sobrevivência eterna da instituição sem que existam estratégias de comunicação previamente definidas, adequadas aos diversos públicos e que sejam constantemente avaliadas. Para tanto, sugere-se à instituição a imediata instalação de um departamento de comunicação, sob a responsabilidade de profissionais qualificados na área, bem como a elaboração de um plano de comunicação voltado para a perspectiva da comunicação integrada, que seja constantemente avaliado, valorizando-se, sobretudo, os anseios dos públicos de interesse.

## REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial** – teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.

CESCA, Cleuza G. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006.

GARCIA, Maria Tereza. **A arte de relacionar com a imprensa** – como aprimorar o relacionamento com jornalistas e fortalecer a imagem de sua empresa. São Paulo: Novatec, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. (Org.) **Obtendo resultados com relações públicas**. 2 Ed. São Paulo: Thompson Learning, 2006.

\_\_\_\_\_. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MARCONI, M. A. ; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 6 Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional** – conceitos, planejamentos e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

## EDUCAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE: CONSTRUINDO COMPETÊNCIAS A PARTIR DA ATIVIDADE INFORMAL - ESTUDO DE CASO DA ATIVIDADE DOS FEIRANTES NO MERCADO DAS MANGUEIRAS.

<sup>1</sup> Persolino. T. F. S. T. e <sup>2</sup> Frutuoso. M. N. M. A.

<sup>1</sup> e <sup>2</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE- Campus Recife.

<sup>1</sup> tatifrans@hotmail.com - <sup>2</sup> nubiafrutuoso@hotmail.com

### RESUMO

A educação é de fundamental importância para o desenvolvimento do ser humano em diferentes dimensões: pessoal, social, acadêmico, cultural, podendo ocorrer na sala de aula ou em outros espaços. A proposta de se estudar o Mercado das Mangueiras em Jaboatão dos Guararapes-PE, surgiu durante as aulas da disciplina de Projeto Interdisciplinar de Educação Ambiental num curso Superior de Gestão Ambiental, abrangendo as dimensões de Ensino Pesquisa Extensão. O foco de nosso trabalho é a Educação não formal num mercado público considerando sua importância para a consolidação de uma consciência ambiental. Nosso eixo de preocupação é a identificação de saberes e competências necessárias para a rotina de um feirante visando dar uma contribuição para gestão de seu negócio tais como: compra e venda, lucros, anotações básicas, registros financeiros, organização das barracas, higiene/saúde alimentar. Outro ponto de nossa preocupação é discutir aspectos sociais da atividade, tendo em vista a exclusão social vividas por eles, que mesmo nesta condição conseguem produzir conhecimentos alternativos para a sua sobrevivência no mercado de trabalho informal. Nossa proposta metodológica tem como foco uma abordagem qualitativa de caráter etnográfico, utilizando como instrumento de coleta um questionário e registros videográficos que ampliou o universo de nossas reflexões iniciais sobre a atividade do feirante e as competências e saberes necessárias as suas atividades. Observamos através dos questionários e dos registros videográficos as competências necessárias à rotina de um feirante visando à melhoria de sua atividade como também a sustentabilidade do Mercado. Evidenciamos na atividade do feirante aspectos de marginalização e exclusão do processo de trabalho formal. No entanto, é uma atividade de grande relevância para a sociedade, considerando sua visão multifacetada relacionadas ao espaço de comércio, cultura e convivência social. Nela também se constrói competências e saberes que são presentes em suas práticas cotidianas e muitas vezes não são enfatizados pela escola formal.

**Palavras-chave:** Interdisciplinaridade, Educação não-formal, Competências e Saberes e Exclusão social.

## 1. INTRODUÇÃO

O projeto “Uma Ação Interdisciplinar para o Desenvolvimento Sustentável de Mercados Públicos” no qual este artigo se insere surgiu de uma parceria entre a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e de Turismo da Prefeitura Municipal de Jaboatão de Guararapes-PE e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE, buscando contribuir para reflexão e encaminhamentos de soluções coletivas de forma Interdisciplinar produzida a partir do diálogo entre professores e alunos do IFPE, como uma ação corretiva e preventiva da falta de sustentabilidade do mercado, inaugurado em 25 de junho de 2009 mediante a relocação de 1.116 feirantes, que atuam nos segmentos de Frutas e Verduras, Temperos, Alimentação e Vestuário, que trabalhavam na Avenida Barreto de Menezes em Jaboatão dos Guararapes –PE.

A instalação dos feirantes no mercado proporcionou um melhor espaço de trabalho para estes, no entanto muitos problemas foram evidenciados através de nossa pesquisa (em andamento) como a falta de conservação do patrimônio público do Mercado, falta de tratamento adequado dos resíduos sólidos, falta de segurança no trabalho, uso dos espaços de forma desordenada, problemas de saneamento básico, além das dificuldades de convivência e respeito ao próximo no ambiente do Mercado. Objetivando solucionar os problemas citados, estabeleceu-se um diálogo entre as áreas de Gestão Ambiental, Saneamento Ambiental, Segurança do Trabalho, Administração, Educação e Segurança Alimentar para identificar os principais problemas do mercado, através de estudos interdisciplinares, pesquisas em cada área de estudo e discussões coletivas.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Educação / Educação Não-Formal

A educação é de fundamental importância para o desenvolvimento do ser humano em diferentes dimensões: pessoal, social, acadêmico, cultural entre outros aspectos. Quem se propõe a socializar os conhecimentos admite que a natureza humana, em seu sentido sociológico é modificável; pois a personalidade do ser humano é constituída de uma vasta plasticidade, permitindo ao educador interferir no processo educacional, restando apenas saber a forma e a profundidade dessa intervenção guiando-o para um crescimento e maturação que corresponda a determinado ideal de homem (LIMA, 1969). A educação é uma ação dinâmica que deve propiciar a mobilidade, a flexibilidade de pensamento e comportamento, ocasionando um desenvolvimento cultural, de maneira que o sujeito possa não só se adaptar às condições econômicas e sócias em transformação, do mesmo modo ser capaz de orientar a direção da mudança. Neste caso não há fim para o processo educacional, pois o sujeito irá constantemente se aperfeiçoar e atualizar obtendo capacidade de enfrentar os desafios de um mundo em constante transformação (CAMPOS, 1985). Para Celandes (2006), a educação realizada dentro da escola e a que é realizada fora dela possuem uma analogia entre si. Em certas ocasiões se complementam, outras se contradizem e em outras a educação não-formal se torna o único meio de educação para quem, por razões de exclusão, não tem nenhuma escolaridade. A educação não-formal é também uma atividade educacional organizada e ordenada, mas levada a efeito fora do sistema formal. (GADOTTI, 2005). De acordo com Pinto (2005), a educação formal tem lugar nas escolas, colégios e instituições de ensino superior, apresentando currículos e regras de certificação bem definidos, já a educação não-formal se dá no processo de aprendizagem social, centrado no educando, por meio de atividades que têm lugar fora do sistema de ensino formal e sendo complementar deste, procurando propiciar o ajuste adequado para responder aos anseios e necessidades específicas do educando bem como para desenvolver as suas competências pessoais, potenciando a sua criatividade. Em um artigo Gohn (2006), definiu a educação não-formal como: “aquela que se aprende “no mundo da vida”, via os processos de compartilhamento de experiências, principalmente em espaços e ações coletivos cotidianas”. A Educação tem papel decisivo mediante os problemas e situações vivenciadas no Mercado das Mangueiras, pois, através da educação não-formal, feirantes e fregueses também se educam e

deseducam, num mundo em que o consumismo e o egocentrismo levam o indivíduo para o lucro, a vantagem, ainda que, para alguns, como tática de sobrevivência (ALMEIDA 2008).

## 2.2 Educação Ambiental / Interdisciplinaridade

A socialização dos conhecimentos sobre os múltiplos saberes se dá por meio da educação. A educação Ambiental repercutida na sociedade reflete no campo educativo. Desta forma falar de Educação Ambiental e falar de educação dando um nova dimensão às questões socioambientais. A Conferência de Tbilisi em 1977 considerou o meio ambiente como: "o conjunto de sistemas naturais e sociais em que vivem os homens e os demais organismos e de onde obtém sua subsistência. Este conceito abarca os recursos os produtos naturais e artificiais com os quais satisfazem suas necessidades humanas". Assim sendo, o meio ambiente natural e o meio social estão conectados direta e indiretamente, são indissociáveis, construídos histórica e culturalmente e estão em estreita contínua reciprocidade (LEÃO e FALCÃO, 2002). Segundo Guimarães (1995), o ser humano não percebe mais a relação de equilíbrio do meio ambiente, agindo de forma totalmente desarmoniosa sobre o ambiente, causando grandes desequilíbrios ambientais. Neste cenário de preocupação com os desequilíbrios ambientais, com a manutenção e conservação dos recursos naturais que surge a Educação Ambiental. A educação Ambiental é um procedimento de formação e informação, direcionados para o desenvolvimento da consciência crítica sobre as questões ambientais e de atividades que levem à participação das comunidades na preservação do equilíbrio ambiental (LEÃO e SILVA, 2004). Para Loureiro (2004), "A Educação Ambiental não atua somente no plano das idéias e no da transmissão de informações, mas no da existência, em que o processo de conscientização se caracteriza pela ação com conhecimento [...]". Sendo assim, Jacobi (2003), ressalta que a dimensão ambiental configura-se numa questão que envolve um conjunto de atores do universo educativo, potencializando o engajamento dos diversos sistemas de conhecimento, a capacitação de profissionais e a comunidade universitária numa perspectiva interdisciplinar. Nesse sentido, a produção de conhecimento deve necessariamente contemplar as inter-relações do meio natural com o social, o papel dos diversos atores envolvidos e as formas de organização social que aumentam o poder das ações alternativas de um novo desenvolvimento, numa perspectiva que priorize novo perfil de desenvolvimento, com ênfase na sustentabilidade socioambiental. Na perspectiva de Amaral (2007), a dimensão ambiental na prática educativa não pode ser encarada como uma disciplina ou um tipo especial de educação, mas como uma dimensão norteadora da educação geral, compreendendo os processos através dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, atitudes, habilidades, interesse ativo e competências voltados para a conservação do meio ambiente – bem de uso comum do povo – essencial à sadia qualidade de vida e a sua sustentabilidade. Segundo Luck (1994), a interdisciplinaridade é uma proposta que se manifesta a partir do enriquecimento conceitual e da consciência da fragmentação criada e enfrentada pelo homem. A mesma autora considera a necessidade de uma visão de realidade que transcenda os limites disciplinares e conceituais do conhecimento. Frigotto (2002), também ressalta a necessidade da interdisciplinaridade na produção e socialização do conhecimento no campo educativo, como possibilidade do homem produzir-se enquanto ser social e enquanto sujeito e objeto do conhecimento social na busca incessante de satisfazer suas necessidades históricas.

## 2.3 Saberes e Competência

Há competências que em sua maioria não são adquiridas em sala de aula, mas aprendidas e repassadas as suas respectivas gerações por meio de conhecimentos empíricos, fazendo do mundo sua própria escola, que dura por toda a vida. Existe uma variedade de saberes. O saber popular coexiste com o saber técnico, acadêmico e especializado: não existe falta de saber (PONTUAL, 2009). Existe uma continuidade no entendimento dos saberes e comprometimento para a realização de outros. Sendo assim "o saber popular e o senso comum são ponto de partida para, depois de compartilhados, serem geradores dos fundamentos que desencadearão o processo de construção do saber científico". (TAQUARY, 2007, p. 100). Freire (1979), relata que não existe saber absoluto e que a sabedoria parte da

ignorância. O saber traz consigo sua própria superação, deste modo não há um saber nem uma ignorância absoluta, há apenas uma relação entre ambos. Almeida (2008), relata que os mercados enquanto locais de trabalho ou de divertimento, de negócio ou de lazer, são espaços de construções mediadas por saberes, por conhecimentos. Neste contexto, [...] “questiona-se como o conhecimento pode trazer alternativas para que homens e mulheres possam enfrentar ou mesmo evitar essa ruptura social vivida nas diferentes situações da sociedade.” (PRETTO, 2009, p. 60). Constatam-se, nesses ambientes sócio-educativo-culturais, distintas ações, que os estabelecem não só como lugares de oferta e procura de produtos, como também de sociabilidade, educação e cultura a partir de trocas de bens e serviços, dizeres e saberes. Sendo assim, questões como o que será vendido/comprado, os processos de troca, a linguagem específica utilizada, as estratégias próprias de realizar abstrações matemáticas, e fazer negócios, e até mesmo as motivações para ir às feiras deverão ser avaliadas em razão das especificidades educacionais, culturais, sociais e históricas dessas feiras (ALMEIDA 2008). A feira não deve ser vista apenas com uma visão econômica, mas como um local onde acontece o conhecimento. Para Charlot (2000 *apud* Almeida, 2008), as feiras são lugares de construções mediadas por saberes, por conhecimento, que contribuem para uma teoria do saber considerando os sujeitos, no qual ocupam uma posição e onde se inscrevem as relações sociais. Para Pretto (2009), esses sujeitos constroem competências específicas que autenticam suas produções, buscando perfeições no que estão fazendo por estarem condicionados às suas e diferentes possibilidades e a própria concorrência imposta pelo contexto social. Segundo Tomasi (2004), a competência é produzida individualmente ou em coletividade em uma dada situação onde é reconhecida socialmente. Correspondendo a mobilização na ação de um certo número de saberes combinados de maneira específica em razão do conjunto de percepção que o ator constrói da situação. Rampazzo (2005, p.26), nos diz que: “O saber é, pois, um produto do homem: sai do homem e para ele volta, [...]”. Segundo Tardif (2000), à noção de “saber” no sentido amplo, engloba os conhecimentos, as competências, as habilidades (ou aptidões) e as atitudes, isto é, aquilo que muitas vezes foi chamado de saber, saber-fazer e saber-ser. Luck (2002), diz que “observar a realidade, detectar informações, descrevê-las, estabelecer relações e interpretá-las para construir conhecimento não constituem, porém, tarefa simples e que se promova facilmente”.

## 2.4 O Trabalho Informal e Exclusão Social

A perda do emprego formal leva o indivíduo muitas vezes a entrar no mercado de trabalho informal, trabalhando de forma incerta, sem carteira assinada e sem gozar de nenhum benefício da previdência social. Desta forma Dolzani e Jesus (2004 *apud* Coutinho, 2006), ressaltam a feira livre como estratégia de sobrevivência, para as pessoas que se encontram à margem da exclusão do mercado de trabalho e que no decorrer do tempo não conseguem ter acesso aos direitos pregados por este ideal. A América Latina nos últimos anos vem passando por um período de aprofundamento das ações de exclusão social. Segundo Pontual (2009), a exclusão social é “tema de debate e de controvérsia, baseado concepções em torno da pobreza”. De acordo com Araújo (2007), o setor informal tem crescido por meio de estratégias de sobrevivência desenvolvidas por populações excluídas do mercado de trabalho formal. Por isto, no processo de exclusão do mercado de trabalho formal às pessoas buscam alternativas de sobrevivência, originando o trabalho informal. O mercado financeiro é gerador de exclusão social sem medir por vezes potenciais consequências, que excluem pessoas de suas necessidades básicas. A maneira como é tratada a segurança, a saúde, a escolarização, o lazer, os serviços públicos prestados, são indicadores específicos integrados a um processo simbólico de valores e posições sociais, que vão definindo a exclusão social (PRETTO 2009). Desta forma a exclusão social se torna nociva a todos os homens, e tem repercussão em todas as áreas da sociedade, marginalizando homens e mulheres que por muitas vezes são obrigados a desenvolver conhecimentos para resolverem ou solucionarem problemas enfrentados no cotidiano. O feirante não foge dessa realidade, visto que a sua profissão é tida como informal, ou seja, forma do sistema formal de trabalho, descobrindo competências e saberes para driblar a situação de exclusão a que se encontra.

### 3. METODOLOGIA

Nossa proposta metodológica tem como foco uma abordagem qualitativa de caráter etnográfico, contextualizada num mercado público, baseada na perspectiva de Lüdke e André (1986). Segundo as autoras, uma pesquisa qualitativa do tipo etnográfica envolve: “a obtenção de uma grande quantidade de dados descritivos. Utilizando especialmente a observação, o pesquisador vai acumulando descrições de locais, pessoas, ações, interações, fatos...”. Andre (1995), descreve que o pesquisador etnográfico encontra-se com diferentes formas de vida, de compreensão dos saberes cotidianos, atribuídos pelos

sujeitos estudados às suas experiências e vivência e tenta expor esses significados variados ao leitor. Os estudos de caso visam à descoberta, respaldado de uma fundamentação teórica inicial. Neste caso, o pesquisador mantém-se atento a novos elementos, que podem surgir como importantes durante o estudo. Nossa contribuição na área de Educação é identificar as competências e saberes necessárias as atividades do feirante, para isso seguimos algumas etapas que visaram uma aproximação do objeto de estudo.

Desta forma desenvolvemos no Grupo de Pesquisa seminários temáticos trabalhando cada eixo, que na área de Educação foi: Educação, Saberes/Competência e Exclusão social. Estes seminários contribuíram para que o grupo de pesquisa tivesse uma visão maior de cada área, assim como apresentar as contribuições de maneira interdisciplinar buscando através de outras disciplinas uma interação de soluções múltiplas para a sustentabilidade do Mercado das Mangueiras. Fazenda (1994), considera que a abordagem interdisciplinar induz ao aparecimento de novas hipóteses que poderão consolidar o jeito novo, a nova forma de conceber a ação pedagógica.

No primeiro ano de pesquisa (2010), foi elaborado no Grupo de Pesquisa um questionário geral para caracterização dos feirantes, 60 (sessenta) exemplares, que serviu para todas as áreas envolvidas no Projeto Interdisciplinar, tendo como objetivo traçar o perfil da comunidade estudada (grau de escolaridade, idade, etc.), através desse questionário selecionou-se 03(três) feirantes para participarem dos registros videográficos e das entrevistas semi-estruturadas.

Dando continuidade a nossa pesquisa (2011), aplicamos um novo questionário, visando identificar os saberes/competências construídas pelos feirantes do Mercado das Mangueiras no espaço de trabalho. Foram aplicados 60 questionários nos seguintes segmentos e com as seguintes distribuições; 27 em Frutas/verduras, 23 em Diversos e 10 em Alimentos. Após a aplicação e tabulação dos questionários obtermos os saberes e competências necessários a atividade do feirante. Ambos os questionários (2010 e 2011), foram formulados com as contribuições de todas as áreas envolvidas no projeto e sua aplicação se deu de forma conjunta com todos os alunos pesquisadores do projeto.

Realizamos também em 2011, 01 (um) registro videográfico e entrevistas semi-estruturadas. De acordo Pretto (2009, p.167) a videografia deve acertar-se com métodos de observação etnográfica a fim de alcançar sua utilidade máxima. Observações etnográficas, portanto, permitem ao pesquisador maior acesso ao contexto de uma atividade, que geralmente são capturados em vídeo. As transcrições destes vídeos nos deram a possibilidade de identificar os saberes e competências necessárias a rotina de um feirante identificando também outros aspectos apresentados nos resultados finais e discussões.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir dos dados levantados através de registros videográficos nos anos de 2010 e 2011 constatamos que existem conhecimentos implícitos na atividade dos feirantes como, por exemplo: “divulgar os produtos”; “fazer as contas, somar.”; *“Quando os clientes chega vem comprar faz perguntas você tem que explicar, saber de algum produto”*; *“eu anoto os preços dos produtos e deixo lá anotado”*. (*itálico, fala dos feirantes*).



Estes conhecimentos estão diretamente relacionados às áreas de:

- Administração e Marketing para divulgação das suas mercadorias/produtos atendendo assim a demanda da clientela pela procura/oferta dos produtos comercializados no Mercado;
- Conhecimento de Matemática para agilizar as somas/contas, através de pesos e medidas, porcentagem entre as demais operações matemáticas;
- Conhecimentos específicos de seus produtos como o valor nutricional, vitamínico, calórico, suas utilidades e tendências da moda;
- Conhecimento de Escrita, facilitando assim a visualização dos preços dos produtos nas bancas, como também as anotações básicas, balanços e orçamento do mês;
- Noção de organização e exposição dos produtos/mercadorias nas bancas dando uma melhor visualização aos clientes.

Observamos que no momento de aplicação do questionário alguns elementos já encontrados no processo de verbalização dos feirantes são confirmados como: *Conhecimento da Mercadoria; comunicação, saber vender; porque o público é difícil, ter bom atendimento; saber ler e escrever; capital para giro.* (itálico, fala dos feirantes).

Assim como constatamos o surgimento de novas competências: *Cultura, atendimento maleável, ter habilidades para vendas; Saber atender ao cliente, ser comunicativa, prestativa; Capital para girar; Conhecimento de feira; Saber lidar com as pessoas no dia-a-dia, bastante força e paciência; Conhecimento da mercadoria; Precisa ir para a CEASA comprar mercadorias; Inteligência da vida; Comunicação, Saber vender porque o público é difícil, ter bom atendimento; Colaboração do prefeito, vereador.*(itálico, fala dos feirantes)

Essas competências adquiridas pelos feirantes envolvem diferentes áreas de conhecimento como: Conhecimento de Marketing; Relações interpessoais; Conhecimentos de Português e Matemática; Relações interpessoais; Conhecimento específico sobre o produto; Conhecimento de localização e conhecimento de distribuição das Mercadorias, Conhecimento dos direitos do cidadão (estrutura do mercado e condições de trabalho).

Pretto (2009), diz que esses conhecimentos são construídos, trabalhados, desenvolvidos e revelados através de suas práticas e linguagens, em sua rotina de feirante formando o currículo informal destes sujeitos. Com uma escolaridade e idade diferentes, esses feirantes descobrem em sua atividade estratégias desenvolvidas por eles próprios, para vencer as dificuldades encontradas pela exclusão do mercado de trabalho formal, construindo conhecimentos que por muitas vezes não são adquiridos em sala de aula, mas aprendidos na prática e na experiência desses feirantes. Deste modo a situação de exclusão social leva os feirantes à construção de conhecimentos que é colocado em ação através das competências e saberes, entretanto esses conhecimentos são integrados em suas atividades, nas práticas e nas suas experiências vividas no Mercado das Mangueiras.

## 5. CONCLUSÕES

Partindo dos resultados encontrados, podemos observar que o Mercado das Mangueiras e fonte geradora de renda para a população que sobrevive do mercado de trabalho informal devido à exclusão social vivida em nossos dias. Evidenciamos a necessidade de se estudar a atividade do feirante com uma proposta de formação diferenciada, tendo em vista a especificidade e informalidade desta atividade, incluindo questões de ordem econômica, social, cultural, além de novos saberes que são construídos a partir do cotidiano. No entanto, esta é uma atividade de grande relevância para a sociedade, considerando sua visão multifacetada de um espaço de comércio, cultura e convivência social. Nela também se constrói competências e saberes que são presentes em suas práticas cotidianas e muitas vezes não são enfatizados pela escola formal, já que este currículo é produzido fora da escola, mas que

está presente no dia-a-dia dos feirantes como forma de se sobrepôr a exclusão pois estes mobilizam competências/saberes oriundos da experiência, resultando em alternativas para o desenvolvimento sustentável de seu espaço de trabalho que pode ser aperfeiçoadas através de um processo de formação continuada baseados em suas necessidades cotidianas, considerando que muitos destes conhecimentos estão relacionados à cultura, ao saber fazer mesmo que estes construam conhecimentos empíricos nas áreas de relações interpessoais, administração, direitos do cidadão, marketing estes são desconsiderados por se tratar de uma atividade „considerada“ simplista e desumanizada. Este pesquisa vem demonstrando a necessidade de se aprofundar as discussões sobre a atividade dos feirantes em mercados públicos visando à sustentabilidade de uma atividade que vem sendo relegada dentro do universo do trabalho formal. Trabalhar as competências e saberes dos feirantes pode nos ajudar na manutenção e sustentabilidade do Mercado das Mangueiras, em estudo. Nossa pesquisa também aponta a necessidade de políticas públicas nesta área visando o exercício da cidadania.

## 6. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, S. P. N. de C.; THEÓPHILO, C. R.; COSTA, J. B. de A.. **Epistemologia da feira livre: um estudo socioeducacional**. 2008. Disponível em: <<http://www.congressods.com.br/>> Acesso em: janeiro/2011.
- AMARAL, M. T. **A Dimensão Ambiental na Cultura Educacional Brasileira**. R. bras. Est. pedag., Brasília, v. 88, n. 218, p. 107-121, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.rbep.inep.gov.br/index.php/RBEP/article/viewFile/10/10>> Acesso em Janeiro/2011.
- ÁNDRE, M. E. D. A. de. **Etnografia da Prática escolar**.- campinas, SP: Papirus, 1995.- (Série Prática Pedagógica).
- CAMPOS, M. C.S. de S. **Educação: Agentes Formais e Informais**- São Paulo: EPU, 1985. (Temas básicos da educação e ensino).
- CELANDES, L., MARIÑO, G. **Educação Não-Formal e Educação Popular: Para uma Pedagogia do diálogo Cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 2006. (Coleção: Formação de educadores Popular).
- COSTA, W. N. O. C. da. **Educação Ambiental como disciplina em uma escola da rede Estadual de Pernambuco- Estudo de caso**. Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – 2010.
- FAZENDA, I. A. **Interdisciplinaridade. História, Teoria e Pesquisa**. Ed. Papiros, Campinas, S.P, 1994.
- FREIRE, P. **Educação e Mudança** – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979 Coleção Educação e Comunicação vol. 1 ed. 31ª.
- FRIGOTTO, G. A interdisciplinaridade como necessidade e problema nas ciências sociais In: Jantsch. A. P. e Bianchetti. (org). **Interdisciplinaridade: para além da filosofia do sujeito**. Petrópolis, RJ. Ed. Vozes. 2002.
- GADOTTI, M. **A Questão da Educação Formal/Não-Formal**. INSTITUT INTERNATIONAL DES DROITS DE L'ENFANT (IDE) *Droit à l'éducation: solution à tous les problèmes ou problème sans solution?* Sion (Suisse), 18 au 22 octobre 2005 Disponível em <<http://www.paulofreire.org/>> Acesso em Março/2010.
- GOHN, M. da G. **Educação não formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas**. Ensaio: aval. pol. públ. Educ., Rio de Janeiro, v.14, n.50, p. 27-38, jan./mar. 2006. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ensaio/v14n50/30405.pdf> > Acesso em Janeiro/2011.
- JACOBI, P. **Educação Ambiental Cidadania e Sustentabilidade**. Cadernos de Pesquisa, n. 118, p.189-205, março/ 2003 Disponível em< <http://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>> Acesso em janeiro de 2011.
- LEÃO, A. C. SILVA, L. M. A. **Fazendo educação ambiental**. 6ª Ed. Rev. Atual. Recife: CPRH, 2004
- LEÃO, A. L. C. ; FALCÃO, C. A. C.. **Fazendo educação e vivendo a gestão ambiental**. Recife: CPRH,2002.
- LIMA, L. de O. **Educar para a comunidade**. 3ª Ed. – Petrópolis, RJ, Vozes, 1969.
- LOUREIRO, C. F. B.. **Trajetórias e fundamentos da educação ambiental**. São Paulo: Cortez, 2004.
- LUCK, H. **Pedagogia Interdisciplinar: Fundamentos teóricos metodológicos**. Ed. Vozes, Petrópolis, RJ, 1994.

LUCK, H. **A construção do conhecimento no trabalho: uma condição para o desenvolvimento da qualidade organizacional e profissional.** Rev. FAE, Curitiba, v.5, n.1, p.1-13, jan./abr. 2002. Disponível em < [www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v5\\_n1/a\\_construcao\\_do\\_conhecimento.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n1/a_construcao_do_conhecimento.pdf) > Acesso em Janeiro/2011.

PINTO, L. C. **Sobre Educação Não-Formal.** CADERNOS D"IN DUCAR. Maio de 2005. Disponível em < <http://www.inducar.pt/webpage/contents/pt/cad/sobreEducacaoNF.pdf> > Acesso Janeiro/2011.

PONTUAL, P. IRELAND T. (orgs.). **Educação Popular da América Latina: diálogos e perspectivas:** Brasília: Ministério da Educação: UNESCO. 2009.

PRETTO, V. **Construção de conhecimentos em situações de exclusão social e questões de gênero, 2009.** Disponível em: < <http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/43/88/66/PDF/TeseValdirPretto.pdf> > Acesso em Janeiro/2011.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica.** 3ª Ed. - São Paulo, SP, Edições Loyola, 2005

REIGOTA, M. Desafios à educação ambiental escolar. In: JACOBI, P. et al. (orgs.). **Educação, meio ambiente e cidadania: reflexões e experiências.** São Paulo: SMA, 1998. p.43-50.

TARDIF, M. **Saberes profissionais dos professores e conhecimentos universitários:**Elementos para uma epistemologia da prática profissional dos professores e suas conseqüências em relação à formação para o magistério. Revista Brasileira de Educação. Jan/Fev/Mar/Abr 2000 Nº 13. Disponível em <[http://www.andreapenteado.com/files/tardif\\_saberes\\_profissionais\\_dos\\_professores.pdf](http://www.andreapenteado.com/files/tardif_saberes_profissionais_dos_professores.pdf)> . Acesso em Janeiro/2011.

## 7. AGRADECIMENTOS

Ao IFPE por abrir as portas à pesquisa científica.

Ao CNPQ pela oportunidade do financiamento da bolsa de pesquisa.

A Prefeitura de Jaboatão dos Guararapes pela confiança em nosso trabalho.

Aos feirantes do Mercado Público das Mangueiras pela atenção e o tempo disponibilizado durante a coleta dos dados.

Aos professores orientadores envolvidos no projeto, pela dedicação e por compartilhar suas experiências com os alunos, e em especial a proponente e coordenadora do projeto a professora Núbia Frutuoso.

A todos os componentes do Grupo de Pesquisa Mercado Interdisciplinar, Obrigada!

## JOGOS EM SITES DE REDES SOCIAIS: UMA OPORTUNIDADE COMO MÍDIA PUBLICITÁRIA

**OLIVEIRA, C.S<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Faculdade Maurício de Nassau - Campus Recife  
cristianesdo@gmail.com

### RESUMO

O presente artigo aborda o uso dos jogos em sites de rede sociais como uma oportunidade de mídia publicitária possibilitando um relacionamento com o consumidor e uma maior fixação das mensagens publicitárias. Como metodologia de pesquisa, foi adotado uma revisão bibliográfica buscando abordar conceitos relacionados à Publicidade em Redes Sociais e características de jogos sociais e jogos em sites de redes sociais. Com base nesses pressupostos teóricos e apresentação de cases, foi possível analisar os jogos em sites de redes sociais como mídia promissora para campanhas publicitárias.

**Palavras-chave:** Publicidade, Redes Sociais; Jogos Sociais.

## 1. INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos dos últimos anos implicaram diretamente nas mídias publicitárias utilizadas atualmente, sendo desenvolvidas novas formas de comunicação e ações adaptadas às novas mídias e consumidores. A Internet possibilita nesse contexto, o estreitamento das relações sociais e a interação dentro das redes sociais, permitindo um maior compartilhamento de conteúdos.

Os sites de redes sociais representam as relações interpessoais de indivíduos no ambiente virtual e tem por finalidade proporcionar a comunicação entre eles. Devido ao tamanho do espaço virtual, estas relações se tornaram mais abrangentes, permitindo comunicação síncrona de pessoas localizadas em diferentes pontos do mundo. Atualmente pode-se considerar como os principais sites de relacionamento: o Facebook, Twitter e Orkut, que surgiram entre os anos de 2004 e 2006 e reúnem no Brasil, segundo a Pesquisa Ibope Nielsen Online, respectivamente, mais de 30,9 milhões de usuários, 14,2 milhões de usuários registrados, 29 milhões de usuários. Com o sucesso dessas mídias aplicativos foram desenvolvidos para otimizar o site e atrair mais usuários. O ano de 2009 foi marcado com o crescimento dos jogos em sites de redes sociais desenvolvidos pelas empresas Mentex (Colheita Feliz), Zynga (FarmVille, Mafia Wars, CityVille), MetroGames (Fashion World). Segundo Recuero (2010), “as apropriações desses aplicativos decorrem de práticas sociais emergentes, a partir das interações entre os atores e suas redes sociais, e acabam por impactar essas ferramentas como um todo, especialmente quando se tornam globais”. Os aplicativos de jogos nesses sites tem impulsionado o crescimento das principais redes sociais e movimentam, segundo matéria publicada no Folha.com, R\$ 200 milhões/ano no Brasil, como por exemplo, FarmVille da Zynga, que reúne mais de 56 milhões de usuários ativos no mundo. Segundo Santaella e Feitoza (2009, p. x),

A movimentação financeira de sua indústria é superior à do cinema, e é a terceira no mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística. Disso, pode-se supor que os games são grandes estimuladores e responsáveis pelo avanço tecnológico da indústria do entretenimento, aproveitando-se das pesquisas de ponta.

Dessa forma, esses jogos são percebidos como novas formas de relacionamento, compartilhamento de conteúdos e promissoras ferramentas para ações de publicidade e não apenas como passatempos. Este artigo busca iniciar um estudo sobre a inclusão de ações publicitárias nos sites de jogos sociais, levantando conceitos que envolvem essa prática e exemplos de publicidade nos jogos sociais.

## 2. PUBLICIDADE E JOGOS

Nesse contexto, os jogos são utilizados como ferramenta de ações publicitárias, potencializando o uso dessas ferramentas e movimentando consideráveis quantias no mercado. É possível pontuar três formas de uso da publicidade em jogos, sendo eles o *game* publicitário ou *advergame*, onde há uma integração da mensagem publicitária e do jogo, são jogos patrocinados por empresas; o *in-game advertise* – IGA, que são anúncios dentro do jogo; e por fim, o *product placement*, que são produtos inseridos no ambiente do jogo. Essas estratégias dentro dos jogos permitem que o jogador interaja diretamente com a marca, aumentando seu poder simbólico e a relação com o consumidor.

Segundo Covaleski (2010, p. 20),

A mensagem publicitária, da maneira como é compreendida hoje – paradoxalmente – ganha sobrevida quanto mais deixa de se parecer consigo mesma; quanto menos faça uso dos elementos tradicionais que constituem o discurso publicitário convencional. Apresenta-se, de forma crescente, inserida e

camuflada no entretenimento; travestida de diversão, mas não destituída de sua função persuasiva, mesmo que dissimulada.

A partir desse conceito, entende-se como cada vez mais promissora a união da publicidade com formas de entretenimento, neste caso, jogos sociais online. A publicidade passa a se valer de mídias que unam conteúdo e diversão para desenvolver uma mensagem persuasiva.

### 3. JOGOS E SUAS CARACTERÍSTICAS

De acordo com o Dicionário Priberam, a palavra jogo vem do latim *jocus*, que significa graça, brincadeira, divertimento, e explica a ação de jogar como passatempo entre pessoas, determinado por regras, onde uma ganha e outras perdem. De acordo com o filósofo Wittgenstein (1989), o jogo é uma atividade regida por regras, onde jogadores interagem através de provas propostas. Para embasar o presente artigo, foram levantados também conceitos de Huizinga (2008, p. 33), que explica o jogo da seguinte forma,

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e alegria e de uma consciência de ser diferente da vida cotidiana.

É possível observar a união das definições apresentadas por Huizinga, Caillois, Bernard Suits, David Kelley, Avedon & Sutton-Smith, Chris Crawford e Salen & Zimmerman, pontuados por Santaella e Feitoza (2009, p. 10 e 11) da seguinte forma,

- 1 – Regras: Jogos são baseados em regras.
- 2 – Resultado variável e quantificável: Jogos têm resultados quantificáveis e variáveis.
- 3 – Valorização do resultado: Aos diferentes resultados potenciais do jogo são assimilados valores diferentes, sendo alguns positivos, e outros, negativos.
- 4 – Esforço do jogador: O jogador investe esforço, a fim de influenciar o resultado.
- 5 – Vínculo do jogador ao resultado: O jogador está emocionalmente vinculado ao resultado, no sentido de que ele será vencedor e ficará feliz quando obtiver resultados positivos, e perdedor e infeliz, se estes forem negativos.
- 6 – Consequências negociáveis: O mesmo jogo pode ser jogado com ou sem consequências para a vida real.

Portanto, entendem-se como principais características dos jogos as regras, a sociabilidade, os valores e a interação entre os participantes. Aos jogadores são atribuídas atividades, que geram um resultado variável e quantificável.

#### 3.1 Jogos em sites de redes sociais

Por ser um ambiente propício à diversão, os jogos em sites de redes sociais surgem como oportunidade como mídia publicitária para ações de campanhas, por ter características sociais, permitindo que os jogadores se relacionem entre si, além de motivar um alto grau de envolvimento.

De acordo com Lago (2010),

Os jogos sociais vêm se revelando, nos sítios de redes sociais na Internet, provavelmente os melhores ambientes para a liturgia da fé no consumo, através de dois movimentos: de um lado por uma repaginação da prática da confissão pelo usuário que clicando o mouse, vai revelando tanto suas preferências por estas ou aquelas marcas existentes no mercado, quanto anseios e necessidades que auxiliam a detecção de novas tendências e demandas por produtos ainda não existentes ou, ainda, orientam processos de *branding*.

Essas plataformas de jogos sociais, por estarem integradas aos sites de redes sociais permitem o acesso a um vasto número de informações sobre os consumidores, servindo como fonte para pesquisas de mercado e apoio em campanhas publicitárias. Os jogos sociais criam situações que prendem o usuário diariamente, utilizando uma relação de recompensa proposta em todos os jogos para manter o jogador preso ao jogo, além de estimular o acesso contínuo. Dentro desses jogos é possível entender como o público consome e interage com o conteúdo disponibilizado, o grau de envolvimento com a marca dentro desses ambientes é elevado, pois o jogador se relaciona conscientemente.

#### 4. PUBLICIDADE E OS JOGOS SOCIAIS

A possibilidade da utilização de jogos para ações publicitárias, interatividade e sociabilidade que os jogos sociais proporcionam, permitiram um grande crescimento no mercado. Esses ambientes oferecem funções bastante relevantes que servem como apoio para campanhas publicitárias, facilitando pesquisas de tendências e mapeamento do público-alvo. Os jogos sociais possibilitam uma comunicação mais interativa, através de conteúdos de texto, imagens e vídeos, que estimulam o desejo dos jogadores e influenciam na escolha das marcas.

Segundo Patriota e Pimenta (2010), dentro desses jogos percebem-se um alto grau de imersão, onde os jogadores “mergulham completamente em um ambiente fictício, paralelo ao real e partilhado com amigos reais”, isso permite um maior envolvimento com o jogo. De acordo com os mesmos autores,

Com os jogos sociais os usuários experimentam um processo de total atenção. Ou seja, enquanto estão “jogando” nas redes sociais, seus usuários vivenciam um estado de concentração da energia psíquica sobre as ações e objetos do espaço virtual, que é configurado como a situação estimuladora capaz de captar o interesse dos seus usuários, que dificilmente ficam dispersos.

O que explica o estado de envolvimento do jogador com o jogo e facilita a fixação de conteúdos publicitários. Esse estado de concentração juntamente com a relação consciente entre marca e jogador, permite a eficácia da mensagem publicitária nesses ambientes.

#### 5 CASES

Para exemplificar o uso dos jogos em sites de redes sociais como mídia publicitária serão apresentados alguns *cases* relevantes para este mercado. O investimento de grandes empresas nessas plataformas para se relacionarem com seu público-alvo tem sido bastante comum nos últimos anos. Além de empresas como **Lacta** e a famosa rede de supermercados **7-Eleven**, que apresentam ao mercado os primeiros *cases* de sucesso, é possível exemplificar a eficácia dessas mídias com ações realizadas pela rede **McDonalds** e pela cantora **Lady Gaga**.

### 5.1 Case McDonalds

Em outubro de 2010, a MacFarm permitia uma interação dos jogadores do FarmVille com a marca McDonalds. A campanha publicitária *in-game*, disponibilizou aos usuários do jogo sementes relacionadas aos produtos oferecidos pela empresa, sendo eles tomate, para *catchup*, e mostarda, recebendo, consequentemente, recompensa no jogo, como é possível observar na figura a seguir.



FIG. 1- Ação McDonalds

### 5.2 Case Lady Gaga

A agência Evolution Bureau criou uma ação publicitária para a cantora Lady Gaga no jogo FarmVille, aplicativo do Facebook, onde foi elaborado a GagaVille para interagir com o público da cantora e lançar seu novo álbum, Born This Way. A ação lançada no ano de 2011 contou com elementos personalizados da FarmVille, como sementes de plantas, artefatos de decoração, animais, entre outros. Além desses benefícios, os jogadores tiveram acesso às músicas inéditas do álbum antes de serem comercializadas, podendo comprar o álbum completo comprando US\$25 em créditos do jogo. A ação impulsionou as vendas do álbum pela internet e possibilitou um maior envolvimento do público com a marca, contando com a relação de recompensa estabelecida entre ambos.





FIG. 2 - Ação Lady Gaga



FIG. 3 - Ação Lady Gaga

## 6. CONCLUSÃO

Diante desses levantamentos é possível observar o uso dos jogos sociais em campanhas publicitárias servindo como mídia relevante no processo de comunicação e envolvimento entre público-alvo e marca. Conforme foi abordado ao longo do trabalho, os jogos em plataformas de redes sociais reúnem um grande número de usuários e movimentam relevante quantia no mercado online, fatores que estimulam o uso dessa plataforma para fins publicitários. Devido às características peculiares dos jogos, vistas ao longo do artigo, e a possibilidade de imersão e agenciamento dentro dessas plataformas sociais, é possível enxergar oportunidades de comunicação, como se observa nos cases de Lady Gaga e McDonalds. Levando em consideração que o usuário está concentrado no jogo e interage com a marca espontaneamente, sem o sentimento negativo de interrupção da mensagem. Esses fatores possibilitam a fixação de mensagens e marca, além de aumentarem o vínculo com o consumidor/jogador.

A presente pesquisa foi elaborada como início de um projeto que abordará os jogos sociais online como mídia publicitária, focando na utilização dessas plataformas para efetivar uma relação íntima entre empresa e consumidor. Foram abordadas teorias para embasar o início da pesquisa, valorizando, principalmente, o jogo e a publicidade. Além disso, a reunião de cases que ratificam o argumento aqui apresentado. Por fim, este tema será aprofundado em futuros projetos, sempre com abordagem publicitária e valorizando as redes sociais online como mídia promissora.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AÇÃO MCDONALDS: disponível em <<http://www.midiassociais.net/2010/10/publicidade-criativa-do-mcdonalds-no-farmville/>>. Acesso em 09 de Julho de 2011.

COVALESKI, Rogério. Publicidade híbrida. 1. Ed – Curitiba, PR: Mari Editora, 2010.

DICIONÁRIOS PRIBERAM ONLINE: disponível em <<http://www.priberam.pt/dlpo/Default.aspx>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

FACEBOOK: disponível em <<http://www.facebook.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

FATURAMENTO JOGOS SOCIAIS: disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/879782-games-em-redes-sociais-giram-r-200-mi-no-brasil.shtml>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

GAGAVILLE: disponível em <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2011/05/10/lady-gaga-tera-sua-propria-fazenda-no-farmville-a-gagaville/>>. Acesso em 09 de Julho de 2011.

HUIZINGA, Johan. Homo ludens: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2008.

LAGO, João B.S.F. O Marketing e a imagem nos jogos dos sítios de redes sociais. Trabalho apresentado no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Novo Hamburgo, 2010.

MENTEZ: disponível em <<http://www.mentez.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

METROGAMES: disponível em <<http://www.metrogames.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

ORKUT: disponível em <<http://www.orkut.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

PATRIOTA, Karla R.; PIMENTA, Rodrigo D.. Publicidade em jogos sociais: interatividade, imersão e audiência dedicada. Trabalho apresentado no IV Simpósio Nacional ABCiber. Rio de Janeiro, 2010.

RECUERO, Raquel. Elementos para o estudo dos jogos em sites de redes sociais. Trabalho disponível em <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/artigos/recuerointercom.pdf>>. Acesso em 07 de Julho de 2011.

SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna. Mapa do Jogo. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

TWITTER: disponível em <<http://www.twitter.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

USUÁRIOS EM SITES DE REDES SOCIAIS: disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/09/facebook-ultrapassa-orkut-em-usuarios-unicos-no-brasil-diz-ibope.html>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

USUÁRIOS FARMVILLE < <http://tiagodaru2010.wordpress.com/2011/07/07/cityville-ultrapassa-farmville-e-se-torna-o-jogo-mais-popular-do-mundo/>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

WITTGENSTEIN, Ludwig. Investigações Filosóficas. Tradução José Carlos Bruni. São Paulo: Nova Cultural, 1989.

ZYNGA: disponível em <<http://www.zynga.com>>. Acesso em 19 de Setembro de 2011.

## TRIBOS URBANAS: O PERFIL DA MODA HIP HOP NA CIDADE DE JOÃO PESSOA –PB

R. F. Cavalcante<sup>1</sup>, U. S. T. Barbosa<sup>2</sup>, A. K. A. Lima<sup>3</sup>, B. R. R. Santiago<sup>4</sup> e M. M. B. P. de Oliveira<sup>5</sup>  
<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Centro Universitário de João Pessoa – UNIPE

<sup>1</sup>raissa-freitas@hotmail.com, <sup>2</sup>uyarast@gmail.com, <sup>3</sup>kaline\_araujo28@hotmail.com, <sup>4</sup>ravena.reis@gmail.com,  
<sup>5</sup>melcabatista@hotmail.com

### RESUMO

As tribos urbanas se caracterizam por um grupo de pessoas que têm como base interesses comuns. A tribo Hip Hop em João Pessoa surgiu na década de 1980, com jovens que simpatizavam com um tipo de música, o *rap*. Para um maior aprofundamento no assunto, os alunos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Centro Universitário de João Pessoa – UNIPE, objetivaram-se em pesquisar a tribo Hip Hop em João Pessoa, dando ênfase à moda adotada e estilo de vida dos integrantes. Foi observado que a maioria dos entrevistados tem a música como principal inspiração no movimento. As roupas que mais se destacam entre os homens são as calças folgadas, bonés de aba reta e blusas estilo *t-shirt*. As mulheres preferem um estilo mais sensual e ousado, utilizando mais decotes e roupas justas ao corpo. O estudo em questão foi de grande importância para identificar o nincho de mercado para esse tipo de público, o que se mostrou bastante escasso na cidade, apresentando apenas duas lojas que disponibilizavam artigos sobre a tribo.

**Palavras-chave:** Moda, Hip Hop e Tribo.

---

<sup>1,3,4,5</sup> Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda - Unipê

<sup>2</sup> Mestre, Professora do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda - Unipê

## 1. INTRODUÇÃO

Tribos Urbanas são grupos de pessoas que tem interesses em comum, tendo como objetivo estabelecer uma união do grupo e a propagação de suas idéias. As pessoas representantes de uma tribo se assemelham tanto no modo de pensar, seus hábitos, ideologia de vida, como também no modo de se vestir. As tribos se caracterizam por serem informais e instáveis, podendo assim qualquer pessoa física participar ou constituir uma, ou até mesmo, migrar para outra. Há uma grande diversidade de tribos hoje em dia, sendo elas todas distintas por apresentarem ideologias diferentes.

O Hip Hop é uma cultura que consiste em uma união de quatro elementos: o grafite, a dança, a rima e a música. Nasceu nos Estados Unidos na década de 1970 e vem se expandido cada vez mais, com o intuito de transmitir a mensagem que a população menos privilegiada tem a passar. As Organizações Não Governamentais (ONGs) são grandes pontes de apoio para essa cultura, onde elas levam o conhecimento e educação através do Hip Hop.

Em João Pessoa, essa cultura chegou na década de 1980 trazendo muita música ao som do *rap* e *funk*. Muitas pessoas começaram então a conhecer melhor o Hip Hop, se identificando assim com algum dos quatro elementos, o que foi um ponto importante para o crescimento em quantidade de membros para a tribo.

O objetivo do trabalho foi estudar a tribo urbana do Hip Hop, o tipo de moda que os integrantes aderem e seu estilo de vida. Esse estudo é deveras importante, pois ele traz a relação entre o conceito de se vestir com os hábitos de cada tribo, sendo este o objetivo principal do projeto.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Lipovetsky (1987) refere-se à moda como um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva.

Antes de ser político, econômico ou social, o tribalismo é um fenômeno cultural. Uma pessoa representa papéis tanto dentro de sua atividade profissional quanto no seio das diversas tribos que participa. Mudando o seu figurino, ela vai, de acordo com seus gostos (sexuais, culturais, religiosos, amicais) assumir seu lugar a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi* (Teatro do Mundo) (MAFFESOLI, 2006).

Segundo Martins (2006), as raízes da cultura Hip Hop estão inseridas no sul do bairro de *Bronx* em Nova Iorque (EUA) desde 1974. A idéia básica dessa cultura é a disputa. Sem armas, tal batalha é travada com bastante criatividade a fim de transformar violência em energia positiva. Tanto na dança como na música, os membros do movimento Hip Hop procuram expressar opiniões de seu dia a dia.

Kool Herc tem seu papel como o "pai" do Hip Hop, ele contribuiu muito para o nascimento dessa cultura, como também pelo crescimento e desenvolvimento. Nascido na Jamaica, ele imigrou para Nova Iorque em 1967, trazendo conhecimento sobre o *Sound System* (sistema de som, muito tradicional na Jamaica, seria um equipamento de som muito potente ligado na rua para atrair as pessoas).

Juny (2001) cita que Afrika Bambaataa também tem seu papel de importância no surgimento do hip hop. Ele é por toda parte conhecido e respeitado como sendo o "padrinho" ou o "avô" dessa cultura, reunindo tudo e propondo a base para a cultura. Foi membro e líder de uma das maiores gangues de Nova Iorque, denominada por *Black Spades*, sendo também um fanático colecionador de discos. Embora já tenha trabalhado como DJ em festas desde 1970, ele adquiriu mais interesse pela cultura Hip Hop depois de ter visto Kool Herc nos toca-discos em 1973. Dessa forma adquiriu mais interesse na área e passou a ser DJ no "*Bronx River Community Center*" onde teve seu próprio *Sound System*. Ao mesmo tempo, a gangue em que ele participava começou a desaparecer, tendo sido formada logo depois uma

pequena ONG chamada de *Bronx River Organization*, intitulada posteriormente de *The Organization*. Por ter feito parte uma gangue, ele teve um público fiel que consistiu em membros das gangues anteriores que ele participava. As gangues em Nova Iorque, mais precisamente no bairro *Bronx*, surgiram a partir de construções urbanas mal planejadas, vieram então problemas como a pobreza, drogas e desemprego, acarretando em um alto índice de violência no bairro.

Os elementos que compõe o Hip Hop englobam desde a música, dança, rimas e até a arte grafite. Os membros costumam se identificar com alguns desses elementos, buscando sempre se aprimorar nas técnicas utilizadas. Mostra-se uma cultura bastante organizada onde seus elementos se completam, de forma que se um elemento vier sozinho, será um elemento sem origem.

Também conhecido como *break dance*, o *break* é a dança de rua que caracteriza o hip hop. Foi criado em Nova Iorque na década de 1970 por afro-americanos e latinos que viviam no local. Tinha como intuito afastar os jovens das gangues de rua, e com isso promover paz nos bairros de classe baixa onde se concentravam os movimentos dessas gangues, pois a disputa entre elas estavam cada vez mais violentas. O *break* veio como uma maneira saudável de disputar, sem nenhum tipo de agressão física. Ao invés de golpes, era criados passos de dança, e quem melhor executasse esses passos vencia a disputa. Esse método fazia com que os jovens se reunissem cada vez mais a fim de aprimorar ou criar mais passos. Foi dessa forma que o *break* ajudou a tirar os jovens da marginalização, funcionando do mesmo modo até os dias atuais. *B-boy* e *B-girl* são os nomes dados aos rapazes e moças que dançam esse ritmo tocado ao som do hip hop (JUNY, 2001).

Pimentel (1997) cita que o termo grafite deriva do grego *graphein* (escrever), e é nada mais do que desenhos feitos na parede, simbolizando algo e sendo acessível imediatamente ao público. Embora já encontrados em Pompéia, no *Área Domus* do Imperador Nero, na Vila *Hadrian* em *Tívoli* e até na civilização *Maya*, o grafite é normalmente associado aos centros urbanos do século XX. O grafite varia de simples marcas na parede, a complexas e coloridas composições. Motivos para estas produções artísticas incluem além do desejo de reconhecimento público até a necessidade de se ocupar um espaço público para um propósito individual ou em grupo. Porém muitas pessoas se equivocam quando se fala de grafite e pichação, o que há uma diferença bastante significativa. Já que o primeiro é considerado uma arte de rua, transformando os prédios, e ambientes públicos em telas de arte, já a pichação são respostas do vandalismo que além de danificar patrimônios públicos, é considerado um crime ambiental.

O DJ, ou *Disc Jockey* é um artista e técnico que mistura músicas diferentes para serem ouvidas e/ou dançadas, usando suportes como discos de vinil, CD ou arquivos digitais sonoros para "tocar". Essa técnica de mistura é chamada mixagem. A mixagem pode ser curta (passagem rápida de uma música à outra) ou longa, quando o DJ gera uma "terceira" música, aproveitando os timbres das duas faixas. Os DJs surgiram nos anos 1950, em meio às fãs de *jazz*, mas se consagrou nos anos 1970, com a era das discotecas (JUNY, 2001).

Segundo Cirino (1999), o MC é a pessoa que está com o microfone, ele pode cantar ou apresentar uma atração. Este elemento não é mais importante que os outros, porém é um dos elementos que mais apresenta adeptos, principalmente pelo fato do MC não precisar fazer investimentos em equipamentos. O cantor de RAP tem por costume criar suas próprias letras e em raríssimos casos apresentam letras de outros artistas.

Assim seria o Hip Hop para muitos, DJs descobrindo e criando os *break-beats*, MC's rimando, *B.Boys* dançando e muitos fazendo arte com as técnicas do grafite. Bambaataa os usou para espalhar sua mensagem: "lutar com criatividade, não com violência!" Com a integração dos quatro elementos da cultura Hip Hop, a vontade de competir era geral, empurrando todos permanentemente a melhorar e ser o mais criativo possível (VENTURA, 2011).

Cirino (1999) cita que Hip Hop no Brasil surgiu na década de 1980, sendo São Paulo a primeira cidade a receber a nova cultura. Através de rádios e TVs, as pessoas começaram a disseminar o novo

movimento. As primeiras músicas eram ingênuas, as letras ainda não tinham um conteúdo de crítica social como vistas nos dias de hoje. Grandes nomes como Thaíde, DJ Hum e Racionais, foram os pioneiros a fazer a história do Hip Hop no Brasil. ONGs como a CUFA (Central Única das Favelas) contribuem para a disseminação da cultura, anexando esporte e educação como base.

Por ser uma cultura que predomina muitas vezes nas periferias das cidades, o hip hop sofre ainda grandes preconceitos. Porém, em estudo de caso Ronsini (2007) concluiu que os jovens do movimento reconhecem características notórias típicas das pessoas mais simples, como solidariedade e capacidade de luta pela sobrevivência, que contrasta com a imagem dos ricos, vistos como corruptos e desonestos. A dicotomia entre burgueses e pobres é fruto da experiência desses jovens, seja em situações discriminatórias concretas, seja em observações que efetuem do comportamento de pessoas com maior poder aquisitivo.

Em João Pessoa, o movimento também chegou na década de 1980, porém de forma discreta e aceita por uma pequena parte da população. Hoje, ele tem seu espaço na sociedade e muitos integrantes que não só estão no meio, mas que dependem do Hip Hop para viver, seja na música, na arte ou dança. O CIC (Centro Interativo de Circo) é uma ONG que tem o Hip Hop como inspiração para seus ensinamentos. Segundo Canevacci (2005), escola, mídia e metrópole constituem os três eixos que suportam a constituição moderna do jovem como categoria social. Dessa forma, a ONG disponibiliza aulas de *break*, grafite e dança para crianças carentes que tem vontade de aprender e antes não tinham oportunidades.

Para Ronsini (2007), a observação, interpretação e análise do cotidiano e das competências culturais dos que estão mais próximos ou mais distantes das decisões ou do centro de poder – das miniaturas criativas e ativas nessa luta pela sobrevivência material e simbólica – poderá nos indicar algumas tendências sobre os mecanismos intrusivos e sutis do poder simbólico dos meios de comunicação, pelo menos para os que acreditam que o lazer das classes populares e da classe média não é só reprodução da força de trabalho.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia aplicada fora desenvolvida em três etapas distintas: a primeira foi no tocante a conhecer a realidade da tribo em questão, a segunda relacionada às entrevistas, e por fim a visita da ONG CIC (Centro Interativo de Circo).

A primeira etapa consistiu em uma pesquisa a respeito de tribos urbanas, com a intenção de entender o que são, como se comportam e como estão inseridas na sociedade. Para tanto, foi escolhida a tribo denominada Hip Hop, para que assim pudéssemos conhecer a sua realidade, o dia a dia, as vestimentas e hábitos.

As entrevistas continham questões como: a ideologia, relação com outras tribos, local onde costumam se encontrar, o que costumam fazer, o que consomem de cultura, as roupas e acessórios que os definem, onde costumam adquirir estes, interferências corporais, e se usam estas roupas no trabalho e em todos os lugares que freqüentam, bem como se são bem aceitos em todos os ambientes, o que entendem por moda e o que mais costumam consumir.

As entrevistas foram realizadas através de uma visita *in loco* à ONG CIC, onde se buscou registrar o cotidiano dos integrantes da tribo, como por exemplo, suas residências, atividades realizadas pela ONG, entre outros.

Na ONG CIC foram observados os principais projetos sociais envolvendo os movimentos culturais da pesquisa. Foram presenciadas aulas de dança, música e grafite, além de acompanhamento dos integrantes a uma apresentação cultural. As aulas são desenvolvidas por jovens que já tem alguma

experiência com algum elemento do Hip Hop, eles ensinam crianças e fazem apresentações em diversas escolas públicas para disseminar o movimento.



Figura 1 –Aula de *Break*

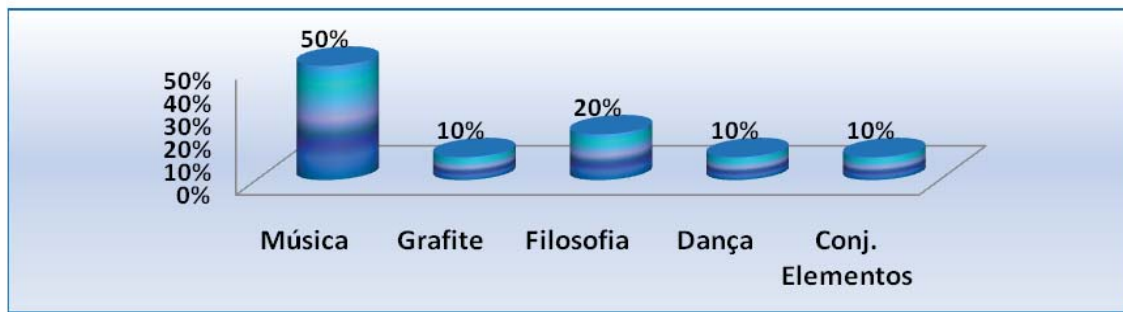


Figura 2 - Aula de grafite

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

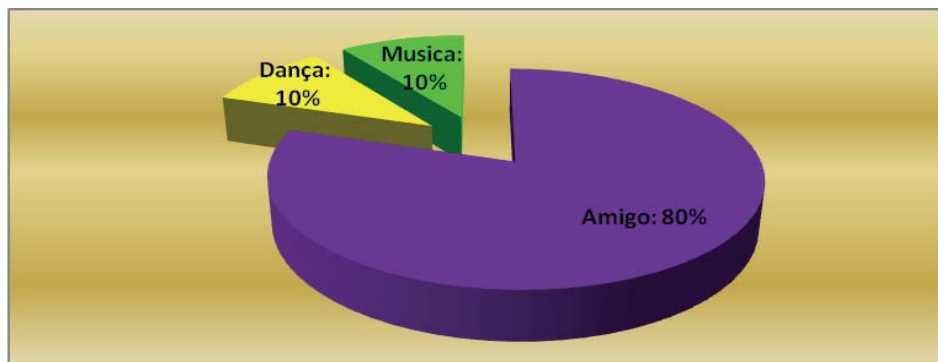
A partir da análise da entrevista realizada, podemos observar que a definição de Hip Hop para a amostragem de integrantes da tribo, é, principalmente, conceituado como dança e como uma filosofia de vida. (figura 3)





**Figura 3 – Gráfico do conceito do Hip Hop**

A totalidade dos entrevistados não vê outra tribo ou grupo como oposto a sua. Já a motivação para entrar na tribo deu-se em grande parte por conta de amigos, como pode ser observado na figura a seguir.

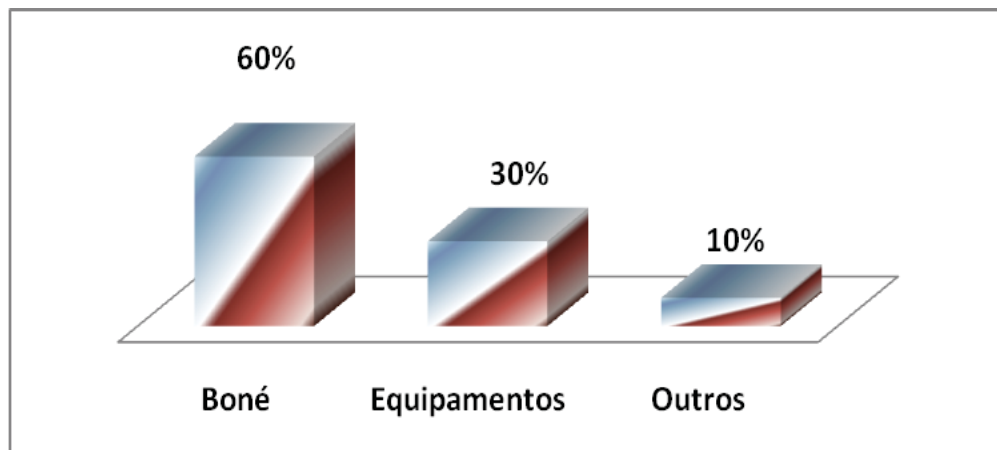


**Figura 4 – Motivação para entrar na tribo**

Quando mencionado cultura, eles preferem no cinema filmes de ação, terror e drama. Não são aptos a programas de televisão no geral, têm o rap como ritmo preferido, e, surpreendentemente, livros de auto-ajuda em sua cabeceira.

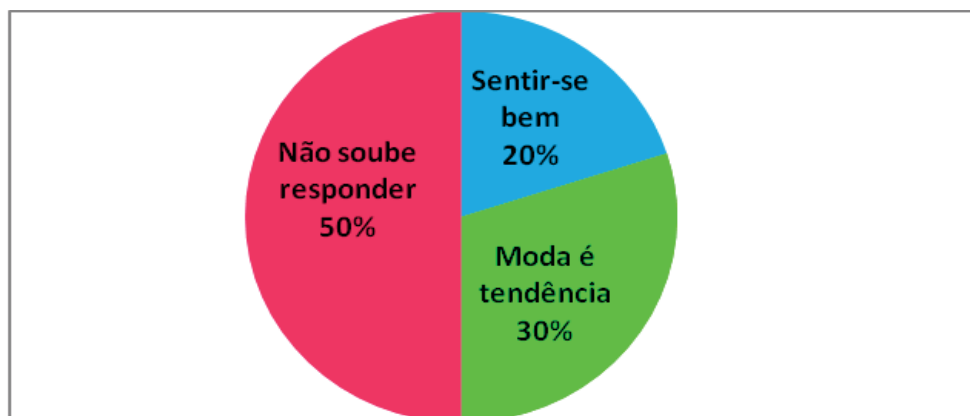
Uma porcentagem total admite que a indumentária da tribo Hip Hop se caracteriza por vestes largas para facilitar o movimento da dança, bonés de aba reta, correntes de prata, tênis e lenços. Já as mulheres optam mais por um estilo sensual e ousado, marcando mais o corpo com blusas bastante decotadas, calças justas, porém não dispensam o uso dos acessórios, como correntes de prata e brincos grandes.

A tribo acredita que as cores e os acessórios, como boné de aba reta, correntes de prata, lenço e tênis, é parte integrante do contexto do Hip Hop. Tal a importância do elemento boné, que 60% o compram com frequência.



**Figura 5 – Consumo da tribo**

Quando questionados sobre conceito de moda, metade dos entrevistados não souberam responder (ver na figura 6), afirmando que lojas especiais para o estilo seguido pela tribo do Hip Hop não existem, se utilizando, no entanto, de lojas com elementos alternativos, como é o caso da *Infect* e *Tribu's*, lojas locais de moda *surfwear*.



**Figura 6 – Conceito de Moda**

Apenas um dos entrevistados não possui emprego, os demais acreditam que o seu modo de se vestir, de agir e pensar no trabalho não interfere nessa atividade, no entanto, 20% dos entrevistados relatam que o seu estilo pessoal não é respeitado nos mais variados ambientes.

Quando estão juntos, 80% dos entrevistados acreditam que a tribo se interessa por assuntos que girem em torno de Música e Rima, enquanto que os demais 20% dizem que conversam sobre assuntos quaisquer. A figura 7 apresenta o gráfico os locais que a tribo costuma se encontrar. Ambientes culturais, tais como a Estação Ciência Cultura e Artes de João Pessoa e ONGs, apresentaram o mesmo peso de relevância com praças públicas e o Centro Histórico da cidade de João Pessoa.

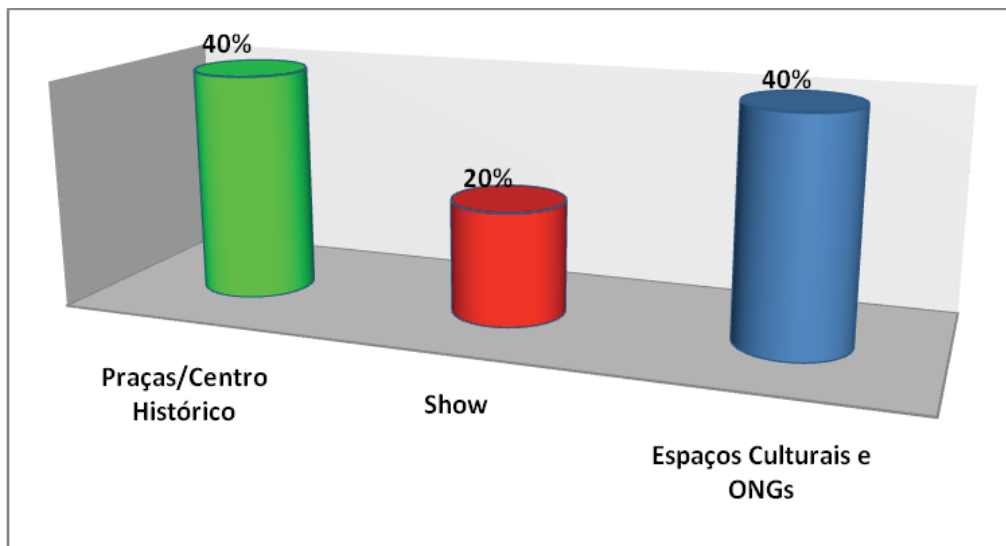


Figura 7 – Principais pontos de encontro

A crença em ídolos, mestres ou gurus variou bastante, tendo os seguintes dados: Deus 20%; Afrika Bambaataa 20%; Bob Marley 20%; Michael Jackson 10%; e Outros 30%.

A tribo se identifica com alguma época ou movimento histórico específico que estão descritos no gráfico a seguir, sendo elas: a origem do hip hop nos EUA e o movimento negro, que foi um foro de debates a respeito da discriminação racial que aconteceu no ano de 1978.



Figura 8 – Envolvimento com a história da tribo

As interferências corporais, tais como tatuagem, *piercing*, alargador, próteses, entre outras coisas, tem presença marcante com 80% das pessoas afirmando que utiliza alguma delas, e metade destes citam ainda que tais interferências caracterizam seu grupo.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os dados obtidos nas entrevistas realizadas com os membros da Tribo Hip Hop, foi constatado que a tribo se caracteriza por sua expressão de liberdade através de seus quatro elementos em forma de protesto, querendo mostrar a sociedade o lado bom da população menos privilegiada. A música é um dos maiores influenciadores para tais participantes aderirem ao movimento. Em nenhuma tribo os integrantes vêem como oposta a sua, porém não se sentem a vontade em ambientes onde exibam ritmos que não lhe agradam, como exemplo mais citado, o “forró de plástico” (termo utilizado para denominar o estilo musical, predominante no Nordeste do Brasil, que teve início a partir do tradicional “forró-pé-serra”). A maioria dos componentes da tribo possui interferências corporais como tatuagens, que, na maioria das vezes, representam sua tribo.

As cores variam bastantes na indumentária dos membros, já que a tribo tem várias fontes de inspiração, desde a origem do movimento, como exemplo o *reggae* com as cores verde, amarelo e vermelho, ao uso do grafite atual utilizando uma infinidade de cores. A música também vem como inspiração por meio de estamparia em *t-shirts*.

Os integrantes têm dificuldade em encontrar no mercado roupas disponíveis em seu estilo. Pelo fato da dificuldade de existências de lojas voltadas especificamente para o público seguidor do Hip Hop em João Pessoa. Para tanto, observou-se que este pode ser um nicho de mercado para a localidade, onde as lojas poderiam investir em comércios especializados para esta tribo. Atualmente, a tribo Hip Hop em João Pessoa se encontra com subdivisões, ou seja, com vários grupos espalhado na cidade de integrantes do movimento, aumentando assim a diversidade da indumentária utilizada.

O estudo foi importante para conhecer o mercado da moda dos participantes do movimento Hip Hop. A determinação de um público alvo, para poder então adequar um tipo de mercado para melhor atendimento é um dos pontos principais para se atender as expectativas dos clientes.

## REFERÊNCIAS

- CANEVACCI, M. **Culturas Extremas, Mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Rio de Janeiro: Editora Dp&a, 2005.
- CIRINO, M. **História do Hip Hop**. 1999. Disponível em: <<http://www.dancaderua.com.br/historia.htm>>, acesso em: 15 mai. 2011.
- JUNY, K. P. **Um pouco da História do Hip Hop...**. São Paulo, out/dez. 2001. Disponível em: <<http://www.realhiphop.com.br/institucional/historia.htm>>, acesso em: 01 abr 2011.
- LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero, A Moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora Schwarcz, 1987.
- MAFFESOLI, M. **O Tempo das Tribos, O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2006.
- MARTINS, G. **História do Hip Hop**. São Paulo, ago. 2006. Disponível em <<http://www.stellaaguaiar.com.br/historiadoritmo/index.htm>>, acesso em: 13 abr 2011.
- PIMENTEL, S. **O livro vermelho do Hip Hop**. 1997. Disponível em: <[http://www.realhiphop.com.br/olivovermelho/spensy\\_pimentel.htm](http://www.realhiphop.com.br/olivovermelho/spensy_pimentel.htm)>, acesso em: 23 mai 2011.
- RONSINI, V. V. M. **Mercadores de Sentido, Consumo de mídia e identidades juvenis**. 2007. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.
- VENTURA, B. **As Raízes**. K WORLD DANCER, 2011. Disponível em <<http://kworlddancer.webnode.pt/as-raizes/>>, acesso em 03 abr 2011.

## UM OLHAR SOBRE OS PROCESSOS EXPERIMENTAIS PARA A CRIAÇÃO DE FONTES TIPOGRÁFICAS

N. V. A. Danielle<sup>1</sup> e B. S. Josinaldo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Pernambuco - Campus Recife e <sup>2</sup>Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife  
daninvilela@gmail.com – josinaldobarbosa@recife.ifpe.edu.br

### RESUMO

O presente artigo faz referência à pesquisa de levantamento de dados e análise das tipografias digitais, desenvolvidas no Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife, enquanto atividade de ensino aprendizagem entre os anos de 2005 e 2010. Foi realizado um levantamento quantitativo das fontes produzidas, na qual foram classificadas em tipografias temáticas, dingbats, urbanas e experimentais, conforme o processo de desenvolvimento.

O objetivo principal da pesquisa é mapear e tentar compreender as características e possibilidades de uso dos processos e métodos de desenvolvimento de fontes digitais, enfatizando as fontes de caráter experimentais. Como metodologia foi realizada uma pesquisa bibliográfica, buscando visualizar o surgimento das tipografias experimentais, assim como observar os exemplos desse tipo de tipografia na literatura.

Foram catalogadas 271 fontes com abordagens temáticas e livres, onde foram utilizados diversos métodos de desenvolvimento, na qual o resultado desta análise nos mostrou que do total de fontes produzidas temos: 40% temáticas, 36% dingbats, 13% experimentais e 10% urbanas. Destas, as fontes experimentais foram classificadas conforme seu processo de desenvolvimento em conceitual, material ou processual, de forma a melhor compreender este processo e suas peculiaridades enquanto possibilidades gráficas e de criação.

**Palavras-chave:** tipografia, ensino e design experimental.

## 1. INTRODUÇÃO

A escolha da tipografia é um importante fator em um projeto gráfico, traçando sua personalidade em harmonia com os demais elementos que o compõe. Logo, é importante destacar as iniciativas de movimentação e incentivo à produção tipográfica em âmbito acadêmico, pois elas são fundamentais na formação de novos olhares, otimizando, ampliando a geração de fontes digitais nacionais e contribuindo para melhorar a qualidade das mesmas.

Existe hoje um número indeterminado de fontes nas mais diversas situações projetuais, como as produzidas para texto, na qual podemos encontrá-las tanto para o público infantil quanto para livros, publicidades, propagandas etc. As novas tecnologias e a popularização da internet foram um dos maiores fatores que possibilitaram a grande produção e distribuição de fontes digitais, que são definidas por Priscila Farias como:

[...] conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação) para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (a mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel, gravados em um documento digital). (FARIAS, 2001, p. 15).

As primeiras fontes tipográficas digitais começaram a aparecer no Brasil no início da década de 1990, onde profissionais de programação visual começaram a se especializar nesse campo e de acordo com Gomes (2010, p. 67), desde meados dessa década “são registradas várias iniciativas de estudantes quanto ao estudo e desenvolvimento de tipos digitais”. Logo, alguns deles começaram a se profissionalizar na área e hoje podemos contar com disciplinas específicas em design de tipos em curso de graduação em várias instituições do Brasil.

O curso de Design Gráfico do IFPE/Recife (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco, campus Recife) vem desenvolvendo atividades relacionadas à tipografia desde o seu início em 2000, porém, só a partir de 2005 começou a produzir fontes de forma funcional (formatos digitais). A criação das fontes ocorre geralmente na disciplina de diagramação, em mais ou menos nove semanas, ou seja, metade do semestre letivo, onde a outra metade é direcionada as atividades de diagramação.

Não há um padrão para o ensino na criação de fontes dentro da disciplina e o trabalho vai sofrendo adaptações de acordo com as diretrizes do professor. Nos primeiros anos houve um tema guia para os trabalhos, enquanto que nos anos seguintes os trabalhos foram desenvolvidos sobre uma temática livre, deixando a escolha do discente o assunto a ser desenvolvido e o tipo de fonte a ser projetada.

Nesse contexto, os fatores mais importantes são a compreensão dos métodos para o desenvolvimento de tipografias, a percepção do campo de atuação, a expressão e as possibilidades de uso da tipografia. Não há necessariamente uma preocupação com a perfeição técnica da fonte digital, mas um enfoque na compreensão e extensão da vivência educacional com as possibilidades e experiências pessoais de cada aluno com a tipografia.

Alguns dos trabalhos desenvolvidos obtiveram projeção nacional e internacional como, por exemplo, as fontes: *Romero Brito* por Rodrigo Rios, *Macumbat* por Zózimo Neto, *Lego* por João Paulo Angelim, *Mascaras de Veneza* por Natália e Cibelli e *Sentai* por Débora e Gabriela. Podemos destacar, também, a fonte *Boneca\_de\_Pano* de Pedrina Tavares que foi selecionada para a exposição do Tipos Latinos 2010, o maior evento tipográfico latino-americano.

É sobre este conjunto de fontes que o presente trabalho se debruça com o objetivo de analisar a produção de tipografias digitais de caráter experimental. Foram criadas 271 fontes no total, onde os alunos tiveram a possibilidade de explorar diversos temas e métodos de produção, resultando em fontes com características temáticas, urbanas, dingbats e experimentais, conforme definições abaixo:

A **fonte temática** é projetada a partir de um assunto específico, onde são realizadas pesquisas e coletados dados para o seu desenvolvimento, que normalmente segue uma metodologia projetual de

design, dividida de uma forma geral, em: problema, análise dos dados, criação, execução e teste. (SILVA<sup>1</sup>). A **tipografia urbana**, definida por Bruno Martins (2007, p. 20) como sendo “letras produzidas manualmente que surgem em qualquer local onde exista uma demanda de comunicação”. Ela é construída com base nos letreiros e pichações encontrados em placas, muros, barracas, viadutos, barcos, carroças, caminhões, passarelas e diversos suportes disponíveis nas ruas das grandes e pequenas cidades, resgatando os traços e as formas fortes das culturas existentes nos subúrbios das grandes cidades e a estética vernacular e marginal das periferias.

Pode-se dizer que os **dingbats** são ilustrações que descendem das ‘vinhetas tipográficas’ que serviam para decoração de páginas. Cauduro (2002) as define como “fontes não-alfanuméricas, pictóricas ou de sinais gráficos arbitrários e que exploram diversos temas”. Podem ser desenvolvidos segundo um caráter urbano, temático ou experimental. Já as **fontes experimentais** são aquelas em que, na busca por um resultado singular, há o uso de experimentos ao longo do projeto. Rocha (2003, p. 53) diz que “o experimentalismo pode seguir em várias direções. A mistura de estilos, distorções óticas, caligrafias inusitadas e todo tipo de variações geométricas são alguns dos caminhos”.

Quanto à projeção de fontes digitais, temos alguns autores que discutem o processo de construção de fonte de texto e display (tipos projetados para títulos), na qual podemos citar: Frutiger (2002), Bringhurst (2005), Ruder (1992) e Cheng (2005). Estes processos também são objetos de estudo em nosso meio acadêmico, onde encontramos teses, dissertações, monografias e artigos. Fazemos menção à: Buggy (2007), Lopes (2009), Cavalcanti (2010), Vargas (2005) e Firmino (2008).

Percebemos ainda um crescente interesse no estudo dos letreiros urbanos, também chamada de tipografia popular ou vernacular, como podemos notar através dos trabalhos de Finizola (2010), Finizola e Coutinho (2009), Fernanda Martins (2008), Camargo (2003), Farias (2000) e Bruno Martins (2007).

Quanto às fontes de características experimentais, há um crescente interesse na sua produção e uso, como podemos observar em diversos sites, impressos, vídeos, cinema e mídias de uma forma geral. Porém, são poucos os estudos referentes nesta área, como os encontrados na *Typotheque* (<http://www.typotheque.com>), um tipo de fundição e estúdio de design voltado para o desenvolvimento de novas fontes, e nas obras de Peter Bilak (2005), Miller (1996) e Teal Triggs (2003).

Com base nisto, percebemos a importância na tentativa de compreender os processos experimentais e seus resultados enquanto método de criação tipográfica, analisando suas limitações, seu potencial, seus conceitos e suas possibilidades de uso.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 O pós-modernismo e o design tipográfico

O pós-modernismo chega para findar com o domínio do Estilo Internacional, presente no design desde a Bauhaus, onde reinava a tipografia neutra e objetiva e o uso quase que obrigatório de um alinhamento por *grids*. A partir da década de 60, surge no design suíço as primeiras ideias pós-modernistas. De acordo com Meggs e Purvis (2009), é onde se começa a trabalhar os elementos com mais liberdade nas composições, explorando-os de forma mais intuitiva e aleatória.

A tipografia era tida pelos designers suíços como um “meio de flexibilizar as regras do modernismo e de adotar uma prática mais experimental.” (MEGGS E PURVIS, op. cit., p. 604). Nos anos 70, professores e profissionais formados no Estilo Tipográfico Internacional começaram a procurar uma nova forma de fazer o design tipográfico, criando a Tipografia *New wave*.

---

<sup>1</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

Um dos maiores defensores dessas mudanças foi o tipógrafo suíço Wolfgang Weingart que questionava “a tipografia da ordem e a nitidez absoluta” (MEGGS E PURVIS, op. cit., p. 605), e considerava as possibilidades do improviso e da experimentação tipográfica (Fig. 1), utilizando a intuição em busca de efeitos visuais enriquecedores.



Figura 1 – Experiências tipográficas de Wolfgang Weingart, 1971.<sup>2</sup>

Nos anos de 1980 tivemos as escolas de Memphis e San Francisco, constituindo um movimento do design pós-moderno que trouxe grandes inovações para a área. Existia nos projetos da Memphis uma atitude experimental, englobando formas geométricas exageradas e cores vivas, muitas vezes extravagantes, e as escolas de arte de San Francisco transmitiam aos seus trabalhos otimismo e bom humor através dos traços livres, tons pastéis e composição intuitiva.

Ainda nos anos 80, aconteceu em Nova York um movimento chamado design *retrô*, que de acordo com Meggs e Purvis (2009, p. 617), podemos considerá-lo como sendo “um aspecto do pós-modernismo devido ao seu interesse pelas retomadas históricas.” Assim, os designers buscavam reviver em seus projetos o design modernista do início do século XX, com seu desrespeito às regras tipográficas e seu encantamento pelos tipos excêntricos bastante utilizados nos anos 20 e 30.

Uma figura importante para o design dos anos 80, por sua postura favorável à experimentação na construção de tipografias, foi Neville Brody. Este afirmava nunca ter aprendido as regras de tipografia, tornando-se livre para criar métodos de trabalho que o ajudavam em seus projetos (Fig. 2).

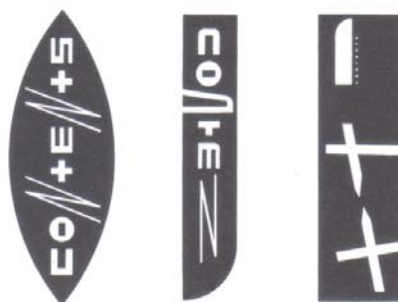


Figura 2 – Neville Brody. Títulos da página do sumário da revista inglesa *The Face*, nº 49, 52 d 55, 1984. A palavra *contents* (sumário) foi sendo desconstruída em glifos abstratos durante algumas edições.<sup>3</sup>

Assim, podemos dizer que o pós-modernismo trouxe uma onda de liberdade onde a intuição se opôs ao moderno, que vinha dominando boa parte do século XX com seus alinhamentos, clareza e objetividades rígidas. Um dos aspectos da tipografia atual é essa liberdade na criação, onde não existem regras específicas para sua geração e o designer é quem impõe seu próprio método e as limitações às suas descobertas.

<sup>2</sup> Figura retirada do livro *História do Design Gráfico*, de Pilip Meggs e Alston Purvis (2009)

<sup>3</sup> Figura retirada do livro *História do Design Gráfico*, de Pilip Meggs e Alston Purvis (2009)



## 2.2 O experimental e a tipografia

O termo experimento vem sendo bastante usado nas áreas do design gráfico e da tipografia como substantivo, para significar uma novidade ou algo não convencional. Com relação à área científica, o experimento está relacionado à existência de uma hipótese a ser comprovada e de acordo com Peter Bilak (2005), em artigo postado para a *typotheque.com*, a experimentação neste sentido é uma abordagem empírica ao conhecimento, na qual outros podem construir através de bases preestabelecidas.

Já o experimento voltado para o design, trata-se de algo que o resultado não é baseado na razão pura, não tendo uma ideia preestabelecida dos resultados, mas que pode determinar uma relação de causa e efeito. Sobre o experimental, David Carson diz ser algo novo, que ainda não foi experimentado, mas “também sugere que a essência da experimentação é de ir contra os padrões vigentes, ao invés de ser guiado por convenções”. (CARSON apud BILAK, 2005 tradução nossa).

Bilak (2005) cita a pesquisa de Teal Triggs em seu livro *The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design*, onde alguns designers renomados definem o termo ‘experimental’ como sendo a novidade formal do resultado enquanto outros dizem ser assumir riscos por algo que não se sabe o resultado. No entanto, os avanços tecnológicos e a rapidez com que as informações são trocadas e transmitidas dificultam a novidade completa dos resultados.

Diferentemente dos autores acima, Claudio Rocha (2003, p. 52) fez uma análise dos aspectos da linguagem visual em um projeto tipográfico e dividiu a tipografia em clássica e experimental, onde define as clássicas como àquelas mais tradicionais, na qual estão bem estabelecidas e presentes no cotidiano de qualquer pessoa alfabetizada. Já sobre as tipografias experimentais ele afirma ser àquelas “em que a visão e o estilo de um designer são expressos em seu trabalho, amarrados por uma proposta mais ou menos reconhecível”.

Conforme as definições apresentadas, podemos perceber que Rocha talvez se refira apenas a determinados tipógrafos de caráter conceitual como Neville Brody, David Carson, Zuzana Liko e Rudy VanderLans, onde eram testados conceitos de legibilidade e novos limites dos caracteres, inspirados pelos ideais pós-modernistas e pela nova tecnologia digital.

As fontes de caráter experimental, produzidas no IFPE exploram um pouco do panorama definido por Peter Bilak quanto à experimentação. É neste processo estabelecido pela novidade formal e processual, onde os resultados são imprevistos, que está centrada nossa pesquisa.

## 3. OBJETIVOS

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar as características e possibilidades do uso de processos experimentais na criação de tipografias buscando compreender suas dificuldades e questionamentos com relação aos métodos utilizados.

Como objetivos específicos destacam-se: fazer levantamento das fontes experimentais desenvolvidas no Curso de Design Gráfico do IFPE; classificar as fontes digitais segundo o processo utilizado em sua criação; e analisar os processos experimentais utilizados e tipografias resultantes, verificando possibilidades, plasticidades, potencialidade, limitações e características pertinentes.

## 4. METODOLOGIA

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para fundamentarmos alguns conceitos referentes ao trabalho, abordando um pouco de história da tipografia, buscando entender como se deu o surgimento das primeiras experimentações na área do design tipográfico, tipografia experimental e seus processos. Esse

estudo continuou no decorrer do projeto sempre que necessário, complementando e ajudando em alguns questionamentos que surgiam em meio às investigações.

O passo seguinte foi fazer o levantamento das tipografias produzidas pelos alunos de Design do Instituto Federal de Pernambuco e selecionar as fontes de caráter experimental, na qual foram listadas 36. Para uma melhor análise, foram selecionadas àquelas que possuíam uma descrição mais detalhada do processo relatado em um manual ou memorial descritivo, através de texto e/ou de registros do experimento.

Também foram pesquisadas fontes de caráter experimental em livros e sites direcionados à tipografia, não restringindo a análise apenas ao trabalho dos estudantes, buscando referências já existentes no mercado e em algumas bibliografias como complemento dos estudos realizados no Instituto.

Através de observações das fontes experimentais, tanto as dos alunos do Instituto quanto às dos sites e livros específicos da área, passamos a testar a classificação desenvolvida por Josinaldo Silva<sup>4</sup> para esses tipos, que divide os seus processos de criação em: conceitual, material ou processual.

A **fonte experimental-conceitual** tem como fundamento a experimentação de determinados conceitos, objetivando a exploração e ampliação dos seus limites<sup>5</sup>. Como exemplo, temos a fonte ‘*You Can read me?*’ desenvolvida de forma experimental pelo designer britânico Phil Baines para a publicação *Fuse*, explorando os limites de reconhecimento dos caracteres da fonte *Claredon*. (Fig. 3).

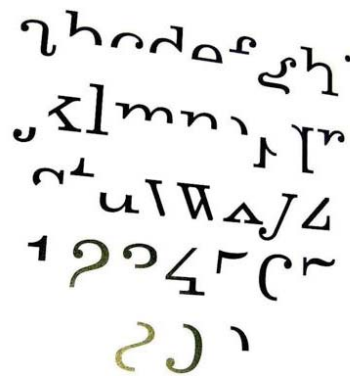


Figura 3 – Fonte *You can read me?*, 1991<sup>6</sup>

A **fonte experimental-material** é criada a partir do desenho com instrumentos, suportes e diversos materiais de uso não tradicionais para desenho e que tem suas particularidades interferindo na fonte final<sup>7</sup>. Temos fontes geradas com material retirado de lixo, cabelos, cordões, tijolos, ruelas, fósforos, arames, canudos, gravetos etc. Como exemplo, temos a fonte abaixo (Fig. 4) desenvolvida a partir de cordões, apresentando as características pertinentes do material, como sua maleabilidade, permitindo uma suavidade nas curvas e mais controle sobre o desenho das letras.



Figura 4 – Fonte *Nila*, por Adalgisa de Fátima, IFPE/2008. Tipo desenvolvido a partir de cordões.

<sup>4,5</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

<sup>6</sup> Figura retirada do livro *Type design: radical innovations and experimentation*, de Triggs, Teal, 2003.

<sup>7</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

A **fonte experimental-processual** tem como determinante o processo desenvolvido, ou seja, são as ações, os métodos e as técnicas realizadas durante o experimento que irão influenciar no resultado final. Neste tipo de experimento, não temos controle sobre o resultado. Não é o conceito ou a matéria-prima o determinante, mas o tempo, o meio, a ação que definem os caminhos a serem seguidos<sup>8</sup>. Como exemplo deste tipo de fonte, temos a *Light Paint*, onde podemos ver abaixo um registro do experimento (Fig. 5):



**Figura 5 – A fonte *Light Paint* foi gerada através do movimento de uma fonte luminosa durante exposição diante de uma câmera fotográfica.**

Podemos perceber que o experimento conceitual é determinado pela ideia de testar algo. No experimental-material a tipografia é fruto da ação e das decisões humanas relacionadas ao material disponível e aos instrumentos de manipulação, onde as formas dos caracteres de alguma maneira ainda são desenhadas e sofrem influencia dos materiais. No experimental-processual o resultado final não mais obedece totalmente às diretrizes de quem o manipula, ou seja, o resultado está fadado ao acaso do processo e de certa forma à novidade e ao risco. O desenho é feito somente até certo ponto.

A partir de então, para facilitar a classificação das fontes experimentais produzidas pelos alunos, foi elaborado uma tabela onde podemos fazer a identificação de todas as fontes, descrevendo-as e classificando-as de acordo com o processo experimental. Abaixo, podemos ver a tabela de análise das fontes experimentais produzidas na turma de 2006.1. (Tabela 1).

**Tabela 1 – Quadro utilizado na classificação das fontes experimentais.**

2006.1			
Alunos	Fontes	Classificação	Descrição dos Experimentos
Marco e Thássia	Vitalino	Material	Fonte construída com massa de modelar
Bruno de Araújo e Luciano Aguiar	Rupestre	Material	Fonte gerada através de desenhos a lápis de cera em papel sobre uma pedra, tirando proveito de sua textura.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Como já foi referido, catalogamos 271 fontes produzidas pelos alunos do Instituto entre os anos de 2005 e 2010, onde a maior parte delas é de caráter temático e de dingbats. Através dessa catalogação podemos observar que as fontes experimentais começaram a ser produzidas a partir de 2006 e as fontes urbanas só a partir de 2007, na qual estas aparecem em menor número dentre toda produção. Dessas fontes, 2 não foram classificadas por não apresentarem informações suficientes ou por ter os arquivos de registro danificados, correspondendo a 1% do total. (Fig. 6).

<sup>8</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

### Total de fontes produzidas no IFPE/Recife

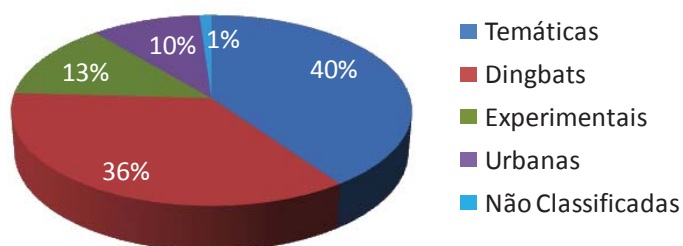


Figura 6 – Percentual do total de fontes produzidas pelos alunos do IFPE/Recife entre 2005 e 2010.

Do total de fontes catalogadas, consideramos 36 experimentais (13%), as quais foram analisadas e identificadas para estudos. A fonte experimental de caráter material foi a que se apresentou em maior quantidade e apenas uma fonte experimental não foi classificada por não possuir informações suficientes em seus arquivos de processo (Tabela 2).

Tabela 2 – Resultado final da classificação das fontes experimentais.

RESULTADOS	
Fontes Experimentais	Quantidade
Conceitual	-
Material	26
Processual	9
Não classificável*	1

\* Faltou informações/arquivos de processo

As fontes são desenvolvidas na disciplina de Diagramação, no segundo módulo do curso de Design Gráfico. As abordagens projetuais sofrem modificações de acordo com o planejamento do módulo a qual faz parte. Ou seja, a relação quantitativa apresentada no gráfico acima (Fig. 6) está diretamente relacionada com o foco da disciplina no período em questão, não significando uma preferência por determinados tipos ou tendências de opções, mas apenas o levantamento do material produzido.

Percebemos que algumas das fontes analisadas apresentam um grande número de pontos em seus arquivos digitais, causando erros em seus funcionamentos ou até mesmo inviabilizando sua instalação e uso em diversos softwares, enquanto outras apresentam falhas no seu desenho e geralmente não há um estudo aprofundado no *kerning* e no próprio espaçamento. No entanto, é importante lembrar que o tempo de criação é bastante curto diante do proposto na disciplina e o objetivo final não é ter uma fonte digital tecnicamente perfeita. Também temos que levar em consideração que as fontes foram desenvolvidas em um ambiente acadêmico, onde erros e acertos fazem parte do processo de aprendizagem do aluno.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram encontradas poucas fontes experimentais produzidas no IFPE, dentre estas não há nenhuma que seja de caráter conceitual. Na literatura também encontramos poucas fontes conceituais e geralmente relacionadas à produção de Suzana Liko e contemporâneos, que exploravam as novas tecnologias e as quebras de limites que estas proporcionavam.

Como mostra a tabela 2, temos uma maior produção de tipografias experimentais de caráter material, dentre os quais podemos citar: papel, pedra, massa de modelar, espaguete, areia, barbantes, feijões, tijolos, arame farpado, pipoca, ruelas, pingos de vela, dentre outros. Observamos então que há uma grande variedade de materiais, cada um com suas particularidades e resultados específicos.

Mas, também são estas que geralmente apresentam problemas técnicos quanto ao seu desenho e quantidade de pontos por caracteres. Pois, muitas são produzidas através da captura das imagens através da fotografia digital e depois trabalhadas em um programa de edição de imagens para ser vetorizadas. Esse processo normalmente gera uma grande quantidade de pontos se as imagens não são lineares ou de curvas simples, o que necessitaria de um trabalho de redução e ajustes no seu desenho.

As fontes de caráter processual assemelham-se em aspectos às experimentais-materiais, tendo em vista que no processo final também passam pela captura das imagens por fotografia digital. Além disso, esses dois tipos de fontes experimentais têm um limite tênue, pois tanto o processo como o material tem influencia final no desenho. O que os diferencia é apenas a sua determinação no desenho final. Em alguns desenhos o material é o determinante enquanto no outro é o processo que determina as características finais da fonte.

Assim, observamos que o levantamento das fontes criadas pelos discentes do IFPE permitiu uma maior compreensão do trabalho de desenvolvimento de fontes digitais, o que poderá possibilitar um direcionamento da disciplina e dos métodos de ensino para com os objetivos traçados. Quanto à classificação das fontes experimentais, pode-se afirmar que seu uso estabelece um melhor entendimento do processo em si, mesmo necessitando de estudos mais aprofundados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BILAK, Peter. **Experimental typography. Whatever that means**. Disponível em: <[http://www.typotheque.com/articles/experimental\\_typography\\_whatever\\_that\\_mea](http://www.typotheque.com/articles/experimental_typography_whatever_that_mea)>. Acesso em: 06 jan. 2011.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. Cosac Naify, 2005

BUGGY, 1976. **O MECOTipo: método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos**. Recife: Buggy, 2007.

CAUDURO, Flávio Vinicius. Tipografia Digital pós-moderna. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP15cauduro.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP15cauduro.pdf)>. Acesso em: 09 ago. 2010.

CAMARGO, José Eduardo & SOARES, I. **O Brasil das Placas: uma viagem por um país ao pé da letra**. São Paulo: Editora Abril, 2003.

CAVALCANTI, Aline Silveira. **Hidromel: uma tipografia digital com raízes litográficas**. Dissertação (Bacharelado em Design). Departamento de Design. Recife: UFPE, 2010.

CHENG, Karen. **Designing Type**. Yale University Press, 2005.

FARIAS, Priscila L. **Tipografia Digital: o impacto das novas tecnologias**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

\_\_\_\_\_. **Seu Juca: letrista pernambucano**. In: *Tipografia*. São Paulo: v. 1, 2000. P. 18-21.

FINIZOLA, Fátima. **Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares**. São Paulo: Blucheer, 2010. (Coleção pensando o design. Priscila Farias, coordenadora).

FINIZOLA, F e COUTINHO, S. **Em busca de uma classificação para os letreiramentos populares.** Disponível em: <[http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.62009/ID\\_v6\\_n2\\_2009\\_16\\_29\\_Finizola\\_et\\_al.pdf?download=1](http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.62009/ID_v6_n2_2009_16_29_Finizola_et_al.pdf?download=1)>. Acesso em: 09 ago. 2010.

FIRMINO, Uriá Fassina. **Tipografia: Cultura, História, Criação e Metodologias.** Dissertação (Bacharelado em Design Gráfico). Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2009.

FRUTIGER, Adrian. **En torno a la tipografía.** Barcelona. GG. 2002.

GOMES, Ricardo Esteves. **O design brasileiro de tipos digitais: a configuração de um campo profissional.** São Paulo: Blucher, 2010. (Coleção pensando o design. Priscila Farias, coordenadora).

LOPES, Fábio. **O Processo da construção das fontes digitais de simulação caligráfica.** Dissertação (Mestrado em Design). Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

MARTINS, Bruno Guimarães. **Tipografia Popular: potência do ilegível na experiência do cotidiano.** São Paulo: Annablume, 2007.

MARTINS, Fernanda de Oliveira. **Letras que flutuam: o abridor de letra e a tipografia vitoriana.** Belém: UFPA, 2008. Disponível em: <<http://rodrigocunha.jor.br/blog/index.php/2010/08/31/tipografia-vitoriana-na-amazonia/>>. Acesso em: 25 jan. 2011.

MEGGS, P E PURVIS, A. **História do design gráfico.** Tradução de Cid Knipel. 4.ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MILLER, J Abbott. **Dimensional Typography: case studies on the shape of letters in virtual environments.** Princeton Architectural Press, 1996.

ROCHA, Claudio. Projeto Tipográfico: **Análise e produção de fontes digitais.** 2.ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

RUDER, Emil. **Manual de diseño tipográfico.** Barcelona: GG, 1992.

VARGAS, Fernando de Mello. **Mello Sans.** Dissertação (Graduação). São Paulo: USP, 2005.

TRIGGS, Teal. **Type design: radical innovations and experimentation.** New York: Harper Design International, 2003.

## UM OLHAR SOBRE OS PROCESSOS EXPERIMENTAIS PARA A CRIAÇÃO DE FONTES TIPOGRÁFICAS

N. V. A. Danielle<sup>1</sup> e B. S. Josinaldo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal de Pernambuco - Campus Recife  
daninvilela@gmail.com – josinaldobarbosa@recife.ifpe.edu.br

### RESUMO

O presente artigo faz referência à pesquisa de levantamento de dados e análise das tipografias digitais, desenvolvidas no Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Instituto Federal de Pernambuco – Campus Recife, enquanto atividade de ensino aprendizagem entre os anos de 2005 e 2010. Foi realizado um levantamento quantitativo das fontes produzidas, na qual foram classificadas em tipografias temáticas, dingbats, urbanas e experimentais, conforme o processo de desenvolvimento.

O objetivo principal da pesquisa é mapear e tentar compreender as características e possibilidades de uso dos processos e métodos de desenvolvimento de fontes digitais, enfatizando as fontes de caráter experimentais. Como metodologia foi realizada uma pesquisa bibliográfica, buscando visualizar o surgimento das tipografias experimentais, assim como observar os exemplos desse tipo de tipografia na literatura.

Foram catalogadas 271 fontes com abordagens temáticas e livres, onde foram utilizados diversos métodos de desenvolvimento, na qual o resultado desta análise nos mostrou que do total de fontes produzidas temos: 40% temáticas, 36% dingbats, 13% experimentais e 10% urbanas. Destas, as fontes experimentais foram classificadas conforme seu processo de desenvolvimento em conceitual, material ou processual, de forma a melhor compreender este processo e suas peculiaridades enquanto possibilidades gráficas e de criação.

**Palavras-chave:** tipografia, ensino e design experimental.

## 1. INTRODUÇÃO

A escolha da tipografia é um importante fator em um projeto gráfico, traçando sua personalidade em harmonia com os demais elementos que o compõe. Logo, é importante destacar as iniciativas de movimentação e incentivo à produção tipográfica em âmbito acadêmico, pois elas são fundamentais na formação de novos olhares, otimizando, ampliando a geração de fontes digitais nacionais e contribuindo para melhorar a qualidade das mesmas.

Existe hoje um número indeterminado de fontes nas mais diversas situações projetuais, como as produzidas para texto, na qual podemos encontrá-las tanto para o público infantil quanto para livros, publicidades, propagandas etc. As novas tecnologias e a popularização da internet foram um dos maiores fatores que possibilitaram a grande produção e distribuição de fontes digitais, que são definidas por Priscila Farias como:

[...] conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação) para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (a mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel, gravados em um documento digital). (FARIAS, 2001, p. 15).

As primeiras fontes tipográficas digitais começaram a aparecer no Brasil no início da década de 1990, onde profissionais de programação visual começaram a se especializar nesse campo e de acordo com Gomes (2010, p. 67), desde meados dessa década “são registradas várias iniciativas de estudantes quanto ao estudo e desenvolvimento de tipos digitais”. Logo, alguns deles começaram se profissionalizar na área e hoje podemos contar com disciplinas específicas em design de tipos em curso de graduação em várias instituições do Brasil.

O curso de Design Gráfico do IFPE/Recife (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco, campus Recife) vem desenvolvendo atividades relacionadas à tipografia desde o seu início em 2000, porém, só a partir de 2005 começou a produzir fontes de forma funcional (formatos digitais). A criação das fontes ocorre geralmente na disciplina de diagramação, em mais ou menos nove semanas, ou seja, metade do semestre letivo, onde a outra metade é direcionada as atividades de diagramação.

Não há um padrão para o ensino na criação de fontes dentro da disciplina e o trabalho vai sofrendo adaptações de acordo com as diretrizes do professor. Nos primeiros anos houve um tema guia para os trabalhos, enquanto que nos anos seguintes os trabalhos foram desenvolvidos sobre uma temática livre, deixando a escolha do discente o assunto a ser desenvolvido e o tipo de fonte a ser projetada.

Nesse contexto, os fatores mais importantes são a compreensão dos métodos para o desenvolvimento de tipografias, a percepção do campo de atuação, a expressão e as possibilidades de uso da tipografia. Não há necessariamente uma preocupação com a perfeição técnica da fonte digital, mas um enfoque na compreensão e extensão da vivência educacional com as possibilidades e experiências pessoais de cada aluno com a tipografia.

Alguns dos trabalhos desenvolvidos obtiveram projeção nacional e internacional como, por exemplo, as fontes: *Romero Brito* por Rodrigo Rios, *Macumbat* por Zózimo Neto, *Lego* por João Paulo Angelim, *Mascaras de Veneza* por Natália e Cibelli e *Sentai* por Débora e Gabriela. Podemos destacar, também, a fonte *Boneca\_de\_Pano* de Pedrina Tavares que foi selecionada para a exposição do Tipos Latinos 2010, o maior evento tipográfico latino-americano.

É sobre este conjunto de fontes que o presente trabalho se debruça com o objetivo de analisar a produção de tipografias digitais de caráter experimental. Foram criadas 271 fontes no total, onde os alunos tiveram a possibilidade de explorar diversos temas e métodos de produção, resultando em fontes com características temáticas, urbanas, dingbats e experimentais, conforme definições abaixo:

A **fonte temática** é projetada a partir de um assunto específico, onde são realizadas pesquisas e coletados dados para o seu desenvolvimento, que normalmente segue uma metodologia projetual de



design, dividida de uma forma geral, em: problema, análise dos dados, criação, execução e teste. (SILVA<sup>1</sup>). A **tipografia urbana**, definida por Bruno Martins (2007, p. 20) como sendo “letras produzidas manualmente que surgem em qualquer local onde exista uma demanda de comunicação”. Ela é construída com base nos letreiros e pichações encontrados em placas, muros, barracas, viadutos, barcos, carroças, caminhões, passarelas e diversos suportes disponíveis nas ruas das grandes e pequenas cidades, resgatando os traços e as formas fortes das culturas existentes nos subúrbios das grandes cidades e a estética vernacular e marginal das periferias.

Pode-se dizer que os **dingbats** são ilustrações que descendem das ‘vinhetas tipográficas’ que serviam para decoração de páginas. Cauduro (2002) as define como “fontes não-alfanuméricas, pictóricas ou de sinais gráficos arbitrários e que exploram diversos temas”. Podem ser desenvolvidos segundo um caráter urbano, temático ou experimental. Já as **fontes experimentais** são aquelas em que, na busca por um resultado singular, há o uso de experimentos ao longo do projeto. Rocha (2003, p. 53) diz que “o experimentalismo pode seguir em várias direções. A mistura de estilos, distorções óticas, caligrafias inusitadas e todo tipo de variações geométricas são alguns dos caminhos”.

Quanto à projeção de fontes digitais, temos alguns autores que discutem o processo de construção de fonte de texto e display (tipos projetados para títulos), na qual podemos citar: Frutiger (2002), Bringhurst (2005), Ruder (1992) e Cheng (2005). Estes processos também são objetos de estudo em nosso meio acadêmico, onde encontramos teses, dissertações, monografias e artigos. Fazemos menção à: Buggy (2007), Lopes (2009), Cavalcanti (2010), Vargas (2005) e Firmino (2008).

Percebemos ainda um crescente interesse no estudo dos letreiros urbanos, também chamada de tipografia popular ou vernacular, como podemos notar através dos trabalhos de Finizola (2010), Finizola e Coutinho (2009), Fernanda Martins (2008), Camargo (2003), Farias (2000) e Bruno Martins (2007).

Quanto às fontes de características experimentais, há um crescente interesse na sua produção e uso, como podemos observar em diversos sites, impressos, vídeos, cinema e mídias de uma forma geral. Porém, são poucos os estudos referentes nesta área, como os encontrados na *Typotheque* (<http://www.typotheque.com>), um tipo de fundição e estúdio de design voltado para o desenvolvimento de novas fontes, e nas obras de Peter Bilak (2005), Miller (1996) e Teal Triggs (2003).

Com base nisto, percebemos a importância na tentativa de compreender os processos experimentais e seus resultados enquanto método de criação tipográfica, analisando suas limitações, seu potencial, seus conceitos e suas possibilidades de uso.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 O pós-modernismo e o design tipográfico

O pós-modernismo chega para findar com o domínio do Estilo Internacional, presente no design desde a Bauhaus, onde reinava a tipografia neutra e objetiva e o uso quase que obrigatório de um alinhamento por *grids*. A partir da década de 60, surge no design suíço as primeiras ideias pós-modernistas. De acordo com Meggs e Purvis (2009), é onde se começa a trabalhar os elementos com mais liberdade nas composições, explorando-os de forma mais intuitiva e aleatória.

A tipografia era tida pelos designers suíços como um “meio de flexibilizar as regras do modernismo e de adotar uma prática mais experimental.” (MEGGS E PURVIS, op. cit., p. 604). Nos anos 70, professores e profissionais formados no Estilo Tipográfico Internacional começaram a procurar uma nova forma de fazer o design tipográfico, criando a Tipografia *New wave*.

<sup>1</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

Um dos maiores defensores dessas mudanças foi o tipógrafo suíço Wolfgang Weingart que questionava “a tipografia da ordem e a nitidez absoluta” (MEGGS E PURVIS, op. cit., p. 605), e considerava as possibilidades do imprevisto e da experimentação tipográfica (Fig. 1), utilizando a intuição em busca de efeitos visuais enriquecedores.



Figura 1 – Experiências tipográficas de Wolfgang Weingart, 1971.<sup>2</sup>

Nos anos de 1980 tivemos as escolas de Memphis e San Francisco, constituindo um movimento do design pós-moderno que trouxe grandes inovações para a área. Existia nos projetos da Memphis uma atitude experimental, englobando formas geométricas exageradas e cores vivas, muitas vezes extravagantes, e as escolas de arte de San Francisco transmitiam aos seus trabalhos otimismo e bom humor através dos traços livres, tons pastéis e composição intuitiva.

Ainda nos anos 80, aconteceu em Nova York um movimento chamado design *retrô*, que de acordo com Meggs e Purvis (2009, p. 617), podemos considerá-lo como sendo “um aspecto do pós-modernismo devido ao seu interesse pelas retomadas históricas.” Assim, os designers buscavam reviver em seus projetos o design modernista do início do século XX, com seu desrespeito às regras tipográficas e seu encantamento pelos tipos excêntricos bastante utilizados nos anos 20 e 30.

Uma figura importante para o design dos anos 80, por sua postura favorável à experimentação na construção de tipografias, foi Neville Brody. Este afirmava nunca ter aprendido as regras de tipografia, tornando-se livre para criar métodos de trabalho que o ajudavam em seus projetos (Fig. 2).

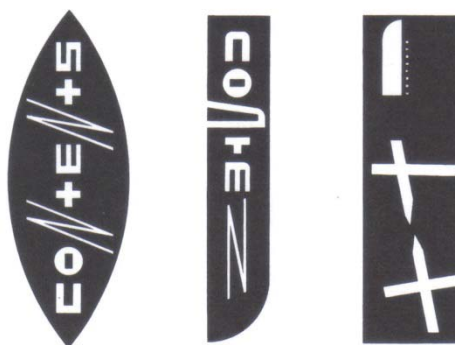


Figura 2 – Neville Brody. Títulos da página do sumário da revista inglesa *The Face*, nº 49, 52 d 55, 1984. A palavra *contents* (sumário) foi sendo desconstruída em glifos abstratos durante algumas edições.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Figura retirada do livro *História do Design Gráfico*, de Pilip Meggs e Alston Purvis (2009)

<sup>3</sup> Figura retirada do livro *História do Design Gráfico*, de Pilip Meggs e Alston Purvis (2009)

Assim, podemos dizer que o pós-modernismo trouxe uma onda de liberdade onde a intuição se opôs ao moderno, que vinha dominando boa parte do século XX com seus alinhamentos, clareza e objetividades rígidas. Um dos aspectos da tipografia atual é essa liberdade na criação, onde não existem regras específicas para sua geração e o designer é quem impõe seu próprio método e as limitações às suas descobertas.

## 2.2 O experimental e a tipografia

O termo experimento vem sendo bastante usado nas áreas do design gráfico e da tipografia como substantivo, para significar uma novidade ou algo não convencional. Com relação à área científica, o experimento está relacionado à existência de uma hipótese a ser comprovada e de acordo com Peter Bilak (2005), em artigo postado para a *typotheque.com*, a experimentação neste sentido é uma abordagem empírica ao conhecimento, na qual outros podem construir através de bases preestabelecidas.

Já o experimento voltado para o design, trata-se de algo que o resultado não é baseado na razão pura, não tendo uma ideia preestabelecida dos resultados, mas que pode determinar uma relação de causa e efeito. Sobre o experimental, David Carson diz ser algo novo, que ainda não foi experimentado, mas “também sugere que a essência da experimentação é de ir contra os padrões vigentes, ao invés de ser guiado por convenções”. (CARSON apud BILAK, 2005 tradução nossa).

Bilak (2005) cita a pesquisa de Teal Triggs em seu livro *The Typographic Experiment: Radical Innovation in Contemporary Type Design*, onde alguns designers renomados definem o termo ‘experimental’ como sendo a novidade formal do resultado enquanto outros dizem ser assumir riscos por algo que não se sabe o resultado. No entanto, os avanços tecnológicos e a rapidez com que as informações são trocadas e transmitidas dificultam a novidade completa dos resultados.

Diferentemente dos autores acima, Claudio Rocha (2003, p. 52) fez uma análise dos aspectos da linguagem visual em um projeto tipográfico e dividiu a tipografia em clássica e experimental, onde define as clássicas como àquelas mais tradicionais, na qual estão bem estabelecidas e presentes no cotidiano de qualquer pessoa alfabetizada. Já sobre as tipografias experimentais ele afirma ser àquelas “em que a visão e o estilo de um designer são expressos em seu trabalho, amarrados por uma proposta mais ou menos reconhecível”.

Conforme as definições apresentadas, podemos perceber que Rocha talvez se refira apenas a determinados tipógrafos de caráter conceitual como Neville Brody, David Carson, Zuzana Liko e Rudy VanderLans, onde eram testados conceitos de legibilidade e novos limites dos caracteres, inspirados pelos ideais pós-modernistas e pela nova tecnologia digital.

As fontes de caráter experimental, produzidas no IFPE exploram um pouco do panorama definido por Peter Bilak quanto à experimentação. É neste processo estabelecido pela novidade formal e processual, onde os resultados são imprevistos, que está centrada nossa pesquisa.

## 3. OBJETIVOS

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar as características e possibilidades do uso de processos experimentais na criação de tipografias buscando compreender suas dificuldades e questionamentos com relação aos métodos utilizados.

Como objetivos específicos destacam-se: fazer levantamento das fontes experimentais desenvolvidas no Curso de Design Gráfico do IFPE; registrar os processos experimentais realizados na geração das tipografias da disciplina do curso e do plano de trabalho Geração de Tipografias Através de Processos Experimentais; classificar as fontes digitais segundo o processo utilizado em sua criação; e analisar os processos experimentais utilizados e tipografias resultantes, verificando possibilidades, plasticidades, potencialidade, limitações e características pertinentes.

#### 4. METODOLOGIA

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para fundamentarmos alguns conceitos referentes ao trabalho, abordando um pouco de história da tipografia, buscando entender como se deu o surgimento das primeiras experimentações na área do design tipográfico, tipografia experimental e seus processos. Esse estudo continuou no decorrer do projeto sempre que necessário, complementando e ajudando em alguns questionamentos que surgiam em meio às investigações.

O passo seguinte foi fazer o levantamento das tipografias produzidas pelos alunos de Design do Instituto Federal de Pernambuco e selecionar as fontes de caráter experimental, na qual foram listadas 36. Para uma melhor análise, foram selecionadas àquelas que possuíam uma descrição mais detalhada do processo relatado em um manual ou memorial descritivo, através de texto e/ou de registros do experimento.

Também foram pesquisadas fontes de caráter experimental em livros e sites direcionados à tipografia, não restringindo a análise apenas ao trabalho dos estudantes, buscando referências já existentes no mercado e em algumas bibliografias como complemento dos estudos realizados no Instituto.

Através de observações das fontes experimentais, tanto as dos alunos do Instituto quanto às dos sites e livros específicos da área, passamos a testar a classificação desenvolvida por Josinaldo Silva<sup>4</sup> para esses tipos, que divide os seus processos de criação em: conceitual, material ou processual.

A **fonte experimental-conceitual** tem como fundamento a experimentação de determinados conceitos, objetivando a exploração e ampliação dos seus limites<sup>5</sup>. Como exemplo, temos a fonte *'You Can read me?'* desenvolvida de forma experimental pelo designer britânico Phil Baines para a publicação *Fuse*, explorando os limites de reconhecimento dos caracteres da fonte *Claredon*. (Fig. 3).

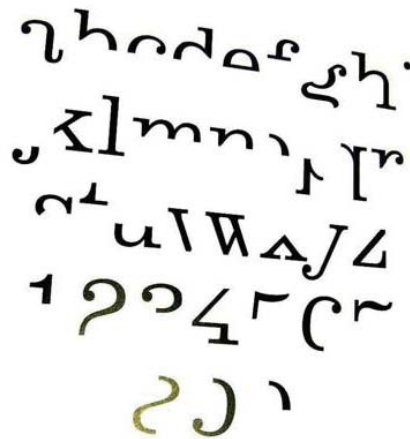


Figura 3 – Fonte *You can read me?*, 1991<sup>6</sup>

A **fonte experimental-material** é criada a partir do desenho com instrumentos, suportes e diversos materiais de uso não tradicionais para desenho e que tem suas particularidades interferindo na fonte final<sup>7</sup>. Temos fontes geradas com material retirado de lixo, cabelos, cordões, tijolos, ruelas, fósforos, arames,

<sup>4,5</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

<sup>6</sup> Figura retirada do livro *Type design: radical innovations and experimentation*, de Triggs, Teal, 2003.

<sup>7,8</sup> Notas de aula da disciplina de Diagramação lecionada pelo professor Josinaldo Silva em 2010.1

canudos, gravetos etc. Como exemplo, temos a fonte abaixo (Fig. 4) desenvolvida a partir de cordões, apresentando as características pertinentes do material, como sua maleabilidade, permitindo uma suavidade nas curvas e mais controle sobre o desenho das letras.



Figura 4 – Fonte Nila, por Adalgisa de Fátima, IFPE/2008. Tipo desenvolvido a partir de cordões.

A **fonte experimental-processual** tem como determinante o processo desenvolvido, ou seja, são as ações, os métodos e as técnicas realizadas durante o experimento que irão influenciar no resultado final. Neste tipo de experimento, não temos controle sobre o resultado. Não é o conceito ou a matéria-prima o determinante, mas o tempo, o meio, a ação que definem os caminhos a serem seguidos<sup>8</sup>. Como exemplo deste tipo de fonte experimental, temos a *Light Paint*, onde podemos ver abaixo um registro do experimento (Fig. 5):



Figura 5 – A fonte *Light Paint* foi gerada através do movimento de uma fonte luminosa durante exposição diante de uma câmera fotográfica.

Podemos perceber que o experimento conceitual é determinado pela ideia de testar algo. No experimental-material a tipografia é fruto da ação e das decisões humanas relacionadas ao material disponível e aos instrumentos de manipulação, onde as formas dos caracteres de alguma maneira ainda são desenhadas e sofrem influencia dos materiais. No experimental-processual o resultado final não mais obedece totalmente às diretrizes de quem o manipula, ou seja, o resultado está fadado ao acaso do processo e de certa forma à novidade e ao risco. O desenho é feito somente até certo ponto.

A partir de então, para facilitar a classificação das fontes experimentais produzidas pelos alunos, foi elaborado uma tabela onde podemos fazer a identificação de todas as fontes, descrevendo-as e classificando-as de acordo com o processo experimental. Abaixo, podemos ver a tabela de análise das fontes experimentais produzidas na turma de 2006.1. (Tabela 1).

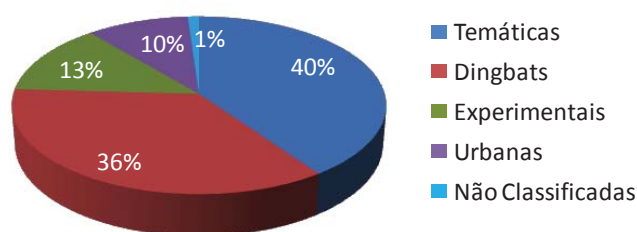
**Tabela 1 – Quadro utilizado na classificação das fontes experimentais.**

2006.1			
Alunos	Fontes	Classificação	Descrição dos Experimentos
Marco e Thássia	Vitalino	Material	Fonte construída com massa de modelar
Bruno de Araújo e Luciano Aguiar	Rupestre	Material	Fonte gerada através de desenhos com lápis de cera em papel sobre uma pedra, tirando proveito de sua textura.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Como já foi referido, catalogamos 271 fontes produzidas pelos alunos do Instituto entre os anos de 2005 e 2010, onde a maior parte delas é de caráter temático e de dingbats. Através dessa catalogação podemos observar que as fontes experimentais começaram a ser produzidas a partir de 2006 e as fontes urbanas só a partir de 2007, na qual estas aparecem em menor número dentre toda produção. Dessas fontes, 2 não foram classificadas por não apresentarem informações suficientes ou por ter os arquivos de registro danificados, correspondendo a 1% do total. (Fig. 6).

**Total de fontes produzidas no IFPE/Recife**



**Figura 6 – Percentual do total de fontes produzidas pelos alunos do IFPE/Recife entre 2005 e 2010.**

Do total de fontes catalogadas, consideramos 36 experimentais (13%), as quais foram analisadas e identificadas para estudos. A fonte experimental de caráter material foi a que se apresentou em maior quantidade e apenas uma fonte experimental não foi classificada por não possuir informações suficientes em seus arquivos de processo (Tabela 2).

**Tabela 2 – Resultado final da classificação das fontes experimentais.**

RESULTADOS	
Fontes Experimentais	Quantidade
Conceitual	-
Material	26
Processual	9
Não classificável*	1

\* Faltou informações/arquivos de processo

As fontes são desenvolvidas na disciplina de Diagramação, no segundo módulo do curso de Design Gráfico. As abordagens projetuais sofrem modificações de acordo com o planejamento do módulo a qual faz parte. Ou seja, a relação quantitativa apresentada no gráfico acima (Fig. 6) está diretamente relacionada com o foco da disciplina no período em questão, não significando uma preferência por determinados tipos ou tendências de opções, mas apenas o levantamento do material produzido.

Percebemos que algumas das fontes analisadas apresentam um grande número de pontos em seus arquivos digitais, causando erros em seus funcionamentos ou até mesmo inviabilizando sua instalação e uso em diversos softwares, enquanto outras apresentam falhas no seu desenho e geralmente não há um estudo aprofundado no  *Kerning* e no próprio espaçamento. No entanto, é importante lembrar que o tempo de criação é bastante curto diante do proposto na disciplina e o objetivo final não é ter uma fonte digital tecnicamente perfeita. Também temos que levar em consideração que as fontes foram desenvolvidas em um ambiente acadêmico, onde erros e acertos fazem parte do processo de aprendizagem do aluno.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram encontradas poucas fontes experimentais produzidas no IFPE, dentre estas não há nenhuma que seja de caráter conceitual. Na literatura também encontramos poucas fontes conceituais e geralmente relacionadas à produção de Suzana Liko e contemporâneos, que exploravam as novas tecnologias e as quebras de limites que estas proporcionavam.

Como mostra a tabela 2, temos uma maior produção de tipografias experimentais de caráter material, dentre os quais podemos citar: papel, pedra, massa de modelar, espaguete, areia, barbantes, feijões, tijolos, arame farpado, pipoca, ruelas, pingos de vela, dentre outros. Observamos então que há uma grande variedade de materiais, cada um com suas particularidades e resultados específicos.

Mas, também são estas que geralmente apresentam problemas técnicos quanto ao seu desenho e quantidade de pontos por caracteres. Pois, muitas são produzidas através da captura das imagens através da fotografia digital e depois trabalhadas em um programa de edição de imagens para ser vetorizadas. Esse processo normalmente gera uma grande quantidade de pontos se as imagens não são lineares ou de curvas simples, o que necessitaria de um trabalho de redução e ajustes no seu desenho.

As fontes de caráter processual assemelham-se em aspectos às experimentais-materiais, tendo em vista que no processo final também passam pela captura das imagens por fotografia digital. Além disso, esses dois tipos de fontes experimentais têm um limite tênue, pois tanto o processo como o material tem influência final no desenho. O que os diferencia é apenas a sua determinação no desenho final. Em alguns desenhos o material é o determinante enquanto no outro é o processo que determina as características finais da fonte.

Assim, observamos que o levantamento das fontes criadas pelos discentes do IFPE permitiu uma maior compreensão do trabalho de desenvolvimento de fontes digitais, o que poderá possibilitar um direcionamento da disciplina e dos métodos de ensino para com os objetivos traçados. Quanto à classificação das fontes experimentais, pode-se afirmar que seu uso estabelece um melhor entendimento do processo em si, mesmo necessitando de estudos mais aprofundados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BILAK, Peter. Experimental typography. Whatever that means. Disponível em: <[http://www.typotheque.com/articles/experimental\\_typography\\_whatever\\_that\\_mea](http://www.typotheque.com/articles/experimental_typography_whatever_that_mea)>. Acesso em: 06 jan. 2011.

BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. Cosac Naify, 2005

BUGGY, 1976. O MECOTipo: método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos. Recife: Buggy, 2007.

CAUDURO, Flávio Vinicius. Tipografia Digital pós-moderna. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP15cauduro.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP15cauduro.pdf)>. Acesso em: 09 ago. 2010.

CAMARGO, José Eduardo & SOARES, I. O Brasil das Placas: uma viagem por um país ao pé da letra. São Paulo: Editora Abril, 2003.

CAVALCANTI, Aline Silveira. Hidromel: uma tipografia digital com raízes litográficas. Dissertação (Bacharelado em Design). Departamento de Design. Recife: UFPE, 2010.

CHENG, Karen. Designing Type. Yale University Press, 2005.

FARIAS, Priscila L. Tipografia Digital: o impacto das novas tecnologias. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

\_\_\_\_\_. Seu Juca: letrista pernambucano. In: Tupigrafia. São Paulo: v. 1, 2000. P. 18-21.

FINIZOLA, Fátima. Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares. São Paulo: Blucher, 2010. (Coleção pensando o design. Priscila Farias, coordenadora).

FINIZOLA, F e COUTINHO, S. Em busca de uma classificação para os letreiramentos populares. Disponível em: <[http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.62009/ID\\_v6\\_n2\\_2009\\_16\\_29\\_Finizola\\_et\\_al.pdf?download=1](http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.62009/ID_v6_n2_2009_16_29_Finizola_et_al.pdf?download=1)>. Acesso em: 09 ago. 2010.

FIRMINO, Uriá Fassina. Tipografia: Cultura, História, Criação e Metodologias. Dissertação (Bacharelado em Design Gráfico). Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2009.

FRUTIGER, Adrian. En torno a la tipografía. Barcelona. GG. 2002.

GOMES, Ricardo Esteves. O design brasileiro de tipos digitais: a configuração de um campo profissional. São Paulo: Blucher, 2010. (Coleção pensando o design. Priscila Farias, coordenadora).

LOPES, Fábio. O Processo da construção das fontes digitais de simulação caligráfica. Dissertação (Mestrado em Design). Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

MARTINS, Bruno Guimarães. Tipografia Popular: potência do ilegível na experiência do cotidiano. São Paulo: Annablume, 2007.

MARTINS, Fernanda de Oliveira. Letras que flutuam: o abridor de letra e a tipografia vitoriana. Belém: UFPA, 2008. Disponível em: <<http://rodrigocunha.jor.br/blog/index.php/2010/08/31/tipografia-vitoriana-na-amazonia/>>. Acesso em: 25 jan. 2011.

MEGGS, P E PURVIS, A. História do design gráfico. Tradução de Cid Knipel. 4.ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.



MILLER, J Abbott. Dimensional Typography: case studies on the shape of letters in virtual environments. Princeton Architectural Press, 1996.

ROCHA, Claudio. Projeto Tipográfico: Análise e produção de fontes digitais. 2.ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições Rosari, 2003.

RUDER, Emil. Manual de diseño tipográfico. Barcelona: GG, 1992.

VARGAS, Fernando de Mello. Mello Sans. Dissertação (Graduação). São Paulo: USP, 2005.

TRIGGS, Teal. Type design: radical innovations and experimentation. New York: Harper Design International, 2003.

## USOS E FUNÇÕES DO *TWITTER* NO RELACIONAMENTO ORGANIZACIONAL

M. S. G. Fonseca<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Roraima – Campus Boa Vista

mayara@ifrr.edu.br

### RESUMO

Para facilitar as vendas, empreendimentos de diversos setores do comércio varejista da cidade de Manaus, capital do Amazonas, criaram as chamadas “lojas online”, que se caracterizavam por serem apenas pontos de vendas virtuais. Com o avanço das mídias sociais, configuradas pelos usos dos suportes digitais, como, por exemplo, o *Twitter*, as empresas do comércio varejista de Manaus, em especial, do ramo de eletroeletrônicos, passaram a utilizá-lo para interagir com seus públicos.

Esta pesquisa investigou se o *Twitter* foi utilizado como uma nova alternativa para estreitar relacionamentos entre essas organizações e seus públicos ou apenas como meio de transmissão de informações, se seu uso foi relacionado aos objetivos estratégicos dessas organizações e elucidou as contribuições das Relações Públicas na gestão das mídias sociais quando aplicadas ao relacionamento entre a organização e seu público. Quanto à forma de raciocínio, o método empregado na presente pesquisa consistiu no hipotético-dedutivo. A fase inicial de investigação do problema foi desenvolvida a partir da realização de pesquisa bibliográfica e documental, tendo em vista a necessidade de buscar a devida fundamentação teórica do assunto em discussão em seguida, utilizou-se a metodologia a pesquisa descritiva.

**Palavras-chave:** *Twitter*, relações públicas, relacionamento organizacional, mídias sociais.

## 1. INTRODUÇÃO

O comunicador contemporâneo tem uma difícil missão – a de desenvolver novas e distintas competências no campo em que atua e de encarar suas práticas de maneira mais criativa e crítica. Esse fato é atrelado às convergências entre a comunicação de massa, as telecomunicações e a informática. Os profissionais dessa área são obrigados a se moldar junto com os avanços tecnológicos e a dinamização do mercado.

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) propõem uma relação de interdisciplinaridade entre as diversas abordagens teóricas e metodológicas. A partir disso, desloca, de maneira significativa, o enfoque das pesquisas em comunicação. Portanto, é quase impossível deter-se nas "velhas mídias". As pesquisas limitadas apenas aos meios de comunicação de massa (MCM) estão completamente ultrapassadas, sobretudo pela Internet, que se tornou a primeira fonte de informação de uma grande parcela de consumidores (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2009). Através desse meio de comunicação, um novo e oportuno cenário para a atuação das Relações Públicas foi aberto: conquistar, de forma direta, um nicho de compradores com mensagens direcionadas sem custo significativo.

Dessa forma, o ofício diário dos profissionais de Relações Públicas, outrora com foco nas assessorias de comunicação e na imagem positiva das organizações perante a sociedade, mudou. Os públicos das organizações têm hoje uma gama de oportunidades para interagir diretamente com as organizações de interesse. Um grande desafio a ser atingido pelos profissionais de Relações Públicas, que devem compreender as mídias sociais como um espaço de interlocução dos públicos entre si e da organização com eles.

Há pouco mais de três anos, houve um grande "boom" quanto à utilização dos suportes digitais (*blogs, Orkut, Facebook e Twitter*), que passaram a integrar o cotidiano dos usuários da Internet, por motivos de trabalho ou de lazer. O *Twitter*, fenômeno que surgiu em 2009, consolida-se cada vez mais no ciberespaço (SIQUEIRA, 2009).

Com a evolução dos mecanismos de relacionamento na rede virtual, as Relações Públicas expandiram seu campo de atuação e passaram a fazer uso das ferramentas da web 2.0, em especial, as mídias sociais (WRIGHT; HINSON, 2008). Porém, ainda persiste certa resistência de alguns empresários quanto à utilização das mídias sociais na esfera organizacional.

É visível a conexão de milhares de consumidores às atividades das organizações com as quais se relacionam através das mídias sociais. Dessa forma, o avanço das mídias sociais afetou significativamente a maneira como as organizações interagem com seus públicos. Assim, como os estudos pautados nas "novas mídias" ainda são poucos, comparados às "velhas", as mídias sociais sofrem diretamente com essa incipiência nas Ciências da Comunicação. A começar pela conceituação, que ainda é inconsistente no meio acadêmico, porquanto há estudiosos que não aceitam o termo "mídia social", e outros o confundem com "rede social digital". Outro, porém, mesclam os dois conceitos sem estabelecer nenhuma diferença entre ambos. As mídias sociais utilizam os suportes digitais (*Orkut, Blogs, Facebook e Twitter* dentre outros) para fins de interação com seus públicos.

Esta pesquisa investigou se o *Twitter* foi utilizado como uma nova alternativa para estreitar relacionamentos entre essas organizações e seus públicos ou apenas como meio de transmissão de informações. A proposta foi analisar a aplicação das mídias sociais no relacionamento das organizações

do comércio varejista da cidade de Manaus, do ramo de eletroeletrônicos, com seus públicos a fim de detectar se estão em consonância com seus objetivos estratégicos. A escolha por esse tipo de comércio se justifica considerando-se os resultados da pesquisa realizada pela *Immediate Future* (2009), que constatou a categoria eletroeletrônicos como sendo a maior participante e investidora nesse ambiente de mídias sociais.

A partir dessa necessidade, constituiu-se, então, um estudo pautado na utilização do suporte digital utilizado como mídia social – *Twitter* – pelas empresas Bemol, Ramsons e Mirai Panasonic, todas do ramo de eletroeletrônicos da cidade de Manaus. A escolha dessas se deu pelo uso das mídias sociais e por serem líderes do ramo em que atuam, segundo dados da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Manaus.

O método empregado nesta pesquisa foi o hipotético-dedutivo. Partimos da hipótese de que os empresários do comércio varejista do ramo de eletroeletrônicos de Manaus ainda resistem, equivocadamente, em utilizar as mídias sociais. As Relações Públicas permitem o gerenciamento das mídias sociais quando utilizadas de maneira proativa. A fase inicial de investigação da problemática foi desenvolvida por meio da realização de pesquisa bibliográfica e documental. O uso dos suportes digitais pelas empresas aqui investigadas foi abordado por meio de estudo de caso analítico e descritivo, entendido como um desdobramento da pesquisa descritiva. Como técnica de coleta de dados, recorreremos à observação sistemática do tipo não participante.

## **2. MÍDIAS SOCIAIS: UM ESPAÇO EMERGENTE PARA ATUAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

As mídias sociais já estão inerentes ao cotidiano das pessoas. Nota-se que os meios tradicionais já não suprem as necessidades de informação com agilidade. A rede vem complementar essa demanda e consolidar-se como veículo imediato e instantâneo. O processo de extensão humana torna-se a cada dia mais eficaz: "pode-se estar onde não se está, ver e tocar o que não existe" (SCOTT, 2008, p.12).

A empresa, que utiliza as mídias sociais, fica mais competitiva, podendo usufruir do comércio *on-line*. Traz um mercado sem limites e proporciona uma interação com o cliente, agilizando as negociações. Diante disto, pode-se dizer que a grande contribuição das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) é a de que, com elas, as barreiras de espaço e tempo são vencidas. Isto possibilita a comunicação a distância, em tempo real de múltiplos sujeitos geograficamente dispersos; fornece estruturas técnicas para a comunicação e o acesso à informação em rede, e amplia as bases de comunicação entre todos.

O uso das Mídias Sociais nas Relações Públicas é uma consequência da necessidade de aprimorar o relacionamento com os diversos públicos das organizações, pois esses são, hoje, mais diversificados e, principalmente, mais exigentes quanto ao relacionamento com a organização, ou seja, cada público quer ser tratado com o máximo de atenção. Nassar (1997, p.127) corrobora isso dizendo que "não existiria a gôndola de novos produtos e serviços de comunicação social que utilizam as novas tecnologias se não houvesse uma série de novos públicos, fundamentais para o sucesso das instituições e empresas."

Há um aumento das possibilidades de interagir de forma mais eficaz com seus diversos públicos. As Relações Públicas se caracterizam por aplicar conceitos e técnicas de uma comunicação estratégica,

tendo como objetivo atingir os objetivos globais da organização. Para isto, se utilizam principalmente da comunicação dirigida que segundo Andrade (2001, p.163) “É o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente com determinados números de pessoas homogêneas e identificada.”

## 2.1 Significantes e significados das Mídias Sociais

Os estudos pautados nas mídias sociais ainda são muito incipientes na área das Ciências da Comunicação. Tanto que a própria conceituação de “mídia social” ainda é algo inconsistente. Há aqueles que não aceitam o termo “mídia social” e outros que a confundem com “rede social digital”. Há ainda os que mesclam os dois conceitos, não fazendo nenhuma diferenciação entre ambos.

As redes sociais constituem redes que interligam pessoas com interesses comuns, sejam eles: econômicos, amorosos, afetivos, políticos, econômicos ou mesmo religiosos; estas podem ser entendidas como redes sociais analógicas. “Redes sociais partem do conceito básico de horizontalidade, como uma malha, fios ligados horizontalmente, sem ganchos de sustentação. As redes são importantes porque nela todos que participam o fazem por motivação própria, não por obrigação ou hierarquia” (FREIRE, 2009 p.06).

No que diz respeito às redes sociais no âmbito das organizações, conforme Cross (2009) possibilitam que as organizações façam duas coisas: identifiquem oportunidades e desafios e coordenem respostas apropriadas. Porém, o tipo de rede necessário a uma organização, a fim de ser mais eficaz e eficiente, dependerá de três fatores: proposta de valor, seus objetivos estratégicos e a natureza de seu trabalho.

As redes sociais digitais constituem um fenômeno que vêm mudando consideravelmente as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social. Tais mudanças foram acarretadas pelo advento da comunicação mediada pelo computador; estas redes, conforme dito anteriormente, conectam não apenas computadores, e sim, pessoas.

Portanto, todas as redes sociais se delineiam e ganham novo formato com os recursos disponíveis na Internet. Recuero (2009) conclui que as redes sociais digitais estão sempre em transformação. Essas transformações, por sua vez, são completamente influenciadas pelas interações; estas têm dois objetivos distintos: somar e construir um determinado laço social de interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço. Diz ainda que, no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas por suas palavras, como expressões de alguém, legitimadas pelos grupos sociais que estão inseridos.

É muito comum encontrar nos livros e em artigos científicos da área, a definição de *Orkut*, *Twitter*, *Blogs* e *Facebook* como sendo redes sociais. Concepção esta equivocada, uma vez que eles são denominados de suportes ou de plataformas digitais. Neles, as redes sociais se fazem, refazem e desfazem. Os suportes digitais, como o próprio nome já diz, dão suporte para que as redes sociais criem “corpo” e atuem no mundo virtual.

Por fim, temos a conceituação de mídia social. Cabe aqui ressaltar que tal designação é mais explorada no campo das relações públicas do que no campo do jornalismo propriamente dito. As mídias sociais utilizam os suportes digitais (*Orkut*, *Blogs*, *Facebook* e *Twitter* dentre outros) para fins de comunicação com seus públicos. “O termo mídia social é muito abrangente, e é possível produzi-la em

todos os tipos e maneiras diferentes. Talvez a melhor definição para mídia social seja, porém, o conteúdo que foi criado por seu público.” (SIQUEIRA, 2009 p. 02)

Liberdade de comunicação interativa, combinada à facilidade de uso das ferramentas e a uma arquitetura participativa em redes constituem a base da receita para que as plataformas de Mídias Sociais possam ser classificadas como a mais poderosa forma de mídia até hoje criada. Na versão interativa da web é possível fazer muito mais com baixíssimo custo, sendo esse seu grande diferencial.

### 3. METODOLOGIA

Quanto à forma de raciocínio, o método empregado na presente pesquisa consistiu no hipotético-dedutivo, a partir do qual as hipóteses, tentativas de resposta (ao problema proposto) preliminares e provisórias, foram testadas e, conseqüentemente, confirmadas ou negadas (MARCONI e LAKATOS, 2010).

A fase inicial de investigação do problema foi desenvolvida a partir da realização de pesquisa bibliográfica e documental, tendo em vista a necessidade de buscar a devida fundamentação teórica do assunto em discussão. Em seguida, utilizamos a pesquisa descritiva, cujo “foco é descrever o fenômeno através de técnicas melhor estruturadas como: entrevistas, observações com planejamento, experimentos etc.” (RAMOS, 2009, p. 183). O uso dos suportes digitais pelas empresas aqui investigadas foi abordado por meio de estudo de caso analítico, descritivo, entendido este como um desdobramento da pesquisa descritiva.

Como técnica de coleta de dados foi proposta a observação sistemática do tipo não participante, conforme identificado por Marconi e Lakatos (2010). Para tanto foram considerados os seguintes aspectos do *Twitter*: quantidade de seguidores/seguidos, tipo de postagens, frequência das postagens, tipo de interlocução estabelecida entre os seguidores/seguidos e referências a outras mídias usadas pela organização e tempo de resposta aos questionamentos, sugestões, dúvidas e críticas.

O universo desta investigação foi composto pelas empresas Bemol, Ramsons e Mirai Panasonic, cujos perfis *Twitter* foram selecionados para esta investigação após pesquisa exploratória que identificou a utilização desta mídia por estas empresas.

A pesquisa analisou a utilização da mídia social “*Twitter*” pelas empresas do ramo de eletroeletrônicos Ramsons, Bemol e Mirai Panasonic, durante todo o mês de setembro, do dia 1º ao dia 30/09/2010, no horário das 18h30min às 22h30min.

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O uso do *Twitter* como mídia social pelas empresas manauaras do ramo de eletroeletrônicos – Ramsons, Bemol e Mirai Panasonic – apresenta formas distintas. Analisaremos, primeiramente, as categorias: seguidores/seguidos, tipos de postagem, frequência das postagens, tipo de interlocução estabelecida entre seguidores/seguidos e tempo de resposta aos questionamentos, às dúvidas, às críticas e às sugestões.

Em seguida, será feita uma exposição de como as empresas manauaras podem utilizar, de forma eficaz, as potencialidades inerentes ao *Twitter*. A eficácia dessa ferramenta está atrelada a sua rapidez e ao seu dinamismo, fortes aliados da atividade dos profissionais de Relações Públicas.

### a) Quantidade de seguidores *versus* quantidade de seguidos

No uso do *Twitter*, a Bemol demonstrou interesse em ter um grande volume de seguidores. Na primeira semana, a quantidade total de seguidores era de 4962. Já na última, aumentou para 5286. Assim, houve um aumento percentual equivalente a 7,6%. Já a quantidade de seguidos, durante toda a pesquisa, não sofreu alteração significativa, pois permaneceu a mesma do início ao fim da pesquisa.

O perfil da Ramsons no *Twitter* apresentou uma pequena diferença entre seguidores e seguidos. No início da pesquisa, a quantidade de seguidores era de 1047, e a de seguidos, 1127. No final, esses valores aumentaram cerca de 9% cada, ficando 1168 seguidores e 1235 seguidos.

O perfil da Mirai Panasonic, mesmo não tendo nenhum tipo de atividade no *Twitter*, nas duas primeiras semanas da pesquisa (de 1º a 14), passou para onze novos seguidores. Nas semanas posteriores (de 15 a 30), o número de seguidores teve um aumento percentual de 65%, passando de 398, na segunda semana, para 657, na quarta. O número de seguidos teve um aumento percentual de 14%, passando de 332 para 378.

O aumento apresentado na quantidade de seguidores demonstra o amadorismo da Bemol (de 4962, na primeira semana, para 5286, na última) e da Mirai Panasonic (de 398 seguidores, na primeira semana, para 657, na última), por acreditarem no fato de que ter um grande número de seguidores é sinônimo de “status” no mundo virtual.

Siqueira (2009) explica que a busca por seguidores é algo incessante e gradativo. O preço a ser pago para manter um grande número de seguidores é, em geral, um mercado menos segmentado e uma menor taxa de conversação de seguidores em clientes ou usuários do seu próprio site. Esse pensamento é respaldado no fato de os seguidores da Bemol e da Mirai Panasonic não se tornarem seguidos das empresas. De acordo com os dados da pesquisa, o número permaneceu quase inalterável.

Portanto, a chance de criar um seguidor vagamente interessado em um cliente fiel depende, exclusivamente, do assunto a ser abordado no perfil. A busca por seguidores deverá ser pautada no tema da organização, isto é, quando estiver considerando em quem se concentrar para seguir, a começar por aqueles interessados na organização.

### b) Tipos de postagem

As categorias dos tipos de postagem utilizados pelos perfis das empresas Mirai Panasonic, Ramsons e Bemol foram subdivididas em: informativas/de interesse público, mercadológicas/promocionais e postagens institucionais. Tal subdivisão levou em consideração a forma e o conteúdo das postagens, ou seja, seu viés mercadológico, informacional e institucional.

Num total de 138 postagens, sendo 53 informativas/de interesse público, 32 mercadológicas/promocionais e 53 postagens institucionais, a Bemol, mais do que a Ramsons e a Mirai Panasonic, utilizou seu perfil no *Twitter* para interagir com seus públicos.

Dos trinta dias pesquisados, apenas em treze, a Ramsons apresentou atividade. A Mirai Panasonic postou apenas em quatro dias da pesquisa. Assim se infere que a Bemol, mesmo de forma amadora, foi líder dessa categoria, por ser seguida pela Ramsons e pela Mirai Panasonic.

A Ramsons teve um caráter marcadamente institucional, divulgando sempre promoções de produtos e até concursos feitos na hora para os consumidores conectados poderem participar. As três empresas pesquisadas apresentaram o mesmo quadro: em finais de semana, no horário em que não há expediente comercial nas empresas (a partir das 12h00 do sábado), a atividade dos perfis foi quase nula. Isso nos demonstra a subutilidade da ferramenta *Twitter*, que suplanta o seu grande diferencial: não ter horário de iniciar e de encerrar. Assim, pode ter como consequência negativa, perante seus públicos, o total descrédito da ferramenta como canal de comunicação instantânea, já que seu uso permanece nos moldes antigos.

As organizações que têm perfil no *Twitter* devem ter uma frequência de postagens mais interativa, posto que seus seguidores sentem a necessidade de interagir. Uma vez seguindo o perfil corporativo do *Twitter*, muitos deles se mostrarão entusiasmados e vão querer influenciar nas postagens da organização. E já que eles sempre se dispõem a colaborar, a organização deve ser recíproca em relação a esse comportamento (SHUEN, 2009).

As empresas manauaras não perceberam o risco embutido no fato de usarem o *Twitter* para se comunicar com clientes e construir sua marca. Como nos alerta Siqueira (2009), “uma vez na arena pública, existe uma chance de se fazer mais mal do que bem. As empresas que não utilizam a mídia social de maneira eficaz ficam parecendo intrusas no mundo virtual.”

Isso não significa, necessariamente, que estejam perdendo todas as oportunidades oferecidas pela mídia social, mas mostra, simplesmente, que não estão entendendo a dinâmica da mídia social.

### **c) Frequência das postagens**

Todas as três empresas pesquisadas tiveram uma frequência de postagem muito baixa no *Twitter*. A Mirai Panasonic, mesmo com pouca atividade em seu perfil no *Twitter* (dos trinta dias pesquisados, postou em apenas quatro dias), apresentou um percentual de 52 minutos de postagens/dia. Assim, deteve o maior número de postagens em relação à Ramsons e à Bemol. Podemos atribuir a esse cenário a perpetuação do amadorismo e a falta de planejamento da Mirai Panasonic ao usar o *Twitter*. Dos trinta dias pesquisados, em vinte e seis, o seu perfil parecia esquecido no mundo virtual, e apenas em quatro dias, teve intensa atividade.

A instantaneidade da mídia social tornou tudo mais veloz e conciso, no limite de 140 caracteres, já que há três coisas que as pessoas gostam de fazer: conversar, relacionar-se com os outros e acessar informações. Todas elas exigem deslocamento para determinadas ferramentas, porém, no *Twitter*, pode acontecer tudo ao mesmo tempo (SHUEN, 2009).

### **d) Tipo de interlocução estabelecida entre seguidores e seguidos**

No *Twitter*, a empresa pode constituir-se como sujeito perante os indivíduos - desde aqueles que fazem parte do seu convívio real – um funcionário, por exemplo, até os distantes geograficamente, mas que se aproximam valendo-se das facilidades propiciadas pelas TIC (LIMA; FILHO, 2009).

As empresas do ramo de eletroeletrônicos, Bemol e Mirai Panasonic, tiveram uma postura pró-ativa, porque sempre originavam a interlocução com seus consumidores; já a Ramsons adotou a postura reativa, visto que se limitava a responder quando estimulada, já que seu viés institucional tem por característica responder aos estímulos dos consumidores.



O uso mais provável do *Twitter* pelas empresas é para atingir resultados imediatos. Elas veem seus seguidores como um grupo de pessoas que, um dia, farão com que ganhem dinheiro – seja diretamente ou com a ajuda de propaganda – e querem escrever tweets que causem esses efeitos. Os tweets devem ser criados para direcionar os seguidores a darem os passos que a empresa deseja (VIEIRA, 2009).

Destarte, é preciso ter certo cuidado em relação a essa postura a ser adotada, já que o *Twitter* não é simplesmente uma página de vendas. Títulos que chamam muito a atenção e sugestões explícitas de ações de marketing terão como efeito afastar os usuários em vez de atraí-los para comprar. Os tweets devem ser sutis e despertar interesse e confiança.

#### **e) Tempo de resposta aos questionamentos, às sugestões, às dúvidas e às críticas**

O tempo de resposta aos questionamentos, às sugestões, às dúvidas ou às críticas dos seguidores ou seguidos dos perfis corporativos das empresas do ramo de eletroeletrônicos, Ramsons, Bemol, Mirai Panasonic, durante trinta dias do mês de setembro, pode ser considerado ágil. A média das três empresas, em minutos, gira em torno de oito minutos, quando estimulados. Tal agilidade demonstra o comprometimento e a rapidez das empresas quando questionadas ou citadas por consumidores ou outras pessoas que não são suas seguidoras, mas, em algum momento, mencionaram-nas em suas postagens. Esse comportamento das empresas é deveras benéfico para suas imagens no virtual e contribui, de forma significativa, para sua aproximação com seus públicos.

Por ser uma ferramenta de acesso gratuito, o *Twitter* pode ser acessado através do sítio da plataforma, ou pelo celular e outros programas de aplicativos criados por empresas e internautas, tornado ágil e móvel seu uso.

A mobilidade e a facilidade de acesso tornam a disseminação do que está acontecendo em qualquer lugar instantânea e disponível diuturnamente para consulta dos seguidores/consumidores, ávidos por novas informações. Eles não levam em consideração o horário de funcionamento da organização, já que o *Twitter* é um canal direto de comunicação.

Ao serem questionadas fora do horário de expediente comercial (de segunda a sexta-feira, das 08h às 12h, das 14h às 18h e, aos sábados, das 08h às 12h), as empresas Ramsons e Bemol demoraram 720 e 545 minutos, ou seja, após 12 e 09 horas, respectivamente, as elas se pronunciaram. Esse é mais um fator comprobatório de que as mídias sociais são utilizadas apenas no horário de expediente comercial, o que suplanta seu diferencial: o funcionamento sem horário para abertura ou fechamento.

Assim, concordamos com Ferreira, Tavares e Abreu (2010), quando nos falam sobre a funcionalidade do *Twitter* como uma ferramenta dinâmica e, como tudo na Internet, apresentada 24 horas por dia e sete dias na semana, o que requer um monitoramento constante, geralmente de um profissional capacitado e exclusivo para gerenciar o conteúdo destinado às mídias sociais.

Os profissionais de RP devem focar a potencialidade da multidirecionalidade dos meios de comunicação que usam, a fim de que promovam, de forma proativa, envolvimento e atração. Na Internet, as Relações Públicas, de posse da análise do cenário em que atuam, devem identificar quais grupos são estratégicos e de interesse para direcionar ferramentas adequadas a cada público.

Visando sumarizar os resultados apresentados na interpretação dos dados, utilizamos o quadro comparativo abaixo referente à utilização do *Twitter* pelas empresas Bemol, Ramsons e Mirai Panasonic.

**Quadro comparativo 1: Uso do *Twitter* pelas empresas manauaras**

<b>Categoria/Empresa</b>	<b>Bemol</b>	<b>Ramsons</b>	<b>Mirai Panasonic</b>
<b>1. Quantidade de seguidores/seguídos</b>	Seguidores: 01/09 – 4962 30/09 – 5286 Seguidos: 01/09 – 4792 30/09 – 4791	Seguidores: 01/09 – 1047 30/09 – 1168 Seguidos: 01/09 – 1127 30/09 – 1235	Seguidores: 01/09 – 379 30/09 – 657 Seguidos: 01/09 – 332 30/09 – 378
<b>2. Tipo de postagens</b>	Informativas/de interesse público: 38% Mercadológicas/promocionais: 23% Institucionais: 38%	Informativas/de interesse público: 32% Mercadológicas/promocionais: 26% Institucionais: 42%	Informativas/de interesse público: 39% Mercadológicas/promocionais: 39% Institucionais: 22%
<b>3. Frequência das postagens</b>	5 10 minutos	159 minutos	52 minutos
<b>4. Tipo de Interlocação estabelecida entre seguidores e seguidos</b>	Proativo: 39% Reativo: 34% Não Interage: 27%	Proativo: 33% Reativo: 49% Não Interage: 18%	Proativo: 72% Reativo: 17% Não Interage: 11%
<b>5. Referências a outras mídias sociais utilizadas pela organização</b>	14 vezes	Uma única vez no dia 10 de setembro	Não houve
<b>6. Tempo de resposta aos questionamentos, sugestões, dúvidas e críticas (em minutos)</b>	32, 25 minutos	20, 5 minutos	10 minutos

Fonte: Pesquisa descritiva realizada de 01 a 30 de setembro de 2010.

São notórios o amadorismo e a falta de planejamento ao visualizarmos o quadro comparativo acima quanto ao uso do suporte digital *Twitter*. Com pequenas diferenças em suas atuações, quase imperceptíveis, por sinal, percebe-se uma utilização bem semelhante.

## 5. UTILIZANDO A FERRAMENTA *TWITTER* DE FORMA EFICAZ

Uma das razões principais para utilizar a mídia social *Twitter* é o fato de a empresa ter a chance de se comunicar diretamente com os seus públicos e saber, efetivamente, o que estão falando. Então, pode avaliar a opinião do cliente, responder-lhe de imediato e transformá-lo em um seguidor da sua marca. Assim, enumeramos abaixo algumas das formas eficazes de utilização do *Twitter*, levando em consideração as contribuições à luz dos conhecimentos da área das Relações Públicas. Em vez de utilizar a mídia social apenas com o intuito mercadológico, institucional ou meramente informacional, como foi observado nas empresas manauaras pesquisadas, o mais interessante a fazer é transformar o perfil no *Twitter* em seu canal de comunicação para fortalecer a marca. É de suma importância que as mídias sociais sejam devidamente planejadas e estejam alinhadas aos objetivos estratégicos da organização.

Também é interessante que os consumidores falem sobre a organização. A famosa e tradicional propaganda “boca a boca” permanece sendo a melhor publicidade para um profissional da área de Relações Públicas. Portanto, é necessário seguir os interessados na organização e estimular os seguidores a expressarem suas opiniões.

Os *twitteiros* simplesmente querem saber das respostas das empresas que estão seguindo no *Twitter*, mesmo não podendo resolver os problemas imediatamente, se for o caso. O ato de responder e de enfrentar os problemas é prova dessa importância. O mais importante para as empresas utilizadoras do *Twitter* não é obter mais seguidores para aumentar suas vendas, mas fortalecer a marca e o produto.

Não basta estar presente, é preciso ouvir, responder e participar, ou seja, interagir com o público. Vieira (2009) alerta que ter um grande número de seguidores não é suficiente, se a empresa não sabe quem eles são. É preciso aprender a ouvi-los, conhecer o seu comportamento (inclusive social), conhecer os seguidores dos seus seguidores e saber o que os atrai e os repele.

O primeiro passo a ser dado quando se pensa em estar presente no *Twitter* é fazer com que as pessoas saibam disso. É preciso divulgar o perfil para seus clientes, em seguida, criar pesquisas com palavras-chave, para acompanhar o que estão falando do seu produto ou marca e, por fim, contratar um analista de mídias sociais para se comunicar dia a dia com eles (FERREIRA; TAVARES; ABREU, 2010).

## 6. CONCLUSÃO

A indagação que norteou todo este trabalho foi se as empresas manauaras, Mirai Panasonic, Ramsons e Bemol utilizaram seus perfis no *Twitter* tendo em vista o relacionamento com seus públicos e os objetivos estratégicos dessas organizações ou se por mera transmissão de informações.

Foi constatado a mesma postura de todas as empresas, com certa exceção da Bemol, que nos demonstra que o perfil nessa plataforma persiste na questão do modismo. Esse cenário está atrelado ao fato de que as organizações se sentem pressionadas a integrar o universo das mídias sociais, tanto para preservar sua imagem quanto para tentar compreender os públicos com os quais são obrigados a interagir.

Ainda há muito a ser feito com relação ao uso correto e coerente das mídias sociais, em especial do *Twitter*, alvo desta investigação. É necessário que as mídias sociais estejam em consonância com o planejamento estratégico da organização e refletir sua missão e visão.

## REFERÊNCIAS

CROSS, Rob e THOMAS, Robert J. **Redes Sociais:** como empresários e executivos de vanguarda as utilizam para a obtenção de resultados. São Paulo: Editora Gente, 2009.

FERREIRA, Robson Thiago; TAVARES, Daiane da Silva e ABREU, Karen Cristina Kraemer. **O Twitter como ferramenta de comunicação organizacional.** Salvador: RP em revista, 2010.

FREIRE, Sérgio Augusto. **As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes:** sob os olhos da Coruja de Minerva. Manaus: Artigo apresentado XIV Semana de Letras da Universidade Federal do Amazonas, 2009.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, Juliana de Melo Chagas e FILHO, Renato Essenfelder Abrahão. **O outro no Twitter**: considerações sobre a interlocução virtual. Anais do III Simpósio Nacional ABCiber. São Paulo, 2009.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SCOTT, David Meerman. **As novas regras do marketing e Relações Públicas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SHUEN, Amy. **Web 2.0**: Guia Estratégico. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

SCOTT, David Meerman. **As novas regras do marketing e Relações Públicas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SIQUEIRA, Ethevaldo. Prefácio à edição brasileira. Em COOM, J.O **poder do Twitter**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

VIEIRA, Anderson. **Twitter**: influenciando pessoas e conquistando o mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

WRIGHT, Donald K; HINSON, Michelle D. **How and social merdia are changing public relations and the way it is practiced**. Public Relations Journal, Public Relations Society of America, v. 2, n.2, Spring 2008.

# Desenho Industrial



## AS VÁRIAS FACES DOS ARTEFATOS: IDENTIDADE E ATRIBUIÇÃO DE NOVOS SIGNIFICADOS

C. A. Santos<sup>1</sup>; H. D. Guimarães<sup>2</sup>; H. D. Guimarães<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Monte Castelo; <sup>2</sup>Instituto Federal do do Maranhão - Campus Monte Castelo; <sup>3</sup>Instituto Federal do do Maranhão - Campus Monte Castelo  
Camila@ifma.edu.br – hela\_dias@hotmail.com – tayce@ifma.edu.br

### RESUMO

Este artigo apresenta dados levantados no âmbito da pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação científica – CNPq que teve como objetivo central inventariar artefatos produzidos no município de São Luís, Maranhão, resgatando sua história, estudando-os, entendendo seus significados e os saberes existentes na sua concepção, identificando potencialidades de uso e de reatribuição de uso ou função.

**Palavras-chave:** Design, Artefatos, Artesanal

## 1. INTRODUÇÃO

Os artefatos ajudam a construir a identidade cultural de um povo ou comunidade, conhecê-los significa identificar os preceitos que regem a sua história. Estes artefatos representam a materialização da cognição humana em forma de produto, iniciada com atribuições de valores e significados por parte do produtor e oportunizando uma reatribuição de uso pelo consumidor. Com o objetivo de inventariar artefatos produzidos no município de São Luís, Maranhão, resgatando sua história, estudando-os, entendendo seus significados e identificando potencialidades de uso e de reatribuição de uso ou função é que se desenvolveu a pesquisa intitulada *As várias faces dos artefatos: identidade e novas atribuições de significados*.

No desenvolvimento das atividades, foi privilegiada a realização de trabalho de campo na perspectiva do design etnográfico (SANTOS, 2007, SANTOS et al. 2009). Essa perspectiva metodológica, que privilegia o diálogo com a antropologia, tem no trabalho de campo etnográfico e na observação participante os seus principais procedimentos de obtenção de informações. Tomando como universo de pesquisa as feiras, mercados e comunidades do município e de acordo com um mapeamento prévio, os dados foram coletados para posterior análise e apresentação de resultados.

Na primeira parte do artigo será apresentado o referencial teórico que discute o design, o fazer artesanal, a inovação e o meio ambiente, logo os materiais e métodos seguidos dos resultados e discussões.

## 2. DESIGN, CULTURA ARTESANAL, INOVAÇÃO E MEIO AMBIENTE.

O termo *design*, entre outros entendimentos, significa uma atividade de elaboração de projeto. *Design de produto* remete ao ato de desenvolver projetos para fins de constituição de um determinado artefato<sup>1</sup>.

Do ponto de vista antropológico, o design é uma entre as diversas atividades projetuais, tais quais as artes, o artesanato, a arquitetura, a engenharia e outras que visam a objetivação no seu sentido estrito, ou seja, dar existência concreta e autônoma a ideias abstratas subjetivas (DENIS, 1998, p.19).

Para muitos estudiosos a história do Design surge com o advento da Revolução Industrial, porém, necessidades anteriores a esse contexto histórico eram supridas com artefatos produzidos artesanalmente. No entanto, as respostas às necessidades e demandas antes mesmo do advento da Revolução Industrial, a elaboração desses artefatos podem ser considerados como produtos derivados de um conceito particular de design.

(...) Se considerarmos a diversidade de culturas do passado e do presente, nem vagamente conseguiremos ter uma ideia do montante de objetos que foram produzidos pelo homem. E todos artesanalmente. Para uma noção do grau de dificuldade neste cálculo, basta que nos lembremos do fato de que a existência da humanidade é estimada em milhões de anos e que, há três séculos apenas ocorreu a Revolução Industrial. Até então, o mundo vinha sendo construído integralmente de modo artesanal. (LIMA, 2010).

---

<sup>1</sup> Segundo Cardoso Denis (1998), artefato “se refere especificamente aos objetos produzidos pelo trabalho humano, em contraposição aos objetos naturais ou acidentais”.

O homem desenvolve produtos para atender a necessidades que se apresentam em diferentes contextos históricos, culturais e sociais. Hoje, as necessidades ditas básicas não podem ser separadas daquelas demandadas pela sociedade de consumo resultante da dinâmica e da lógica capitalista.

Com o advento da Revolução Industrial, os produtos ganharam novas características: produção seriada e em alta escala por um lado, baixa qualidade e custo reduzido por outro. A industrialização trouxe também outro cenário nos meios de produção – a divisão do trabalho. Se antes o artesão detinha o conhecimento na execução do processo produtivo, com a divisão do trabalho e a possibilidade de utilização de máquinas, verificou-se o que Marx (1982) denominou de *alienação* do trabalhador. É nesse contexto que verifica-se também o surgimento das dicotomias: homem x máquina, manufatura x maquinofatura e todas as suas conhecidas consequências.

Alguns movimentos artístico-culturais posteriores à Revolução Industrial como o *Arts and Crafts*<sup>2</sup>, valorizavam o artesão em oposição à mecanização. Defendiam a qualidade de um produto feito a mão como alternativa à baixa qualidade da produção em massa. Esses movimentos, com graus variados de visibilidade vêm se repetindo até a atualidade.

A era da maquinaria trouxe não só consequências econômicas e sociais como também para o ambiente. Em termos ambientais, parte significativa dos produtos manufaturados é consideravelmente menos impactante que os industrializados, motivo que serve também como argumento para o resgate do fazer artesanal hoje.

Outro fator importante para este resgate relaciona-se com uma nova demanda de mercado: a busca pelo novo, pelo diferente. Numa época em que a globalização traz cada vez mais produtos esteticamente semelhantes, a busca pelo novo encontra justamente na produção artesanal, desenvolvida com técnicas e matérias primas regionais, típicas de cada lugar, fonte para a redefinição de valores.

A reorientação desses valores pode trazer embutida uma noção de inovação, ou seja, a de priorizar produtos esteticamente diferentes, produzidos segundo sistemas produtivos que valorizem os conhecimentos tradicionais, a preocupação com o meio ambiente, a cadeia produtiva limpa - sem uso de trabalho escravo ou degradante.

Nesse sentido, a inovação seria a mudança do próprio conceito de Design, levando ao descentramento do papel e lugar do designer (MILLS, 2009), moldando uma prática que possa articular o saber do designer com aquele detido por determinados especialistas (artesãos, mestres, etc) que desenvolvem seus produtos com materiais específicos, relacionados com sua realidade ambiental e orientados por seus referentes sociais e culturais.

A inovação residiria justamente nesse aspecto: a busca de novos produtos que levem em conta a preocupação com a sustentabilidade, o preço justo e a valorização dos conhecimentos tradicionais. Tudo isso sintonizado com a dinâmica de mercado, já que o desenvolvimento de produtos não perde de vista essa perspectiva. O caso das chamadas bio jóias produzidas na região Norte do país, é um bom exemplo. Os que se dedicam à sua produção utilizam materiais regionais para desenvolver peças que se inserem no mercado com esse selo regional e com um certo valor agregado: um conceito de sustentabilidade, de valorização regional, de utilização de determinadas matérias primas.

Nas feiras e mercados, por exemplo, é possível identificarmos uma série de artefatos desenvolvidos por artesãos e outros especialistas que têm finalidade utilitária ou não, e que respondem a necessidades do cotidiano de muita gente. Ainda que se possa encontrar equivalentes industriais de muitos desses produtos, a continuidade de sua produção não só significa a manutenção de uma tradição artística e artesanal, mas também que tais produtos continuam desempenhando uma função social importante ou sendo inseridos em novos circuitos de uso por sua riqueza estética, por sua simplicidade ou mesmo pelo princípio de sua produção, ou seja, serem produtos manufaturados.

Design, arte e artesanato têm muito em comum e hoje muitos designers começam a perceber o valor de resgatar as antigas relações com o fazer manual (MONTEIRO apud DENIS et al., 2007, p. 01).

---

<sup>2</sup> Movimento surgido no final do século XIX encabeçado por William Morris que condenava a produção em massa e todas as suas consequências.



Embora muitos não percebam, os objetos artesanais continuam a ser produzidos e convivem com os produtos da indústria, compondo o dia-a-dia de cada um de nós. Nota-se mesmo, nas últimas décadas, nos países de primeiro mundo, o ressurgir do interesse pelos objetos feitos a mão que alcançam altos preços de mercado. (LIMA, 2010).

### 3. A IMPORTÂNCIA DA CULTURA ARTESANAL

Segundo Rafael Cardoso Denis (2004), *artefatos* são os objetos produzidos pelo homem, em contraponto àqueles naturais ou acidentais, termo que adotamos neste projeto.

O design representa na sociedade industrial um sítio privilegiado para a geração de artefatos. (...) O design se configura como o foro principal para o planejamento dos objetos que constituem a paisagem artificial (no sentido de 'não natural') do mundo moderno. (...) O design constitui, grosso modo, a fonte mais importante da maior parte da cultura material de uma sociedade que, mais do que qualquer outra sociedade que já existiu, pauta sua identidade cultural na abundância material que têm conseguido gerar. (...) Se o design desempenha um papel tão importante assim, por que os seus objetos têm sido tão pouco estudados em relação aos de outras formas culturais como, por exemplo, a linguagem verbal? (DENIS, 2004, p.22-23).

Determinado artefato pode traduzir, através de formas, materiais e cores, a identidade de grupos sociais e do lugar de onde veio, ao mesmo tempo em que conta sua história.

Generalizado a partir do artefato individual para o conjunto de artefatos produzidos e usados por um determinado grupo ou por uma determinada sociedade, chegamos ao conceito de 'cultura material', termo que tem sua origem na etnologia e no estudo dos artefatos de povos considerados 'primitivos' pelos seus colonizadores europeus. Hoje, porém, esse conceito ganhou uma dimensão mais ampla e podemos falar de cultura material da nossa própria sociedade como uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos, bem como a maneira em que estes se encaixam em sistemas simbólicos e ideológicos mais amplos. (DENIS, 1998, p.19-20).

Como se pode ver, o homem sempre desenvolveu seus artefatos de acordo com suas necessidades. Com o passar do tempo, estas necessidades evoluíram e se tornaram complexas. Um exemplo disso é a *necessidade estética*. Ter determinado objeto manufaturado hoje pode significar a incorporação de novos valores e significados distintos daquele originalmente atribuídos por seus produtores. Essa redefinição valorativa pode significar também a diferenciação social, a incorporação de status ou outros aspectos relacionados com o universo social daqueles que operam tal re-significação.

A cultura artesanal do Maranhão é muito rica e diversa. Pode-se destacar a cerâmica de Itamatatua (Alcântara) e Rosário; os produtos em fibra de buriti de Barreirinhas e Alcântara, os apetrechos de pesca produzidos na Baixada Maranhense, os utensílios para feitura da farinha como o Tipiti, feito de fibras de palmeiras.

A Festa do Divino Espírito Santo em Alcântara, por exemplo, abriga uma cultura material bastante diferenciada, relacionada com vários artesãos especialistas que se dedicam desde a fabricação de altares a enfeites de mesa.

No estado do Maranhão o fazer artesanal é altamente valorizado pelas técnicas que determinados grupos detêm e pelas matérias primas disponíveis no lugar de sua produção. Os exemplos acima citados ratificam essa importância. No Maranhão, uma série de artefatos produzidos com diferentes matérias primas, e outros elaborados a partir de reaproveitamento de materiais, vêm sendo produzidos pelos artesãos como forma de marcar a importância do fazer artesanal ao longo da história.

Em função dessa ampla diversidade presente no estado, faz-se necessário, para fins de desenvolvimento do projeto, a delimitação do universo empírico. Em função disso, concentraremos o

nosso estudo na cidade São Luís, tentando contemplar artefatos que utilizam metal, madeira, fibras e barro como matéria prima. Buscaremos, então, realizar um inventário desses distintos produtos tentando contemplar não só as matérias primas utilizadas bem como os vários aspectos culturais e simbólicos relacionados com os saberes e fazeres operados na produção desses artefatos. Tomaremos como universo de pesquisa, portanto, as feiras, mercados e comunidades do município.

Não objetivamos produzir um levantamento dos artesanatos populares em si, mas inventariar variados tipos de utensílios resultantes dos ofícios e modos de fazer que têm na manufatura a sua principal característica. A realização dessa tarefa serviria igualmente para identificar o rico patrimônio imaterial, relacionado com os saberes detidos por esses agentes sociais.

O homem tem o poder e a necessidade de atribuir significados aos objetos. Produtos projetados para serem usados obedecendo à determinada função mudam de significado quando o usuário lhe atribui um novo valor, um novo uso. Um bom exemplo disso são os utensílios produzidos por determinado artesão utilizados como peças de decoração. Um prato de cerâmica, por exemplo, pode deixar sua função primária de recipiente para alimentos, passar a elemento decorativo quando resignificado e colocado numa parede.

O designer também tem essa capacidade de re-atribuição de valores, de re-conceituação, transformando um produto que foi pensado para uma determinada função, em outro diferente. O design contemporâneo como o trabalho do grupo Droog Design<sup>3</sup> assim como os Irmãos Campana<sup>4</sup>, tem apostado nessa característica. Como um dos objetivos deste projeto tem-se a análise de tais objetos pesquisados e a possibilidade de uso e reuso dos mesmos no âmbito de sua função ou de reatribuição de nova função.

#### 4. MATERIAIS E MÉTODOS

No desenvolvimento das atividades, foi privilegiada a realização de trabalho de campo na perspectiva do design etnográfico (SANTOS, 2007, SANTOS et al. 2009). Essa perspectiva metodológica, que privilegia o diálogo com a antropologia, tem no trabalho de campo etnográfico e na observação participante os seus principais procedimentos de obtenção de informações. O universo empírico a ser pesquisado foram as feiras, mercados e comunidades produtoras de artefatos artesanais em cerâmica, metal, madeira e fibras, no município de São Luís. Privilegiou-se também a realização de entrevistas com roteiros previamente preparados. A utilização de equipamentos para a produção de material audiovisual foi outro recurso utilizado no desenvolvimento das atividades de pesquisa.

Para o desenvolvimento da pesquisa fez-se necessário o mapeamento de feiras e mercados e outros contextos que produzem, apresentam ou comercializam os artefatos manufaturados. Neste locais, pode-se apreender, a partir de saberes e fazeres, o rico patrimônio imaterial detido pelos produtores as manufaturas. Através do levantamento dos artefatos, identificou-se seus significados: para que servem, de que material foram feitos, através de que técnicas de produção foram produzidos e a que região/comunidade pertencem. Por fim, buscou-se Entender a relação do produtor (aquele que atribui funções ao produto) e do consumidor (que atribui funções ao produto, mas também atribui significados) com os artefatos.

#### 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

As tabela a seguir apresenta imagens correspondentes aos registros dos artefatos realizados nas localidades anteriormente citadas, acompanhadas com as respectivas fichas técnicas que fornecem

<sup>3</sup> Droog Design é um grupo de design holandês que trabalha com o design conceitual, de valor mais contemplativo do que funcional. Atribui novas funções a produtos já existentes, assim como cria novos produtos. ([www.droog.com](http://www.droog.com)).

<sup>4</sup> Irmãos Campana são designers brasileiros conhecidos mundialmente por seus trabalhos conceituais como a cadeira Fofissima produzida pela aglomeração de bichos de pelúcia. ([www.campana.com.br](http://www.campana.com.br))

informações a respeito dos significados: para que servem, de que material foram feitos e a que região/comunidade pertencem. A tabela não apresenta a totalidade dos artefatos pesquisado.

Artefato	Dados
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Cantareira  <b>Matéria-Prima:</b> Madeira  <b>Função:</b> Colocação de Potes  <b>Localidade:</b> Caxias  <b>Processo de fabricação:</b> Marcenaria</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Agulha de Rede  <b>Matéria-Prima:</b> Madeira  <b>Função:</b> Trançar fios de rede  <b>Localidade:</b> Não Identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Marcenaria</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Cofó  <b>Matéria-Prima:</b> Palha de Palmeira  <b>Função:</b> Armazenar e Transportar  <b>Localidade:</b> Não Identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Cestaria</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Vassoura-Piaçaba  <b>Matéria-Prima:</b> Madeira e Fibra retirada do <i>mavarisco</i>  <b>Função:</b> Varrer  <b>Localidade:</b> Não Identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Amarração</p>

	<p><b>Nome do Artefato:</b> Rede  <b>Matéria-Prima:</b> Fibra de buriti ou carnaúba  <b>Função:</b> Serve como descanso do homem  <b>Localidade:</b> Não Identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Tecelagem com tear manual</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Luminária  <b>Matéria-Prima:</b> Lata  <b>Função:</b> Iluminar  <b>Localidade:</b> Não Identificado  <b>Processo de Fabricação:</b> Reaproveitamento de embalagem de flandres com corte e perfuração</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Tampa ou base de panela  <b>Matéria-Prima:</b> Flandres  <b>Função:</b> auxilia no cozimento de tortas em fugareiro  <b>Localidade:</b> Não identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Reaproveitado de embalagens de óleo e realização de moldagem</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Cadeira de rodas  <b>Matéria-Prima:</b> Madeira  <b>Função:</b> Auxiliar na locomoção  <b>Localidade:</b> São Luís  <b>Processo de Fabricação:</b> Marcenaria</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Descamadeira  <b>Matéria-Prima:</b> Madeira  <b>Função:</b> Escamar peixe  <b>Localidade:</b> São Luís  <b>Processo de Fabricação:</b> Marcenaria manual</p>

	<p><b>Nome do Artefato:</b> Forno  <b>Matéria-Prima:</b> de latas  <b>Função:</b> Cozinhar Bolo  <b>Localidade:</b> Não Identificada  <b>Processo de Fabricação:</b> Reaproveitamento de latas</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Ratoeira  <b>Matéria-Prima:</b> Arame  <b>Função:</b> Prender rato  <b>Localidade:</b> São Luís  <b>Processo de Fabricação:</b> Reaproveitamento de lata de flandres e utilização da técnica de aramado</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Lamparina  <b>Matéria-Prima:</b> Alumínio  <b>Função:</b> Auxiliava a colocação de querosene na lamparina  <b>Localidade:</b> São Luís  <b>Processo de Fabricação:</b> Soldagem</p>
	<p><b>Nome do Artefato:</b> Descascador de metal  <b>Matéria-Prima:</b> Metal  <b>Função:</b> Auxiliar no descascar da laranja  <b>Localidade:</b> São Luís  <b>Processo de Fabricação:</b> Técnica de aramado</p>

O artesanato e a produção artesanal apresentam uma interdependência, uma vez que o artesanal equivale à forma de trabalho do artesão e o artesanato seria o produto do trabalho (Estudo setorial artesanato. SEBRAE. Ceará, 2009. p. 6.). Levando a ideia de que um produto artesanal é um artesanato utilitário, diferenciando-se do artesanato não-utilitário. Podendo o objeto artesanal ser definido por duas características essenciais, conforme Ricardo Lima (2005).

[...] diríamos que objeto artesanal é definido por uma dupla condição: primeiro, o fato que seu processo de produção é em essência manual [auxiliado por ferramentas]. São as mãos que executam basicamente todo o trabalho. Segundo: a liberdade do artesão para definir o ritmo da produção [...] (LIMA, 2005. p. 2)

Os produtos artesanais carregam valores culturais - repassados oralmente através do ensino das técnicas de produção, além de valores ambientais – equivalentes a utilização consciente dos recursos naturais. Esses valores, como se pode identificar na falas dos designers entrevistados, congregam elementos que conduzem, primeiramente, ao reconhecimento da cultura local, resultando na valorização deste produto e estabelecendo uma identidade regional.

Os artefatos constroem a cultura e a identidade de uma comunidade, representam a materialização da cognição humana no produto, correspondendo à inserção de valores nas coisas que as transformam em objetos. Entendendo a diferença entre coisa e objeto, conforme Henry Puerto (1996), a utilidade ou valor de uso atribuído ao objeto, ausente na coisa, considerando a relação estabelecida entre o indivíduo e o artefato.

O sujeito interessa-se por um objeto e coloniza-o, ou seja, investe nele desejo, tempo, trabalho, para, em seguida, apropriar-se dele e colher benefícios da posse. A função última da catexia, como da colonização, é sempre de apossar-se do objeto para integrá-lo ao ego do sujeito. (DENIS, 1998, p. 34).

Esses objetos, segundo Rafael Cardoso Denis (1998), enquadram-se em um conjunto de sistemas ideológicos, constituindo a chamada cultura material. A chamada cultura material representa “[...] uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos, bem como a maneira em que estes se encaixam em sistemas simbólicos e ideológicos mais amplos.” (DENIS, 1998, p.19-20).

Estando os mesmos carregados de signos, que esboçam a atribuição de significados emocionais e a transposição de uma relação entre o sujeito consumidor e artefato pautado estritamente na funcionalidade.

O significado de um artefato para o usuário não se reduz ao seu funcionamento e seria mais adequado falar de ‘funções’ do objeto do que de ‘função’, principalmente no que diz respeito à sua inserção em um sistema de produção, circulação e consumo de mercadorias. (DENIS, 1998, p. 31).

Os significados dos objetos, na concepção Rafael Cardoso (1998), dependem da intencionalidade do homem podendo ser universais, atribuídos nos processos de produção/distribuição, e/ou individuais, inseridos no consumo/uso, variando conforme as experiências vivenciadas, grupo social e contexto histórico dos indivíduos resignificadores.

O homem tem o poder de ressignificar o objeto, acrescentado funções e valores diferentes dos inicialmente atribuídos, um exemplo da capacidade de nova significação, seria a inserção da função estético-artefato adquirido, representando a concretização uma necessidade estética.

De acordo com Löbach (1976) a estética pode ser definida:

[...] como a ciência das aparências perceptíveis pelos sentidos (por exemplo, a estética dos objetos), de sua percepção pelos homens (percepção estética) e de sua importância para os homens como parte de um sistema sócio-cultural (estética de valor).

A atribuição de uma função estética representa a transgressão da barreira do funcionalismo formal e a aproximação do indivíduo com o belo e outros sistemas de valores.

Os atos de investimento de valores nos artefatos aproximam dois universos: o do designer e do artesão. A concepção do projeto, segundo Rafael Cardoso (1998), carrega componentes primordiais: o

de criação e de artifício, entendido como habilidade de dar formas concretas ao intangível, presente no artesanato e nos objetos fruto do projeto de design. A aproximação do designer e o artesão cria a possibilidade de construção de uma relação participativa, correspondendo à estruturação do design participativo. De acordo com Dijon De Moraes (2010), design participativo é “(...) melhorar o processo sem interferir no conceito, promover a logística e o serviço dos artefatos sem alterar a sua condição de artesanato.”

O designer interfere no universo da produção artesanal, estando responsável por pensar na comercialização dos produtos, tornando-os vendáveis, mas não descaracterizando a produção artesanal.

O designer ao estabelecer uma modificação arbitrária, estaria levando a descaracterização do produto e, conseqüentemente, a perda da identidade local e, principalmente, o rompimento do artesão com a visão de mundo transposta no artefato.

A produção artesanal primeiramente representava o modo de suprir às necessidades humanas, processo rompido com a eclosão da Revolução Industrial, marcada por representar o ápice da capacidade humana de modificar a natureza.

Os produtos industriais expõem uma nova realidade: a superficialidade da relação humana com o artefato. Hoje, reconhecemos os malefícios da negação da produção artesanal e a necessidade iminente que possuímos de resgatar e valorizá-la.

O produto artesanal congrega outros valores, especialmente os culturais, resultado da utilização de técnicas específicas e representando o olhar do artesão na produção. O artesão carrega na memória uma sabedoria aprendida no cotidiano e uma técnica referente ao modo de fazer que representa uma parte da história construída e interpretada diariamente. No entanto, esquecidas por uma sociedade adaptada a valorizar artefatos repletos de valores fluidos.

Entender ou estudar um artefato não significa analisar estritamente os aspectos como forma, cor e funcionalidade, mas compreender a história por trás da forma, da cor e dos materiais empregados, construída por atores – artesãos.

## REFERÊNCIAS

MONTEIRO, Cláudia Cirineo Ferreira et al. **Acontecimentos entre o Desenho Industrial e o Design**, 2007. Disponível em:

<[http://www.anpedesign.org.br/artigos/portema/historia\\_main.htm](http://www.anpedesign.org.br/artigos/portema/historia_main.htm)> Acesso em 18 de março de 2011

DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos**. In: Revista Arcos, volume 1, número único, 1998. disponível em: <[www.esdi.uerj.br/arcos/p\\_arcos\\_1.shtml#a1](http://www.esdi.uerj.br/arcos/p_arcos_1.shtml#a1)> 18 de março de 2011

SANTOS, Camila Andrade dos; SOUZA FILHO, Benedito; NORONHA, Raquel Gomes **Design Etnográfico: uma proposta metodológica** In: V Congresso Internacional de Pesquisa em design, 2009, Bauru.

ENGLER, Rita de Castro. **Design Participativo: uma experiência no Vale do Jequitinhonha**. Belo Horizonte: EdUEMG, 2010.

MOURA, Carlos de Azevedo; AQUINO, Alfredo; BORGES, Adélia. **Desenho Anônimo: Legado da imigração no Sul do Brasil**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 2007.

LIMA, Ricardo Gomes. **Artesanato: cinco pontos para discussão**. Palestra feita durante o evento - Palestra Artesanato Solidário/Central Artesol, 2005. Disponível em:

<[http://www.cnfcp.gov.br/interna.php?ID\\_Secao=96](http://www.cnfcp.gov.br/interna.php?ID_Secao=96)> Acesso em 15 de abril de 2011.

REIS, Alexandre Amorim dos. **Materialidade do design e cultura material**. Santa Catarina. Disponível em:

<[http://www.tcdesign.uemg.br/en/pdf/alexandre\\_amorim.pdf](http://www.tcdesign.uemg.br/en/pdf/alexandre_amorim.pdf)> Acesso em 1 de abril de 2011.

**Estudo setorial artesanato. Sebrae**. Ceará, 2009. Disponível em:

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/E1B356515E8B5D6D83257625006D7DA9/\\$File/NT00041F56.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/E1B356515E8B5D6D83257625006D7DA9/$File/NT00041F56.pdf)> Acesso em: 15 de jun de 2011.

Krucken, Lia. **Design e Território: Valorização de identidades e produtos locais**. Studio Nobel. 2009.

PUERTO, Henry Benavides. **Design e inovação tecnológica. Coletânea de idéias para construir um discurso**. Salvador: IEL/Programa Bahia *Design*, 1996.

FILHO, Clovis dos Santos Dias. **Design numa perspectiva cultural**. In: III ENECULT - Terceiro Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007, Salvador. Disponível em:

<<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/ClovisdosSantosDiasFilho.pdf>> Acesso em: 21 de abril de 2011.

SANTOS, Célio Teodorico dos. **Significado**, Agosto de 2009. Disponível em:<

<http://www.abcdesign.com.br/por-assunto/teoria/significado/>>. Acesso em 20 abr. 2011.

SAFAR, Giselle Safar, ELETO, Humberto. **DESIGN GRÁFICO MINEIRO – Que trem é esse?**. Belo Horizonte: 2001.

SEBRAE. **Seminário Internacional de Design. Brasil design diversidade negócios**. Mídia Digital. Brasil,



# Economia

## IDENTIFICAÇÃO DE ENTRAVES ECONÔMICOS NA PRODUÇÃO DE BIODIESEL NA BAHIA

Marcelo Santana Silva<sup>1</sup>; Georges Souto Rocha<sup>2</sup>; Juliano da Silva Lopes<sup>3</sup>;  
Ronaldo Bruno Ramalho Leal<sup>4</sup>; Fábio Matos Fernandes<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Bahia - Campus Santo Amaro – marcelosilva@ifba.edu.br

<sup>2</sup>Instituto Federal da Bahia – Campus Salvador – gesoro@ifba.edu.br

<sup>3</sup>Instituto Federal da Bahia - Campus Irecê – julianolopes@ifba.edu.br

<sup>4</sup>Instituto Federal da Bahia – Campus Santo Amaro – ronaldobruno@ifba.edu.br

<sup>5</sup>Universidade Estadual da Bahia - Campus Bom Jesus da Lapa – fmatosf@gmail.com

### RESUMO

No atual momento em que as energias renováveis estão em crescente expansão no cenário internacional, torna-se importante uma reflexão sobre este mercado, em especial o do biodiesel. A substituição do petróleo por biocombustíveis vem suscitando muitos questionamentos propiciados pelo desconhecimento amplo sobre a nova cadeia produtiva e sua sustentabilidade industrial e agrícola. Apesar disso, em decorrência da forma como o Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel (PNPB) está sendo desenvolvido, vários entraves vêm sendo identificados na produção deste combustível. Diante do exposto, esse trabalho tem como objetivo investigar alguns elementos relacionados aos entraves econômicos para a produção do Biodiesel no Bahia. Neste trabalho adotaram-se métodos descritivo-qualitativos e exploratórios, compreendendo a investigação documental e a aplicação de questionários para obtenção de percepções de distintos agentes da cadeia produtiva do biodiesel intencionalmente escolhidos através de amostragem não-probabilística. A pesquisa assinalou os seguintes entraves: o Estado da Bahia adota critérios de desconto do ICMS em vez da isenção do imposto; registra-se instabilidade na produção de oleaginosas na Bahia; constata-se importação de matéria-prima de outros estados para atender às indústrias instaladas na Bahia; existência alta ociosidade, atrelada a alta capacidade instalada das unidades produtivas; baixo nível de financiamento (e muita burocracia para sua obtenção) para produção, pesquisa e desenvolvimento do biodiesel; aumento do preço das oleaginosas em decorrência da concorrência pelas matérias-primas por parte das empresas produtoras de biodiesel; não existência de subsídios na Bahia para o plantio por área e para aquisição de fertilizantes; inexistência de garantia de preços mínimos para compra das oleaginosas; a elevação da taxa de câmbio favorece à importação do petróleo frente a produção do biodiesel; entre outros aspectos. Por fim, constata-se que, além destas questões acima citadas, outros gargalos bloqueiam o crescimento da produção do biodiesel, acarretando ociosidade nas plantas de biodiesel instaladas no Estado.

**Palavras chave:** Entraves Econômicos, Sustentabilidade, Biodiesel.

## 1. INTRODUÇÃO

É cada vez mais discutida a inserção de diferentes fontes de energia na matriz energética, em particular, as energias renováveis. Estas são provenientes de fontes naturais capazes de se regenerar e que, portanto, apresentam menor intensidade de desequilíbrio do planeta e menor impacto ambiental, sem afetar significativamente o balanço térmico ou composição atmosférica do planeta. Este tipo de energia é um elemento de extrema importância para o desenvolvimento sustentável de um país, representando hoje aproximadamente, 4% do consumo de energia nos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE<sup>1</sup>), e cerca de 20% nos países em desenvolvimento: localizados na África, Ásia e, em parte, Brasil, onde se usa muito a biomassa e a hidroeletricidade (GOLDEMBERG, 2008).

Diversos estudos sobre o emprego de energias renováveis (SLUSZZ; MACHADO, 2006; ALVES, 2007) têm sido realizados nos últimos anos, com destaque para o biodiesel, motivado particularmente pela alta do preço do petróleo, atrelado ao enfoque econômico, bem como pelas preocupações sobre as mudanças climáticas e aos aspectos sociais e ambientais.

Todos esses estudos podem esvair-se pela escassez de políticas concretas que viabilizem a cadeia produtiva do biodiesel e de pesquisas alicerçadas em um planejamento integrado que possam manter o país em um ritmo de crescimento contínuo de uso de fontes renováveis como, por exemplo, o etanol e o biodiesel.

Nesta perspectiva, o Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel (PNPB) está em fase de amadurecimento e enfrenta alguns obstáculos.

O Programa continua confuso e causando grandes preocupações aos investidores que acreditaram no Programa. Não existe transparência e o papel da Petrobras como única compradora e vendedora e agora como grande produtora preocupa os atuais produtores privados. Para que ocorra um ajuste no mercado, é necessária a flexibilização do governo na comercialização, antecipação de metas, preços nos leilões que reflitam a realidade do mercado e revisão da questão dos impostos. Sem isso, o **Programa do Biodiesel continuará patinando**. (PIRES, 2008, p. 1, grifo nosso).

A produção de biodiesel no Brasil nos últimos anos é apresentada na Figura 1, bem como a capacidade instalada no Brasil, na Figura 2 (MME, 2011).

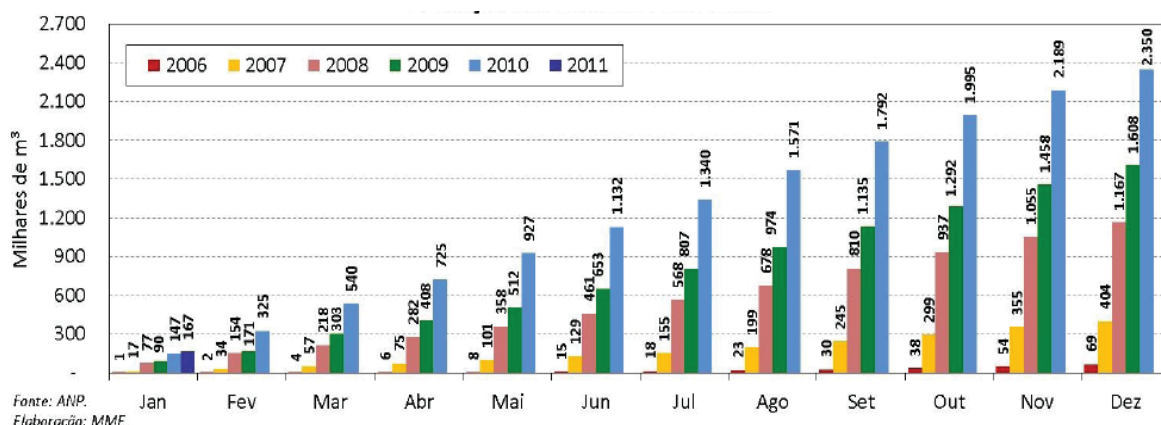


Figura 1: Produção de Biodiesel Acumulada

<sup>1</sup> São 30 países que compõem a OCDE: Austrália, Áustria, Alemanha, Canadá, Bélgica, Dinamarca, Coréia do Sul, Espanha, EUA, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Islândia, Itália, Japão, Luxemburgo, México, Noruega, Nova Zelândia, Polônia, Portugal, Reino Unido, República Eslovaca, República Tcheca, Suíça, Suécia e Turquia.

Fonte: MME, 2011

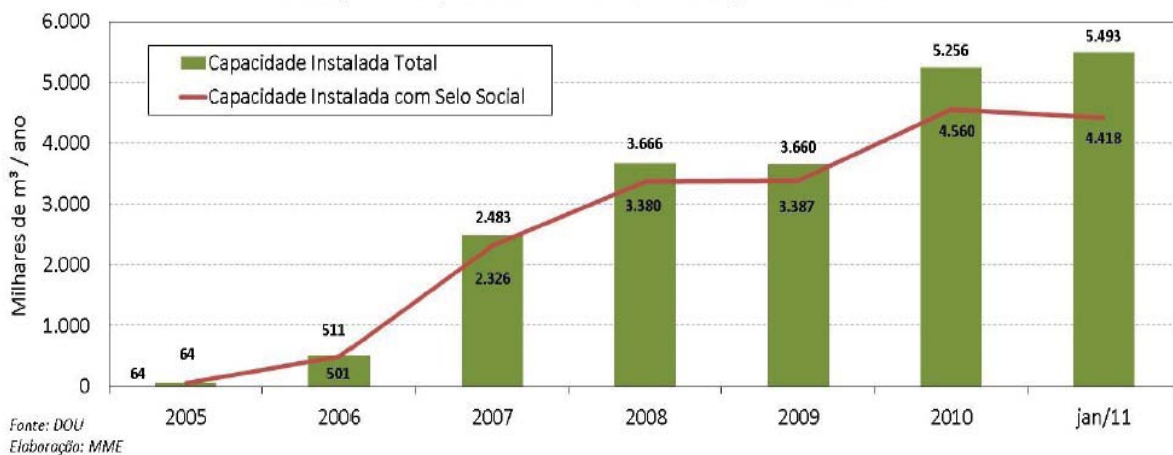


Figura 2: Evolução da Capacidade Instalada de Produção de Biodiesel  
Fonte: MME, 2011

Apesar do potencial de capacidade instalada, na ordem de 5,4 bilhões de litros anuais, com a existência de 58 usinas autorizadas pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis – ANP (MME, 2011), a produção de 2010 foi cerca de 43% deste valor. Isto significa que muitas empresas apresentam um grande índice de ociosidade, ficando muito aquém da sua capacidade instalada. Porém, convém destacar que a produção de biodiesel no Brasil, durante este período, tem ficado no limite para atender somente à mistura estabelecida pelo governo.

O objetivo principal deste trabalho é identificar os entraves econômicos para a produção de biodiesel na Bahia.

A viabilização da produção do biodiesel requer a implementação de uma estrutura organizada em todo elo da cadeia produtiva, de forma a atingir, com competitividade, os mercados potenciais. Logo, entende-se ser oportuno observarem-se os pontos ligados à questão econômica no estado da Bahia relacionados ao programa de biodiesel, tendo como foco principal a garantia da oferta e do abastecimento em médio e longo prazo.

## 2. METODOLOGIA

Dada a complexidade do assunto exposto, buscou-se seguir uma metodologia que proporcionasse, simultaneamente, maior exame possível de dados, informações e opiniões oriundas de estudos e conhecimentos existentes sobre o biodiesel e seus entraves. Por isso, neste trabalho adotaram-se, predominantemente, procedimentos descritivo-qualitativos e exploratórios.

Além disso, foi feita uma investigação documental e reconhecimento de percepções por meio da aplicação de questionários em distintos agentes da cadeia produtiva do biodiesel, intencionalmente escolhidos através de amostragem não-probabilística (YIN, 2005). A investigação documental consiste na pesquisa primária (coleta de dados de empresas pertencentes à cadeia produtiva do biodiesel e dos órgãos governamentais envolvidos na pesquisa), na pesquisa secundária (informações do setor disponíveis na Internet) e uma revisão da literatura (utilização de livros, artigos científicos, dissertações, publicações periódicas e teses como subsídios à pesquisa).

Esta pesquisa é uma das partes de um trabalho final de dissertação de mestrado.

## 3. ELEMENTOS INVESTIGADOS NOS ENTRAVES ECONÔMICOS

Questões econômicas constituem-se em aspectos fundamentais para o desenvolvimento da cadeia produtiva do biodiesel. De acordo com os elementos investigados, verificou-se que o ambiente econômico está dificultando todo o processo produtivo desde o produtor até o consumidor do

biocombustível, e, portanto, alguns pontos mais polêmicos precisam ser repensados com vistas a sua reordenação.

Para alcançar as metas estabelecidas pela Lei 11.097/2005, (BRASIL, 2005), os governos federal, estadual e municipal precisam seguir as políticas públicas atualmente em vigor para toda a cadeia produtiva do biodiesel, ou seja, colocar em prática os programas estabelecidos em cada segmento das esferas de governo.

Desta forma, pretende-se, nesta discussão, apresentar os principais elementos econômicos vigentes que estão dificultando o crescimento da produção de biodiesel no Brasil e na Bahia.

Segundo Carneiro (2003), no estado da Bahia, apesar do grande potencial para o cultivo de oleaginosas para a produção de biodiesel, existem fatores restritivos à implantação e consolidação de uma economia do biodiesel. Os gargalos econômicos, desde 2003, são:

- Faltam contratos de garantia de compra ao produtor (garantias de preços mínimos);
- Carência de linhas de financiamentos para ampliar os plantios das oleaginosas;
- A área plantada com oleaginosas no estado é insuficiente para atender a demanda adicional gerada pelo biodiesel. Um exemplo disso, é que os 140 mil hectares, hoje plantados com mamona, são insuficientes para abastecer as indústrias atualmente instaladas na Bahia. Os volumes requeridos pelo mercado energético são da ordem de dezenas de bilhões de toneladas anuais (para uma escala nacional e industrial de porte);
- Competição por outros usos da matéria-prima (fator preço);
- Dificuldade de acesso ao crédito, por conta de pequenos produtores rurais (CARNEIRO, 2003, p. 41-42).

Os resultados obtidos é apresentada no Quadro 1, bem como os comentários dos elementos investigados. Em seguida, um breve comentário dos elementos investigados.

Elementos Investigados	Resultados/Comentários
ICMS – Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação	Cada estado adota uma política para o ICMS, apresentando índices diferentes da alíquota padrão.  O estado da Bahia adota critérios de desconto do ICMS em vez da isenção, através do PROGRAMA DESENVOLVE - Programa de Desenvolvimento Industrial e de Integração Econômica do Estado da Bahia.
Produção de mamona	Registra-se instabilidade na produção de mamona na Bahia nos últimos anos
Escassez de matéria-prima para produção de biodiesel no estado da Bahia	Registra-se importação de matéria-prima de outros estados para atender às indústrias instaladas na Bahia.
Capacidade instalada e de produção	Registra-se alta ociosidade, atrelada a alta capacidade instalada, sem disponibilidade de matéria-prima, comprometendo, assim, a produção de biodiesel.
Escassez de financiamento público para empresas e produtores	Baixo nível de financiamento para produção, pesquisa e desenvolvimento

	Muita burocracia para obtenção de financiamento. Produtores endividados sem direito ao financiamento.
Preços da baga de mamona/saca	Aumento do preço da mamona, em decorrência da concorrência das empresas produtoras de biodiesel com empresas de óleos de mamona para o mercado externo e interno.
Custos de produção	Registra-se um aumento no custo da matéria-prima das diversas oleaginosas para a produção de biodiesel.
Explosão de preços dos óleos vegetais	Aumento dos preços dos óleos vegetais no mercado externo e interno em decorrência de fatores exógenos.
Preços pagos nos leilões	Baixos preços pagos aos produtores de biodiesel, nos primeiros leilões, em decorrência da fixação dos preços.
Subsídios agrícolas com incentivos financeiros para o plantio	Não existem subsídios na Bahia para o plantio por área plantada, nem para aquisição de fertilizantes e nem subsídios para garantia de preços mínimos para todas as oleaginosas.
Efeitos das flutuações da taxa de câmbio	Elevação da taxa de câmbio favorece à importação do petróleo frente ao biodiesel.
Concorrência com a ricinoquímica e empresas de óleo de mamona	Alguns produtores de biodiesel estão concorrendo com algumas empresas da área de ricinoquímica, como, por exemplo, a Brasil Ecodiesel e a Comanche na Bahia.
Fidelização	Existe o descumprimento de contratos feitos pelo produtor com a cooperativa ou associação na entrega da matéria-prima.
Falta de cooperativas organizadas para a produção de biodiesel	O governo não prioriza o fomento e gestão das cooperativas para a produção de biodiesel

Quadro 1 - Elementos investigados nos entraves econômicos

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa.

O entrave bastante questionado por diversos pesquisadores foi a alíquota padrão adotada para o Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, conforme convênio ICMS nº 113, de 6 de outubro de 2006 e alterado pelo convênio CONFAZ ICMS nº 160 de 15 de dezembro de 2006 (CONFAZ, 2006), que determina uma alíquota de 12% para todas as regiões do Brasil, não respeitando as condições de cada Estado, inclusive os da região Norte, Nordeste e semi-árido, conforme a Figura 3.

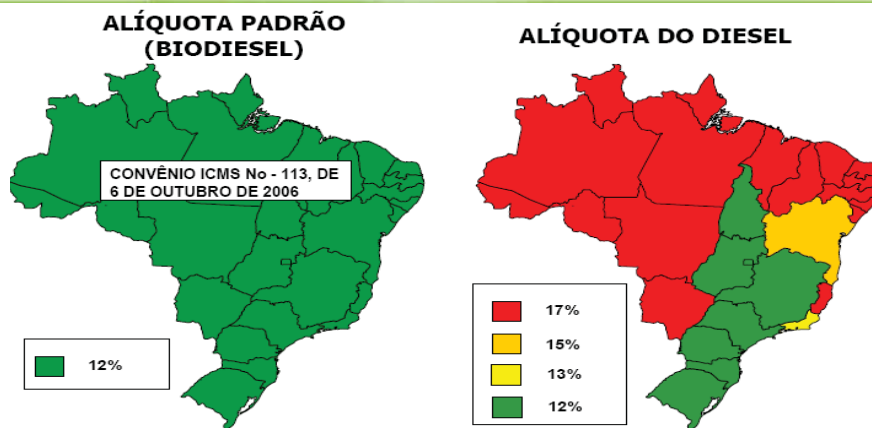


Figura 3 - Alíquota ICMS Padrão - Biodiesel  
 Fonte: SINDICOM (2006) apud MME (2006)

Convém salientar a necessidade da revisão da alíquota do ICMS para o estado da Bahia, como pré-requisito para a sustentabilidade do Programa Estadual de Bioenergia do Estado, bem como para o PNPB. A crítica dos Estados relaciona-se ao fato de que, ao não estabelecer regras tributárias para toda a cadeia, e sim apenas para a produção, o Governo Federal deixou a critério dos estados a redução de tributos ao produto final. Daí o impasse no qual os Estados se encontram: reduzir a alíquota do ICMS sobre os combustíveis representaria uma grande perda de recursos.

O Programa DESENVOLVE adota descontos no ICMS para todas as empresas, independentemente de ser produtora de biodiesel ou não, se é incipiente no mercado, ou lida com uma instabilidade de preços das matérias-primas, enfim, não adota critérios diferenciados por setor da atividade econômica. Por isso, o Programa DESENVOLVE e o Programa Estadual de Bioenergia (BAHIA, 2008) precisam ser revistos e atualizados, para que empresas, em especial as pequenas e micro, possam entrar e se estabelecer.

Sobre a escassez de investimento público, principalmente na Bahia, Pires e outros (2004) comentam que, em razão da liderança da Bahia na produção e da participação da indústria de óleo de mamona, o Estado deve assumir uma posição privilegiada no fluxo de investimentos agrícolas. Observa-se que, apesar do discurso governamental no sentido de incentivar o biodiesel, os recursos alocados para o cultivo das oleaginosas foram modestos frente às necessidades de financiamento da produção.

Além dos escassos recursos destinados, o financiamento através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) esbarra em sérias dificuldades para liberação dos recursos para o produtor em virtude de vários motivos: inadimplência, falta de registro na Declaração de Aptidão de Produtor - DAP, falta de assistência técnica apropriada para a execução do projeto junto aos órgãos de fomento, entre outros.

O Grupo de Trabalho Interministerial – Biodiesel (MAPA, 2003, p.15) divulgou, no seu relatório final, as seguintes questões econômicas vigentes:

Identificam-se três aspectos da produção do biodiesel que necessitam de análise dedicada quanto ao seu desenvolvimento, quais sejam, a produção agrícola dos óleos vegetais, a produção agro-industrial do biodiesel e o aspecto econômico. Não é evidente a disponibilização em curto prazo de matérias primas sem o comprometimento de externalidades de mercado, no caso das grandes produções como a soja, nem o comprometimento de produção em um programa nacional integrado de biodiesel considerando as produções incipientes e sem políticas de investimentos definidas no caso de oleaginosas como dendê, mamona, girassol ou quaisquer outras. No lado industrial há parque instalado, contudo de baixa produtividade e eficiência, com impossibilidade de sustentar um programa nacional,

porém com potencial de alavancar o desenvolvimento regional. O terceiro aspecto a ser analisado, o econômico, seguramente requer ações adequadas pelos agentes competentes para o equacionamento da viabilidade e competitividade econômica do biodiesel.

Com relação à estrutura dos custos de produção do biodiesel, 80% são referentes à matéria-prima utilizada (SZUSTER, 2007) e os outros 20% aos outros custos fixos e variáveis. Com relação às principais matérias-primas para a produção de biodiesel, observou-se um aumento dos preços pagos ao produtor em outras oleaginosas produzidas na Bahia: a mamona, a soja, dendê e amendoim (CONAB, 2010).

Pode-se afirmar também que o avanço da economia mundial tem contribuído para a elevação da demanda pelas principais *commodities* agrícolas, energéticas e minerais, com conseqüente aumento de preços. A queda no ritmo do crescimento norte-americano e sua influência em âmbito mundial não foram suficientes, pelo menos até o momento, para reverter a alta de preços das *commodities*.

Vários estudos realizados (PENTEADO, 2005; VILAR, 2006) com relação à viabilidade econômica têm demonstrado que o preço do biodiesel, na maioria das vezes, é mais alto do que o preço do diesel, exceto quando existe um subsídio a ser pago ou por renúncias fiscais. Existem estudos mostrando (FOSTER; MURTA, 2004; LEIRAS, 2006) que os custos de produção do biodiesel dependem essencialmente do custo da matéria-prima, do óleo vegetal ou outra substância graxa, e dos custos de processamento industrial, podendo subtrair-se os créditos decorrentes da comercialização do glicerol.

Analisando o perfil do setor de biodiesel, com relação às indústrias produtoras de biodiesel que participaram dos leilões já realizados, pode-se concluir que este é bastante diversificado. Há indústrias do setor de óleos vegetais, do setor químico, de termelétricas, do setor de combustíveis e até comercializadores de gado, como exemplo, a Bertin (SP), com sebo animal. A maioria dessas empresas é de grande porte, de investimentos iniciais altíssimos, capital nacional ou multinacional, como, por exemplo, a Comanche, na Bahia, de capital norte-americano. Observa-se a pouca participação de empresas com pequeno e médio porte no setor, por falta de investimentos, falta de políticas públicas bem objetivas, muita burocracia e da exigência de capital inicial elevado.

A partir das entrevistas e da análise dos questionários, verificou-se que os preços baixos do biodiesel nos leilões foram causados pela concorrência acirrada e pela ansiedade da indústria em vender sua produção de biodiesel, provocando a derrubada dos preços negociados em todos os leilões de biodiesel. Pode-se afirmar que o sistema de leilões segue na contramão da livre concorrência. Por outro lado, o governo e alguns especialistas avaliam que o leilão promovido pela ANP ou pela Petrobras é uma garantia de oferta mínima obrigatória e gera um arranjo institucional permitindo que os elos da cadeia produtiva interajam, bem como, a existência da concorrência entre as empresas, com o intuito de proporcionar um menor preço final. Sendo assim, essa interação gera um aprendizado para os envolvidos no processo.

As indústrias comercializaram o biodiesel abaixo do preço da matéria-prima por vários motivos. Pode-se afirmar que produzir biodiesel ao preço dos leilões representa um prejuízo ainda menor que não produzir nada, ou seja, operar com um certo prejuízo pode ser mais vantajoso do que ficar com a usina ociosa. Essa justificativa é reforçada pelo temor de não ter para quem vender biodiesel fora dos leilões.

O Estado da Bahia também não oferece subsídios financeiros para novas áreas plantadas, assim como, para aquisição de fertilizante e calcário para a correção do solo e, não tem uma política de garantia de preço mínimo para cada oleaginosa. Estes são entraves que precisam serem adequados à uma nova realidade de incentivo e apoio financeiro aos pequenos produtores baianos.

Além disso, o estado da Bahia criar uma política de subsídios para algumas oleaginosas produzidas em consórcio com as culturas alimentícias para fins energéticos. O estado atualmente fornece uma assistência técnica precária, através da Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola



(EBDA), com escassez de funcionários e técnicos qualificados; com baixos recursos para pesquisa e extensão; além de uma quantidade mínima de recursos para o fomento das oleaginosas

O outro elemento investigado é a quebra de acordo entre produtor e a cooperativa, canal de compra das oleaginosas pela indústria de biodiesel. O descumprimento de contratos e a não fidelização dos produtores no momento da entrega da matéria-prima é um grande problema enfrentado pelo setor. Segundo, dados da pesquisa, boa parte dos agricultores familiares não estão honrando os seus compromissos, uma vez que o preço adotado pela cooperativa é sempre menor que o preço praticado pelo mercado.

Por este motivo, há necessidade de se organizar a produção através de cooperativas fortes e centralizadas e que possam negociar com as indústrias tanto na oferta de grãos quanto de óleo. Observou-se que o governo não prioriza o fomento e a gestão das cooperativas para a produção de biodiesel.

Os gargalos econômicos citados no presente trabalho bloqueiam o crescimento da produção do biodiesel, acarretando ociosidade nas plantas de biodiesel instaladas no Estado.

## CONCLUSÃO

De acordo com as diversas considerações apresentadas sobre os entraves econômicos no desenvolvimento da cadeia de biodiesel na Bahia, observou-se que, nesta etapa inicial do Programa, não prevaleceu o realismo na definição do preço de compra do biodiesel, nem tampouco se visualizou a equação econômica futura, analisando a demanda e a parca evolução tecnológica agrícola, que fazem o biodiesel não ser competitivo, mesmo com os subsídios atuais.

De maneira geral, o que se percebe é que a estrutura de custos de produção do biodiesel é bastante variável. Os preços de matérias-primas e dos óleos vegetais ainda não encontraram um equilíbrio, em relação às vantagens e as desvantagens de cada um deles. Portanto, a viabilidade econômica é condicionada pela estrutura de custos e pelo fator preço, mas os potenciais ganhos de escala, as externalidades positivas e as mudanças regulatórias permitem vislumbrar condições competitivas para a sua utilização.

Por se tratar de uma pesquisa profunda e especializada em diversas áreas do conhecimento, observou-se que existem outros entraves econômicos que deverão ser analisados em trabalhos futuros, entre os quais estão:

- a) Efeitos das flutuações da taxa de câmbio;
- b) Dificuldades e liberalização do financiamento PRONAF;
- c) Proibição de venda de biodiesel puro (B100);
- d) Monopólio na compra do biodiesel pela Petrobras; e
- e) A oferta e o preço da glicerina.
- f)

## REFERÊNCIAS

ALVES, Joselito Oliveira. **Eco-eficiência na produção de energia com biomassa da mamona**: além do biodiesel. 2007. 115 f. Dissertação (Mestrado em Regulação da Indústria de Energia) – Departamento de Engenharia, Universidade Salvador, Salvador, 2007.

BRASIL. Ministério de Minas e Energia – MME. **Boletim mensal dos combustíveis Renováveis**, Brasília, SPG, n. 37, Jan. 2011.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Lei nº. 11.097 de 13 de janeiro de 2005**. 2005. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br>>. Acesso em: 06 abr. 2011.

\_\_\_\_\_. Conselho Nacional de Política Fazendária. **Convênio ICMS 113**. 2006. Disponível em: <<http://www.fazenda.gov.br>>. Acesso em 03 mar. 2011.

\_\_\_\_\_. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. (coord). **Grupo de trabalho interministerial - biodiesel**: subgrupo capacidade de produção do biodiesel. 2003. Relatório final, anexo 3. Disponível em: <<http://www.biodiesel.gov.br/docs/anexo3.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2011.

BAHIA. Secretaria de Agricultura, Reforma Agrária e Irrigação. **Programa de Bioenergia - BAHIABIO**. 2008. Disponível em: <<http://www.seagri.ba.gov.br/bahiabio.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

CARNEIRO, R. F. A produção de biodiesel na Bahia. **Conjuntura e Planejamento**, Salvador, SEI, n. 112, p.35-43, Set. 2003.

FOSTER, M.; MURTA, M. Pré-estudo de viabilidade técnica e econômica de um pólo para produção de biodiesel no semi-árido nordestino. In: HOLANDA A. (Org). **Biodiesel e inclusão social**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2004. cap.8, p. 131-142. (Série cadernos de altos estudos, n. 1).

GOLDEMBERG, José **Ampliação do uso de renováveis depende de políticas públicas e P&D para aumentar eficiência energética**. 2008. Disponível em: <<http://www.inovacao.unicamp.br/report/entre-goldemberg.shtml>>. Acesso em: 10 mar. 2011.

LEIRAS, Adriana. **A cadeia produtiva de biodiesel**: uma avaliação econômica para o caso da Bahia. 2006. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Engenharia Industrial, PUC, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <[http://www.nexo.ind.puc-rio.br/Publicacoes/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_aleiras.pdf](http://www.nexo.ind.puc-rio.br/Publicacoes/Disserta%C3%A7%C3%A3o_aleiras.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2011.

PENTEADO, M. C. do P de S. **Identificação de gargalos e estabelecimentos de um plano de ação para o sucesso do Programa Brasileiro do Biodiesel**. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica. 2005. 159 f. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3149/tde-08122005-111726/>>. Acesso em: 20 fev. 2011.

PIRES, Adriano. **O Programa do biodiesel continua patinando**. 2008. Disponível em: <[http://oglobo.globo.com/blogs/adriano/post.asp?cod\\_post=96018](http://oglobo.globo.com/blogs/adriano/post.asp?cod_post=96018)>. Acesso em: 09 abr.2011.

PIRES, M. de M. *et al.* **Biodiesel de mamona**: uma avaliação econômica. 2004a. Disponível em: <<http://www.rbb.ba.gov.br/arquivo/164.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2011.

VILAR, A. A. I. **O uso do biodiesel de mamona como fonte alternativa de energia**: possíveis repercussões sobre o semi-árido. 2006. 106 f. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

SLUSZZ, T.; MACHADO, J. A. D. Potencialidades agrônômicas, Econômicas e Sociais das principais oleaginosas matérias-primas para o Biodiesel e sua adoção na agricultura familiar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENERGIA. 11. 2006, Rio de Janeiro. **Anais...**Rio de Janeiro, 2006. pg. 899-911.

SZUSTER, Amir. Incertezas sobre o mercado de biodiesel. **Boletim Infopetro**, Rio de Janeiro, UFRJ, ano 8, n. 5, p. 14-17. Set.out. 2007. Disponível em: <[http://www.gee.ie.ufrj.br/infopetro/pdf/2007\\_setout\\_petrogas.pdf](http://www.gee.ie.ufrj.br/infopetro/pdf/2007_setout_petrogas.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2011.

YIN, R. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. São Paulo: Bookman, 2005.

## A ECONOMIA SOLIDÁRIA COMO ESTRATEGIA ORGANIZATIVA: A EXPERIÊNCIA DA ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES (AS) RURAIS DA AGRICULTURA FAMILIAR (APRAFAMTA) DO MUNICÍPIO DE TOMÉ-AÇU, PA

M. S. Barbosa<sup>1</sup>; F. N. L. Silva<sup>2</sup>; M. S. Barbosa<sup>3</sup>; A. A. Reis<sup>4</sup> e A. A. N. Lima<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal do Pará - Campus Castanhal e <sup>2</sup>Universidade Estadual do Pará – Campus Moju  
mayanebarbosa2010@yahoo.com.br; fabricio\_nilo@hotmail.com; maylebarbosa@yahoo.com.br;  
adebaro.reis@ifpa.edu.br; alcionelima54@hotmail.com.

### RESUMO

A economia solidária abrange uma diversidade de práticas econômicas e sociais com base nos princípios da cooperação, autogestão, solidariedade e dimensão econômica que se articula sob formas de organizações por meio das cooperativas, associações, clubes de troca, redes de cooperação, entre outras formas coletivas de organização que se concretiza pela realização de atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo consciente e solidário. O presente artigo tem como objetivo analisar a economia solidária como estratégia organizativa da associação de produtores e produtoras rurais no município de Tomé-Açu, PA. (APRAFAMTA) que desenvolve atividade produtiva de beneficiamento de polpas frutíferas. O processo metodológico articulou a incubação de empreendimentos solidários com levantamento de informações por meio de um roteiro de entrevista semi-estruturado e levantamento de dados que foi aplicado em cooperação com os grupos formados pela equipe técnica e pesquisadores (as) da incubadora tecnológica de desenvolvimento e inovação de cooperativas e empreendimentos econômicos solidários (INCUBITEC) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) Campus Castanhal e representantes da APRAFAMTA.

**Palavras-chave:** Economia Solidária, Associativismo, Agricultores, Comunidade Santa Luzia, Estado do Pará.

## 1. INTRODUÇÃO

A economia solidária caracteriza pelo desenvolvimento de práticas econômicas e sociais de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito em que os trabalhadores e trabalhadoras, sob a forma coletiva e autogestionária, detêm a posse dos meios de produção, o controle e o poder de decisão, a organização e o controle do processo produtivo, operam em igualdade de direitos e dispõem sobre o destino do excedente produzido. A economia solidária vem se apresentando como uma importante estratégia para gerar trabalho e renda, diante das transformações ocorridas no mundo do trabalho (SAMPAIO *et. al.*, 2008).

Entende-se por economia solidária, segundo Singer (1999), o conjunto de experiências coletivas de trabalho, a produção, a comercialização e o crédito organizados por princípios solidários, abrangendo as experiências espalhadas por diversas regiões do Brasil e que aparecem sob diversas formas: cooperativas e associações de produtores, empresas autogestionárias, bancos comunitários, “clubes de troca”, “bancos do povo” e diversas organizações populares, urbanas e rurais. Para o mesmo autor as especificações que distinguem um empreendimento solidário de um pautado pelas regras da corrente econômica hegemônica são o estímulo à solidariedade entre os membros via autogestão e a reintegração de trabalhadores expurgados do mercado de trabalho (SINGER, 2003).

Nesse sentido os operários buscam se unir para sobreviver na economia emergente, segundo (CULTI *et. al.*, 2010), hoje, uma parte importante dos trabalhadores excluídos do mercado de trabalho busca se organizar em associações, cooperativas, empreendimentos autogeridos e familiares para gerar trabalho e renda. A adoção de iniciativas de trabalhos cooperativos pode advir de objetivos despreziosos, mas responde, através da própria associação das pessoas, a necessidade de proteção contra o desemprego provocado pelo movimento econômico que levam as empresas a alterarem seu quadro de trabalhadores conforme a conjuntura. Outros motivos também mobilizam as pessoas para essa forma de trabalho. Além da necessidade, pode ser também uma escolha por outra relação que vai ao encontro de suas crenças, valores, práticas ou maneira de ver e lidar com a vida produtiva e social. Segundo a autora, essas iniciativas com base na forma solidária e associativa têm se multiplicado em todo o território nacional chamando a atenção de setores da sociedade civil, do poder público e de entidades de classe. Juntas elas buscam maneiras de gerar trabalho e renda de forma coletiva e solidária.

Dessa forma, a economia Solidária recorre a estratégias de cooperação com empreendimentos do mesmo ramo, para superarem barreiras que sozinhos não teriam capacidade, nesse sentido foi criada: A Associação de Produtores e Produtoras Rurais da Agricultura Familiar do Município de TOMÉ-AÇU, PA. Localizado na mesorregião Nordeste paraense, ocupa uma área de 5.145,325km<sup>2</sup>. No ano de 2009 sua população era estimada em 48.607 habitantes, estando a 200 km de Belém, capital do estado. Neste contexto, a economia solidária na associação foi empregada para atender a necessidade dos pequenos agricultores familiares em desenvolver um projeto de uso racional dos recursos naturais de forma sustentável no município que priorizasse a cooperação, autogestão, democracia e valorização e promoção da dignidade do trabalho humano.

Assim, o presente Artigo tem como objetivo analisar a economia solidária como estratégia organizativa para uma produção de base ecológica na Associação de Produtores e Produtoras Rurais de Tomé-açu, PA.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Apesar do conceito de economia solidária nem sempre ser usado com o mesmo significado e nome, seu princípio é a idéia da solidariedade em contraste com o individualismo competitivo que caracteriza a sociedade capitalista. Atualmente utiliza-se esse conceito amplamente no Brasil e em diversos países. Seus empreendimentos apresentam as seguintes características: são organizações urbanas ou rurais, de produtores, de consumidores e de crédito, baseadas na livre associação, no trabalho cooperativo, na autogestão e no processo decisório democrático, sendo a cooperativa a forma clássica de organização de um empreendimento da economia solidária (CULTI *et. al.*, 2010).

Essa economia tem como antecede principal o cooperativismo operário que surgiu das lutas de resistências contra os efeitos da revolução industrial. Sobre o nível de emprego e na qualidade de vida dos trabalhadores. Um dos pontos máximos dessa trajetória foi à criação do *Labour Exchange* (bolsa trabalho) em 1832. Quase um século e meio depois, ressurgiu, em Vancouver (Canadá), como um sistema local de emprego e comércio- os chamados LETS- e, na década de 1990, na Argentina, com a denominação de clubes de troca (ZART *et. al.*, 2009).

No contexto brasileiro deu-se em função da quebra das forças produtivas nacionais, quando da abrupta abertura dos mercados internos, gerando níveis alarmantes de desemprego. Nas cidades, empresas modernizadas fecharam milhões de postos de trabalho, enquanto que no campo a mecanização do processo de produção e a dependência de insumos químicos redundaram na falência crescente e acelerada da pequena propriedade rural e da agricultura familiar, resultando na exacerbação do êxodo rural, talvez sem precedentes na história da agricultura brasileira. Em diversas regiões do país, algumas com maior intensidade, vêm se desenvolvendo, principalmente nos últimos quinze anos, as experiências de geração de trabalho e renda de forma solidária e associativa. Iniciativas isoladas deram lugar a uma realidade de classes e de políticas públicas no campo popular, orientadas para uma economia alternativa concreta que está em processo de gestação (ZART *et. al.*, 2009).

Devido a essas e outras mudanças ocorridas no mundo do trabalho no cenário brasileiro, em julho de 2003, o Congresso Nacional aprovou projeto de lei do presidente Lula, Criando no Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES). Reconheceu dessa forma o estado brasileiro um processo de transformação social em curso, provocado pela ampla crise do trabalho que vem assolando o país desde os anos 1980. A desindustrialização, suscitando a perda de milhões de postos de trabalho, abertura do mercado acirrando a competição global e o desassalariamento em massa, o desemprego maciço e de longa duração causando a precarização das relações de trabalho (SINGER, 2004).

Segundo o mesmo autor mudanças como estas se registram em muitos países. No Brasil assumiram proporções notáveis, a ponto de tornar a economia solidária uma opção adotada por movimentos sociais e importantes entidades da sociedade civil, como igreja, sindicatos, universidades e partidos políticos. Na passagem do século, políticas públicas de fomento e apoio a economia solidária foram adotadas por muitas municipalidades e alguns governos estaduais.

No campo das experiências comunitárias, a frente mais antiga de trabalho data dos anos 80 e deve-se à Cáritas Brasileira, que atua nas diferentes regiões do estado, tendo apoiado mais de mil pequenos empreendimentos, dos mais diversos setores de atividade, através de crédito, suporte técnico e de uma metodologia destinada a *formar a consciência crítica, socialmente engajada*. Além de atenuar a falta de oportunidades de trabalho, o programa objetiva propiciar a experimentação de novas práticas econômicas, servindo, então, como base para a implementação de alternativas mais abrangentes. Os projetos devem ter finalidade prática de produção econômica ou prestação de serviços e cunho educativo que desenvolva o espírito comunitário e a consciência, de modo a gerar um novo modelo nas relações entre capital e trabalho (Cáritas Brasileira, 2003); com o alargamento progressivo dos seus horizontes de ação, seriam ao mesmo tempo sinais e forças atuantes na transformação da sociedade (GAIGER, 2004).

Essa nova forma de organização, produção e consumo tem como meta privilegiar o trabalho coletivo, a autogestão, a justiça social e o cuidado com o meio ambiente. Os princípios básicos da economia solidária são a propriedade coletiva do capital e o direito a liberdade individual. Todos os que produzem são uma única classe de trabalhadores na qual todos são possuidores do capital através do trabalho cooperativo (SINGER, 1999). Considerando essas características, a Economia Solidária aponta para uma nova lógica de desenvolvimento sustentável com geração de trabalho e distribuição de renda, mediante um crescimento econômico com proteção dos ecossistemas. Seus resultados econômicos, sociais, políticos, ambientais e culturais são compartilhados pelos participantes, sem distinção de gênero, idade e raça. Implica na reversão da lógica capitalista ao se opor à exploração do trabalho e dos

recursos naturais, considerando o ser humano na sua integralidade como sujeito e finalidade da atividade econômica.

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi realizado no município de Tomé-Açu, Estado do Pará, localizado na Mesorregião Nordeste Paraense, a 200 km da cidade de Belém. A comunidade de Santa Luzia fica a 37 km do município de Tomé-açu (Fig. 1 e 2), possui um clima tropical chuvoso com estação seca bem definida, precipitação média anual de 2.144 mm a 2.581 mm, temperatura média anual entre 26,3°C e 27,9°C, umidade relativa entre 82% a 88%, precipitação de 2500 mm anuais, com distribuição mensal irregular, tendo um período (novembro a junho) com maior intensidade de chuvas, ocupa uma área de 5.179 km<sup>2</sup> (YAMADA, 1999; RODRIGUES *et. al.*, 2001; FRAZÃO *et. al.*, 2005; KATO & TAKAMATSU, 2005).

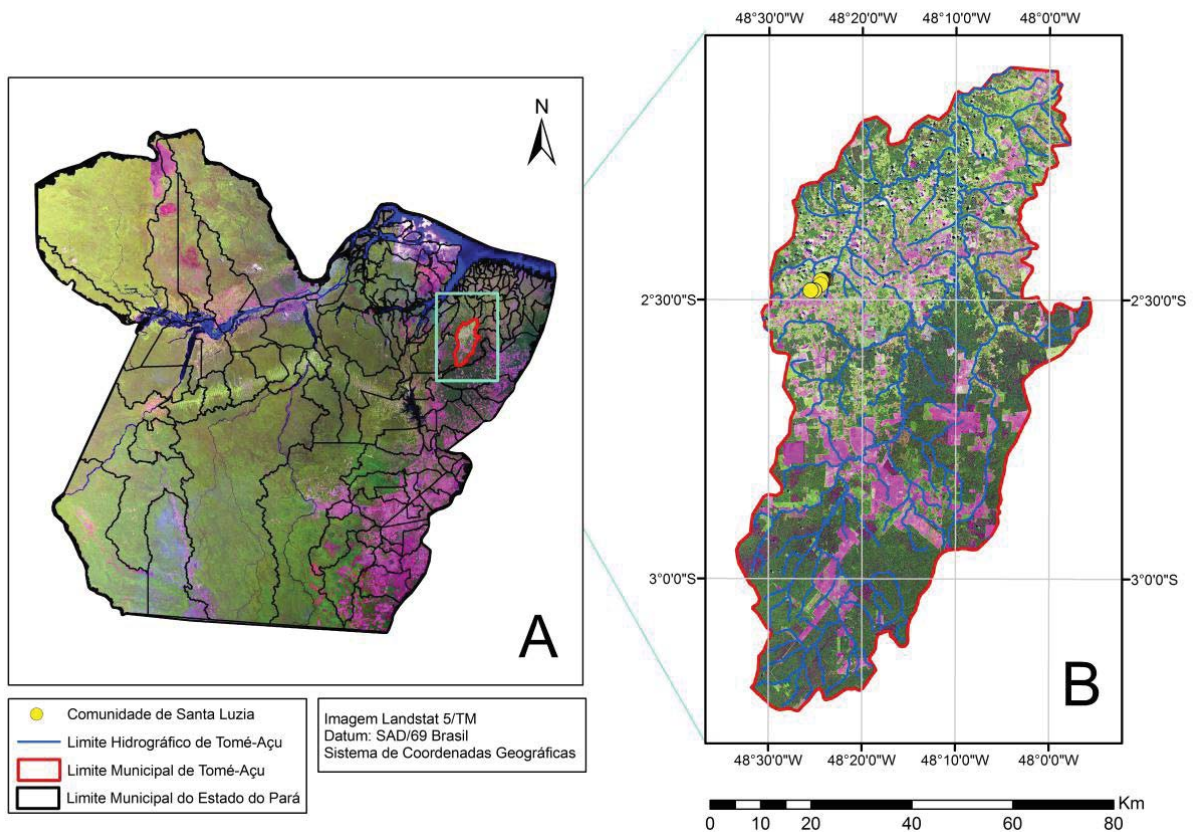


Figura 1: A- Localização do Estado do Pará.

Figura 2: B- Localização da comunidade de Santa Luzia Município de Tomé-Açu, PA.

Os dados levantados em campo, entre os agricultores (as) pertencentes à associação dos produtores e produtoras rurais da agricultura familiar do Município de Tomé-Açu (APRAFAMTA). Foram entrevistados 19 produtores (as) no universo de 23 associados todos em seus locais de trabalho. Os questionários continham perguntas abertas e fechadas que foram aplicados durante o mês de setembro de 2011. A técnica de realização de entrevistas permitiu uma informação imediata e corrente sobre os mais diversos assuntos de conhecimento do informante (LUDKE; ANDRÉ, 1986) e, o uso de questionários semi-estruturados, com perguntas previamente formuladas possibilita a obtenção de informações mais precisas sobre o assunto desejado (CRUZ NETO, 1994; MERGULHÃO; VASAKI, 1998).

As respostas contemplavam as informações sobre idade, sexo, naturalidade, escolaridade, identidade, gênero, organização social, produção e comercialização. O método de coleta e sistematização dos dados foi por meio do Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) que constitui um conjunto de técnicas e ferramentas que permite o levantamento de informações sobre as condições econômicas, sociais e ambientais (VERDEJO, 2006). Foram realizadas caminhadas transversais e visitas



técnicas aos lotes produtivos dos agricultores. As atividades de entrevistas foram desenvolvidas com base nos trabalhos de grupos formados pelos pesquisadores (as) da Incubadora Tecnológica de Desenvolvimento e Inovação de Cooperativas e Empreendimentos Econômicos Solidários (INCUBITEC) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) Campus Castanhal e representantes da APRAFAMTA.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A economia solidária na associação compreende práticas e estratégias baseadas na cooperação, autogestão, respeito ao meio ambiente, solidariedade, democracia, valorização e promoção da dignidade humana, da diversidade, aprendizagem e o saber local. Desse modo, a autogestão manifesta-se através dos trabalhadores que cuidam da produção, beneficiamento de polpas frutíferas (cupuaçu, cacau, acerola, maracujá e açaí), desde o plantio até a comercialização, trabalham em forma de cooperação com suas famílias que administram o processo produtivo. Além da autogestão, o trabalho coletivo é bastante evidente na associação, por meio de mutirões, atividades comunitárias e religiosas. Os mutirões são organizados quando precisa fazer a limpeza das áreas produtivas, a plantação e as colheitas. As tarefas comunitárias buscam a melhoria da qualidade de vida dos membros da comunidade, pois elas se realizam para trazerem condições melhores de moradia, escola, energia elétrica e transporte.

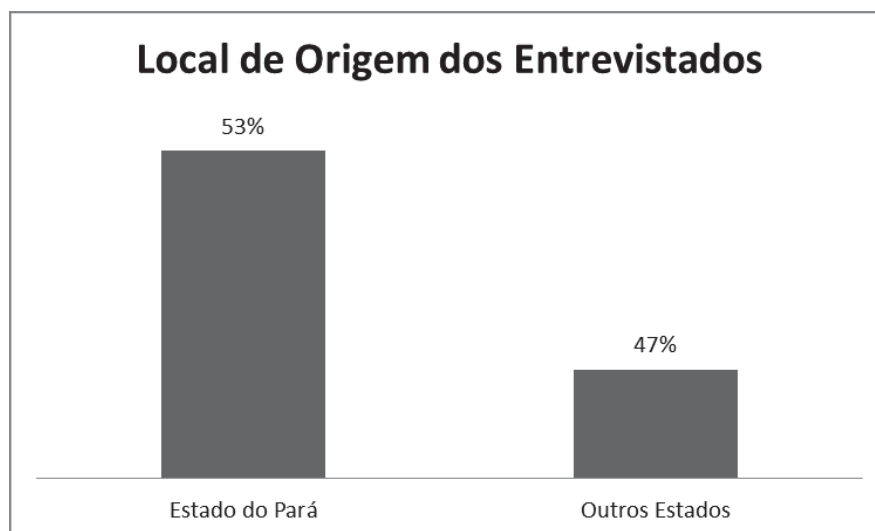
Os temas tratados nas atividades de aprendizagem foram sobre economia solidária, autogestão, cooperativismo, formação política social, gestão e contabilidade. Com relação ao desenvolvimento de ação social ou comunitária as áreas de atuação são: educação, moradia, meio ambiente, esporte lazer e cultura. Além disso, o empreendimento participa de redes de representação e articulação como: conselhos de gestão e fóruns de participação em políticas públicas voltados para agricultura, conselho municipal de desenvolvimento rural sustentável e solidário, cadeias de produção, comercialização e consumo a exemplo do programa de aquisição de alimentos em parceria com a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB e PAA). Através do programa de aquisição de alimentos (PAA), as famílias da associação conseguem comercializar a produção como complementação da merenda escolar nas instituições: Ana Maria Reis e Francisco Portilho Melo, localizados a 23 km do município de Tomé-açu.

Desse modo, a cooperação é bastante evidente na associação, pois, a produção e a comercialização são realizadas de forma coletiva, pois os agricultores já sabem quanto e aonde vai ser comercializado a produção dos associados e o público-alvo que irá consumir o que foi produzido. Essas redes e cadeia produtiva dão maior sustentabilidade à APRAFAMTA. Organizados eles fazem o produto chegar ao mercado em condições mais favoráveis de competitividade e geram mais renda e trabalho. Na tentativa de avaliar em que medida a autogestão está sendo praticada na associação desses trabalhadores, observamos pelos indicadores da gestão administrativa, que as decisões são compartilhadas, com conotação de autogestão. Mesmo que de maneira informal, a periodicidade das reuniões para discutir e tomar decisões se apresentou mensal. Portanto há uma prática participativa, dialógica e democrática onde as decisões são tomadas com base na representação coletiva dos trabalhadores que compõem o empreendimento (CULTI *et. al.*, 2010).

O processo democrático e autogestionário dos sócios apresentam-se em diversas instâncias de direção e coordenação da associação que visam organizar o coletivo através das: Assembléias dos sócios (as) ou reunião coletiva, coordenação, diretoria, conselho diretor, conselho consultivo ou similar, conselho administrativo ou similar, conselho fiscal ou similar, comissão ou conselho de ética, grupos de trabalho, comissões ou núcleos. Nas reuniões é decidido de forma coletiva a escolha da direção da associação, contratações e renumeração, empréstimos ou financiamentos, plano de trabalho, planejamento estratégico, prestação de contas, representação ou participação dos sócios em eventos, definições das atividades cotidianas.

Além disso, as instâncias de direção e coordenação da associação valorizam e promovem a dignidade humana e a diversidade sem distinção de escolaridade, local de origem, gênero e idade. Dessa forma, compõem a organização do empreendimento 13 pessoas sendo 4 mulheres e 9 homens, como há uma certa participação das mulheres na atividade produtiva familiar 100% das entrevistadas foram enfáticas

em dizer que não sofrem nenhum tipo de preconceito dentro da associação. Observa-se que em sua maioria os agricultores da comunidade estão na faixa etária entre 20 e 61 anos, dos agricultores entrevistados, 42% são mulheres e 58% são homens. Entre eles o grau de escolaridade varia da 1ª à 8ª Série do Ensino Fundamental. Sendo que 31% possuem Ensino Fundamental incompleto, 52% completaram o Ensino Fundamental e 16% são analfabetos. Do total dos entrevistados, a grande maioria é oriunda do Estado do Pará e os demais advindo do Ceará, Bahia e Maranhão (Fig. 3).



**Figura 2:** Local de origem dos produtores rurais da comunidade de Santa Luzia.  
**Fonte:** Dados da pesquisa.

Apesar de serem de estados diferentes, valoriza-se a identidade individual resgatando-se o sentido da cidadania. A partir dela pode-se formar uma nova identidade, a coletiva. Essa identidade deve nascer do processo educativo inerente ao trabalho cooperativo/associativo, da união das várias capacidades individuais, do trabalho realizado em conjunto ou através de processos diferentes, mas conexos. A aquisição do conhecimento dá-se de várias formas, mas está intimamente ligada à experiência. O homem adquire conhecimento através da experiência no mundo, própria ou de outrem. A comunicação dessa experiência, portanto, dá-se de forma dialética (CULTI, 2002).

Dessa forma, os agricultores oriundos dos estados da Bahia, Ceará e Maranhão acabaram também por adquirir o saber popular amazônico, que em Tomé-açu na comunidade Santa Luzia encontra-se relacionado às plantas medicinais, uma tradição familiar que perpassa as gerações. Com relação ao saber local, 69% dos entrevistados detêm o conhecimento sobre as plantas medicinais, enquanto que 31% não têm conhecimento da mesma, as plantas mais citadas pelos entrevistados foram: boldo (*Plectranthus barbatus* Andrews), arruda (*Ruta Graveoleons*), none (*Morinda citrifolia*), vick (*Mentha arvensis*), mastruz (*Coronopus didymus*), jatobá (*Hymenaceae stigonacarpa*), eucalipto (*Eucalyptus globulus Labil*), anador (*Justicia pectoralis*).

Além da valorização do saber local, o respeito ao meio ambiente é bastante evidente entre os associados. Suas propriedades priorizam formas alternativas de uso da terra, com sistemas consorciados envolvendo paisagens arbóreas, criação animal, uso de pastagens e cultivos agrícolas que caracterizam os sistemas agroflorestais (SAFs) confirmado por (DUBOIS, 1996; LEAKEY, 1996; PEZO & IBRAHIM, 1998; RIBASKI *et. al.*, 2002; LOURENÇO JÚNIOR *et. al.*, 2002, TAKAMATSU, 2007) são alternativas de intensificação de uso da terra, através de formas produtivas e econômicas, aumentando a produtividade por unidade de área e trazendo benefícios econômicos, sociais e ambientais. São combinações de componentes arbóreas, animais, pastagem e cultivos agrícolas sendo explorados de maneira simultânea ou numa sequência temporal. Surgem como alternativas sustentáveis do uso da terra, devido à descaracterização do ecossistema original, através do avanço da fronteira agrícola e a conseqüente degradação dessas áreas. Nesse sentido com a criação da associação em 2005, houve um

aprimoramento do (SAFs) dos agricultores, foi nesse momento que os produtores começaram a vender o caroço do cupuaçu e a polpa por um preço acima do mercado porque era orgânico (SILVA, 2011).

Dessa forma, a associação (APRAFAMTA) é uma forma organizativa que vem produzindo de forma ecológica com cuidado com o meio ambiente e responsabilidade com as gerações futuras. Os empreendimentos solidários, além de se preocuparem com a eficiência econômica e os benefícios materiais que produzem buscam eficiência social, estabelecendo uma relação harmoniosa com a natureza em função da qualidade de vida, da felicidade das coletividades e do equilíbrio dos ecossistemas. O desenvolvimento ecologicamente sustentável, socialmente justo e economicamente dinâmico, estimula a criação de elos entre os que produzem os que financiam a produção, os que comercializam os produtos e os que consomem (CARTILHA DA CAMPANHA NACIONAL DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL, 2007).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contudo, apesar da associação ter avançado muito como experiência organizativa e autogestionárias ainda possuem alguns obstáculos a serem superados como: viabilizar economicamente o empreendimento, gerar renda adequada aos sócios, alcançar a conscientização e a politização dos sócios. Espera-se que através da incubação desse empreendimento os desafios possam ser amenizados para uma economia de fato solidária.

## 6. AGRADECIMENTOS

A Incubadora Tecnológica de Desenvolvimento e Inovação de Cooperativas e Empreendimentos Econômicos Solidários (INCUBITEC) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA) Campus Castanhal. A todos os moradores na comunidade de Santa Luzia do Município de Tomé-Açu, principalmente aos pequenos produtores familiares associados na APRAFAMTA pela contribuição na pesquisa realizada.

Ao Programa de Extensão Universitária – PROEXT.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ARROYO, J. C. T.; SCHUCH, F. Economia Popular e Solidária: **A Alavanca Para um Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.
- BAILEY, K.D. 1982. Methods of social research. New York: McMillian Publishers, The free press. 553 p.
- CÁRITAS BRASILEIRA. **Vinte Anos de Economia Popular Solidária**. Brasília, Cáritas. 2003
- CARTILHA DA CAMPANHA NACIONAL DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL. **Economia Solidária, Outra Economia Acontece**. Brasília: MTE, SENAES, FBES, 2007, 36p.
- CULTI, M. N., KOYAMA, M. A. H., TRINDADE, M. **Economia Solidária no Brasil: Tipologia dos Empreendimentos Econômicos Solidários**. São Paulo: Todos os Bichos, 120p. 2010
- CULTI, M. N. Reflexões Sobre o Processo de Incubação de Empreendimentos Econômicos Solidários e Seus Limites. Apresentado para a 1ª Conferencia Nacional de Economia Solidária da Rede Unitrabalho. São Paulo, 2002
- CRUZ, A. **É Caminhando Que se Faz o Caminho – diferentes metodologias das incubadoras tecnológicas de cooperativas populares no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000
- CRUZ NETO, O. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, M.C. DE S. DESLANDES, S. F.; CRUZ NETO, O.; GOMES, R. (org). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes. Cap. 3, 1994. p. 51-66.
- DUBIOS, J. C. L. **Manual Agroflorestal para Amazônia**. v. 1. Rio de Janeiro: REBRA, 1996. 228 p.
- FRAZÃO, D.A.C.; HOMMA, A.K.O.; ISHIZUKA, Y.; MENEZES, A.J.E.A.; MATOS, G.B.; ROCHA, A.C.P.N. **Indicadores tecnológicos, econômicos e sociais em comunidades de pequenos agricultores de Tomé-Açu, Pará**. Belém, Embrapa Amazônia Oriental, 2005. 57p. (Embrapa Amazônia Oriental. Documentos, 229).

- GAIGER, L. I. A Economia Solidária e o Projeto de Outra Mundialização. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, vol. 47, nº 4, pp. 799 a 834, 2004
- KATO, O.; TAKAMATSU, J. **Iniciativas Promissoras e Fatores Limitantes para o Desenvolvimento de Sistemas Agroflorestais Como Alternativa à Degradação Ambiental na Amazônia**. Belém e Tomé-Açu. Pará. Brasil. 2005.
- LEAKELY, R. Reconsiderando la definición da agroforestería. **Agroforesteria em las Americas**, v. 4, n. 16, Oct- Dic., 1996
- LOURENÇO JUNIOR, J. B.; TEXEIRA NETO, J. F.; COSTA, N. A.; BAENA, A. R. C.; MOURA CARVALHO, L. O. D. **Alternative Systems Toc Feeding luffaloes in Amazon Region**. In: Ist BUFFALO SYMPOSIUM OF THE AMARICAS, 2002, Belém. Proceeding. 2002. 31 A 42 p.
- LUDKE, M. ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986. 99 p.
- MERGULHÃO, M.C.; VASAKI, B.N.G. **Educando para a conservação da natureza: sugestões de atividades em educação ambiental**. São Paulo: EDUC, 1998. 139 p.
- PEZO, D.; IBRAHIM, M. **Sistemas Silvipastoriles**.Turrialba, Costa Rica: CATIE, Proyecto Agroflorestal CATIE/GTZ, 1998. (Materiales de Enseñanz/CATIE, 40).
- PONTE, N. T. **Fertilizantes no Norte: Problemas e Perspectivas**. Belém, PA: FEAP, 1974. 22p.
- RIBASKI, J.; MONTOYA, L. J.; RODIGHIERI, M. R. **Sistemas Agroflorestais: Aspectos Ambientais e Socio-economicos**. Trabalho Publicado em 22/11/2002. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br/trabRisbaski.htm>. Acesso em 26 de Setembro de 2011
- SILVA, Macelo. **Entrevista concedida a Mayane Barbosa**. Tomé-Açu. 04 set. 2011.
- SINGER, P. **A Economia Solidária no Governo Federal**. Mercado de Trabalho 24 ago 2004
- SINGER, P. **As grandes questões do trabalho no Brasil e a economia solidária**. Nº 97 Jun/Ago de 2003.
- SINGER, Paul. Possibilidades da Economia Solidária no Brasil. In: CUT BRASIL. **Sindicalismo e Economia Solidária: reflexões sobre o projeto da CUT**. São Paulo: CUT, 1999a: 51-60.
- SINGER, Paul; SOUZA, André (orgs.). **A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. São Paulo: Contexto, 2000.
- RODRIGUES, T. E.; SANTOS, P. L.; VALENTE, M. A.; RÊGO, R. S.; GAMA, J. R.; SILVA, J. M.; SANTOS, E. S.; ROLLIM, P. A. **Zoneamento Agroecológico da Município de Tomé-Açu, Estado do Pará**. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 2001. 81p. (Embrapa Amazônia Oriental. Documentos, 118).
- SAMPAIO, E. B., ALMEIDA, M. C., MELO, R. O. L. **Economia Solidária e Processos de Incubação**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2008, 212p.
- TAKAMATSU, J. A. **Produção Consociada de Frutas (Sistemas Agroflorestais)**. Workshop Tecnológico de Fruticultura do Salgado Paraense. Castanhal: Secretaria de Estado de Desenvolvimento, Ciência e Tecnologia-SEDECT. Palestra Proferida em 19 de outubro de 2007.
- TUPINAMBÁ, J. C. A. **A Inserção de Empreendimentos da Economia Popular e Solidária no Emergente Aglomerado da Moda em Belém do Pará**. UNAMA: Belém, (Programa de Mestrado em Economia), 2008
- VERDEJO, M. E. **Diagnóstico Rural Participativo: guia prático/DRP**. Brasília: MDA/secretaria da agricultura familiar, 62 p. 2006.
- YAMADA, M. **Japanese immigrant agroforestry in the Brazilian Amazon: a case study of sustainable rural development in the tropics**. University of Florida, 1999. 821p. (Ph.D. Thesis).
- ZART, L. L., SGUIAREZI, S. B., LUCONI JUNIOR, W., LAFORGA, G. **Educação Socioeconômica Solidária. Processos Organizacionais Socioeconômicos na Economia Solidária**. Série Sociedade Solidária, vol. 3 (2009). org. Laudemir Luiz Zart et. al. Cáceres-MT: ed. UNEMAT, 2009

## A EXPORTAÇÃO COMO FATOR PARA O DESENVOLVIMENTO: UMA AVALIAÇÃO DE INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO NOS MUNICÍPIOS DO RIO GRANDE DO NORTE

L. M. G. Rocha<sup>1</sup>; R. S. B. Araújo<sup>2</sup>; J. M. Filgueira<sup>3</sup> e M. M. França<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Natal – Central  
<sup>1</sup>marques\_livia.com ; <sup>2</sup>rsbaraujo@gmail.com ; <sup>3</sup>joao.filgueira@ifrn.edu.br e <sup>4</sup>maira\_melofranca@hotmail.com

### RESUMO

O presente estudo analisa o crescimento de variáveis, que mensuram o desenvolvimento regional, a partir da proposição de um Modelo de Expansão de Liberdades. Foi analisado se a Exportação é fator decisivo para o desenvolvimento regional, por isso os municípios foram classificados em três categorias, Geral, Com exportação e Sem Exportação. Nesta análise, foram utilizadas técnicas de Estatística Descritiva, a partir de dados Municipais, coletados de dois períodos. Entre os principais resultados, pode-se destacar o significativo resultado positivo da variável Pessoal Ocupado Assalariado dos municípios exportadores se comparados aos municípios não exportadores.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Regional, Exportação, Políticas Públicas

## 1. INTRODUÇÃO

O conceito de desenvolvimento econômico regional é amplo, pois implica na variação positiva dos indicadores econômicos, bem como na melhoria dos indicadores sociais.

Amartya Sen (2000) afirma que são notáveis os avanços econômicos e sociais ao longo dos séculos, principalmente no século XX onde houve a implantação dos regimes democráticos, aumento da expectativa de vida, o conceito de liberdades políticas e direitos humanos, no entanto ainda vivemos em um mundo de privação, destruição e opressão extraordinária (SEN, 2000).

No Brasil, o desenvolvimento das regiões aconteceu em um ritmo diferenciado, o que desencadeou indesejáveis desigualdades regionais, demandando nas última décadas uma série de ações políticas isoladas para impulsionar o desenvolvimento regional (IPEA, 2009).

Diante desse fato, as recentes políticas de desenvolvimento têm se voltado para as áreas que possibilitem a implementação de elementos considerados promotores do dinamismo econômico, onde se destaca o incentivo as políticas de exportação e melhor inserção no mercado internacional (IPEA, 2010).

Sendo assim, o presente estudo visa analisar se ações e medidas de incentivos ao desenvolvimento regional, estão proporcionando o desenvolvimento das liberdades substantivas do ser humano, segundo o modelo proposto neste artigo. O conjunto de resultados por sua vez pode proporcionar um quadro base para criação de um elenco de indicadores de sustentabilidade e subsídio a políticas públicas voltadas ao desenvolvimento econômico e social do Rio Grande do Norte.

O presente artigo está estruturado nas seguintes partes: Introdução, Metodologia, Desenvolvimento como Liberdade; Avaliação de Indicadores de Desenvolvimento; Considerações Finais e Referências. Nesta Introdução foi apresentada a idéia central do artigo; na Metodologia estão descritos os métodos, as fases e as técnicas de análise; na seção Desenvolvimento como Liberdade será apresentada uma visão sistêmica de como podem ser avaliados indicadores que mensuram desenvolvimento; na Avaliação de Indicadores de Desenvolvimento serão apresentados e analisados os resultados desses indicadores; já nas Considerações Finais será feita uma síntese executiva dos resultados mais relevantes, bem como posicioná-los para futuros trabalhos. Finalmente nas Referencias serão listadas as fontes consultadas.

## 2. EXPORTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO COMO LIBERDADE

Do período pós - guerra até meados da década de 70, o Estado não só assumiu a tarefa de definir os critérios distributivos que deveriam orientar as políticas sociais, como também assumiu a tarefa de organizar a tributação bem como a oferta de benefícios financeiros além da maioria dos serviços públicos aliados as políticas sociais (ANDRADE, *et al.* 2006, p. 17).

Nesse período, o desenvolvimento era confundido com crescimento econômico, pois era entendido como processo pelo qual o sistema econômico incorporava progresso técnico e ganho de produtividade, no entanto, essa constatação por si só se tornou insuficiente para gerar processos socialmente includentes, capazes de eliminar a pobreza e combater as desigualdades (IPEA, 2009).

Birkner (2007) nos diz que o mito do desenvolvimento econômico e a globalização, incorporados no Século XX acelerou o processo de deterioração das relações de troca, causando prejuízo para as economias periféricas e somando isso a carência nos investimentos estatais e privados, identificou-se a principal missão das atuais políticas de desenvolvimento: criar condições favoráveis para o desenvolvimento.

No Brasil, os diferentes ritmos de desenvolvimento das regiões desencadearam grandes diferenças econômicas e sociais em todo o território nacional (IPEA, 2009). Diferenças estas que não advém da escassez absoluta de recursos, mas da sua limitada distribuição (RIBEIRO, 2008). A partir da década de

90, o Brasil multiplicou o número de políticas públicas voltadas à promoção do desenvolvimento regional e local (BIRKNER, 2007).

No atual contexto da economia global, as ações governamentais tem se voltado para a implementação de elementos considerados promotores fundamentais para o dinamismo econômico que seriam: inserção qualificada no mercado internacional e desenvolvimento da capacidade de inovação, de modo a aumentar o valor agregado da produção (IPEA, 2010).

Podemos citar a Política de Desenvolvimento Produtivo – PDP, cujas principais metas tratam da ampliação da taxa de investimento na economia nacional para 21% do PIB; aumentar a participação das exportações brasileiras no cenário mundial; ampliar os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, além de ampliar o número de micro e pequenas empresas exportadoras (IPEA, 2009).

Outro fator muito importante para impulsionar a economia foi à política de crédito público. Bancos federais como a Caixa Econômica Federal e o Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) estimularam o ciclo de investimentos através da ampliação da oferta de crédito, o que possibilitou manter a oferta de emprego no mercado. Somente o BNDES realizou desembolsos ao setor produtivo, com vistas à expansão da formação bruta de capital fixo, entre 2003 e 2009, no montante acumulado de R\$ 510,3 bilhões, a preços de 2008 (IPEA, 2010).

No âmbito social podemos citar medidas como ampliação do Seguro Desemprego, transferência de renda às famílias e investimentos em educação (IPEA, 2010). Na transferência de renda, podemos citar o Programa Bolsa Família – PBF. No que diz respeito à Educação, um dos investimentos mais importantes, dentre outros, nos últimos anos tem sido a expansão com interiorização dos Institutos Técnicos Federais (MEC, 2011).

O Rio Grande do Norte, que foi um dos Estados do País que mais demorou a se desenvolver, destaca-se o desenvolvimento da fruticultura irrigada no Vale do Assu (SOUZA, 2005); bem como o desenvolvimento de programas para estimular a produção de leite, adquirindo a produção para utilizar em programas sociais relacionados à saúde materno-infantil creche e merenda escolar (PROGRAMA DO LEITE, 2010).

Todavia, recentemente Rocha (2011) afirma que não é fácil analisar se o gasto público tem influenciado a melhor distribuição de renda e economia, isso porque, algumas políticas públicas têm impacto direto e outras impacto indireto sobre as rendas, dificultando a separação dos efeitos das políticas públicas recentes das passadas.

De acordo com Livramento (2006) a atual problemática das regiões metropolitanas brasileiras, como violência urbana, falta de moradia, desemprego e precariedade na infraestrutura de prestação de serviços públicos, está intrinsecamente relacionada ao não atendimento das necessidades básicas de seus habitantes de maneira eficaz e democrática.

Segundo Amartya Sen (2000) o Desenvolvimento consiste na eliminação das privações das liberdades políticas, econômicas, sociais, segurança protetora e garantia de transparência. As Liberdades são o principal fim e o principal meio para o desenvolvimento e expansão das capacidades do indivíduo, sendo assim, essas capacidades podem ser expandidas através das políticas públicas; como também a direção das políticas públicas pode ser influenciada pelo uso efetivo das capacidades, gerando assim uma via de mão dupla, pois ter mais liberdade melhora o potencial das pessoas a cuidarem de si mesmo e do mundo, questões centrais para o desenvolvimento.

Tais abordagens das capacidades proposta por Amartya Sen (2000) são base para a atuação do PNDU – Programa das Nações Unidas para do Desenvolvimento – o principal órgão da ONU, que trabalha em conjunto com diversos países com a finalidade de encontrar soluções para o desenvolvimento em diferentes níveis (MACHADO, 2008).

Portanto, a partir das visões apresentadas, depreende-se que o desenvolvimento só é real se houver aumento das liberdades substantivas do ser humano, bem como proporcionar o desenvolvimento da

livre condição de agente das pessoas. Outrossim, o desenvolvimento econômico tem que estar atrelado ao desenvolvimento social, ou seja, indicadores como PIB, industrialização, desenvolvimento tecnológico têm que estar em consonância com a oferta de emprego, serviço de saúde, acesso à educação de qualidade, condições habitadoras, direitos civis e direitos humanos, dentre outros. Ademais, considerando-se que há poucos trabalhos avaliando quantitativamente se o desenvolvimento regional foi acompanhado de expansão de Indicadores, que o reflitam, apresentamos o Modelo Indicadores de Desenvolvimento na Figura 1.



Figura 1- Modelo Indicadores de Desenvolvimento. Fonte: Adaptado de Sen (2000).

### 3. METODOLOGIA

A área de estudo desse artigo compreende todos os municípios do Rio Grande do Norte classificados nas seguintes dimensões: Exportadores e Não Exportadores. Os critérios para a classificação dos municípios foram dados das exportações por município disponíveis no site do MDIC – Ministério do desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, referentes aos anos de 2005 e 2010 (MDIC, 2011).

Os dados coletados foram sistematizados em períodos compreendendo dois mandatos de governos, para melhor posicioná-los no sentido de avaliar se houve expansão dos Indicadores. Destarte, não houve nenhuma conotação política, partidária ou ideológica para a sistematização, apenas ela fez-se necessária devido à avaliação dessa expansão.

Para isso, foi utilizada a metodologia exploratório-descritiva (GIL, 2002), utilizando-se de dados secundários como também fontes bibliográficas, documental e em meio eletrônico.

Os estudos bibliográficos que fundamentaram e nortearam a presente pesquisa, foram Amartya Sen (2000), a Série 2009 Brasil em Desenvolvimento (IPEA, 2009) e a Série 2010 Brasil em Desenvolvimento (IPEA, 2010). A ênfase destes estudos é demonstrar a importância da avaliação de indicadores de desenvolvimento, e seus desdobramentos na construção de igualdade de oportunidades: Amartya Sen (2000) apresenta indicadores em países desenvolvidos, e em desenvolvimento, comparando-os; já o estudo do IPEA (2009), faz uma avaliação da Política Nacional do Desenvolvimento Regional; finalmente, o estudo do IPEA (2010) apresenta avaliações de políticas na perspectiva da obtenção de competitividade do país.



A coleta de dados baseou-se no estudo das dimensões: Educação, Saúde, Consumo de Energia, Economia, Proteção Social e Empregabilidade. Os dados foram coletados nos endereços eletrônicos do INEP (2011), IDEMA (2011), IBGE CIDADES (2011), IBGE PIB (2011) Portal da Transparência (2011), DATASUS (2011) e MDIC/SECEX (2011). Na Educação analisamos o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica – IDEB – em escolas públicas de ensino fundamental referentes aos anos 2005 e 2011. Na Saúde analisamos o número de Nascidos Vivos nos anos de 2004 e 2009. Analisamos o Consumo de Energia Total nos anos 2003 e 2007. Na Economia analisamos o Produto Interno Bruto a Preços Correntes nos anos de 2003 e 2008. Na Proteção Social são analisados os repasses do Bolsa Família nos anos de 2004 e 2010. Na Empregabilidade analisamos o Pessoal Ocupado Assalariado nos anos de 2006 e 2009.

Ademais, considerando-se a dificuldade de coletar os dados e que há poucos trabalhos avaliando quantitativamente se o desenvolvimento regional foi acompanhado de expansão de Indicadores, os dados coletados foram sistematizados em períodos compreendendo dois mandatos de governos, para melhor posicioná-los no sentido de avaliar se houve expansão dos Indicadores. Destarte, não houve nenhuma conotação política, partidária ou ideológica para a sistematização, apenas ela fez-se necessária devido à avaliação dessa expansão.

Após a coleta dos dados, foram utilizadas técnicas Estatísticas para a organização, análise e interpretação dos dados. Para a organização foram calculadas medidas de Estatística Descritiva (FONSECA, 1990). Para isso foi utilizado o Excel como software de apoio estatístico.

#### 4. AVALIAÇÃO DE INICADORES DE DESENVOLVIMENTO

##### 4.1 PIB a Preços Correntes

Tabela 1 – PIB a Preços Correntes. Fonte: Dados Próprios

PIB A PREÇOS CORRENTES						
	2003			2008		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	82.009	4.916	4.783.229	152.583	8.935	8.656.932
Com Exportação	396.802	7.852	4.783.229	736.425	22.241	8.656.932
Sem Exportação	23.962	4.916	170.865	44.925	8.935	397.173

Na Tabela 1 podemos perceber que de 2003 a 2008 o PIB a Preços Correntes dos municípios Potiguaras dobrou de valor, tanto os municípios *com exportação* como os *sem exportação*. Observamos também que o PIB dos os municípios *com exportação* supera os *sem exportação* em até vinte vezes.

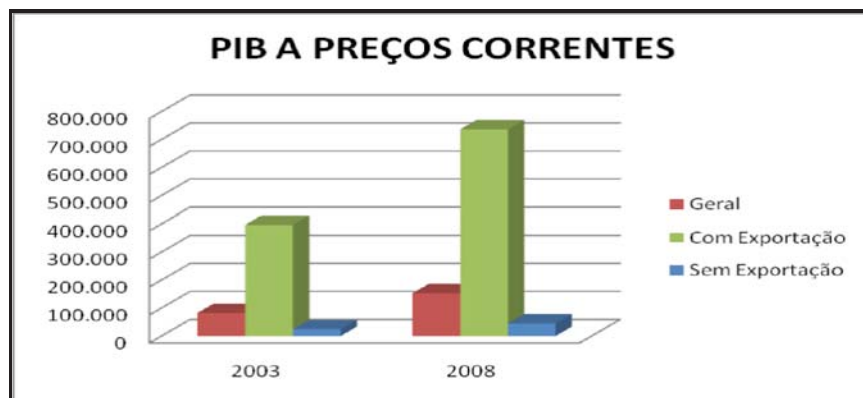


Gráfico 1: PIB a Preços Correntes

A partir do Gráfico 1 podemos observar mais claramente a o quão superior é o PIB dos municípios exportadores, além disso, observa-se também, que o ritmo de crescimento do PIB nos municípios *com exportação* superou o dos municípios *sem exportação*.

#### 4.2 IDEB

Tabela 2 – IDEB. Fonte: Dados Próprios.

IDEB						
	2005			2011		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	2,7	0,6	5,4	3,6	2,2	6,1
Com Exportação	2,9	0,8	5,4	3,7	2,2	6,1
Sem Exportação	2,6	0,6	4,9	3,5	2,3	5,6

A partir da tabela 2 podemos perceber que os municípios *sem exportação* permaneceram abaixo da média geral nos dois períodos analisados. Já os municípios *com exportação* permaneceram acima da média geral no mesmo período analisado.

Em 2005 e 2011, os melhores resultados do IDEB pertenceram a mesma escola, situada no município de Parnamirim, que é classificado por esse estudo como município exportador. Já os piores resultados pertenceram ao município de Lagoa Nova, classificado como *sem exportação*.

Observa-se também que no período de cinco anos, a média geral dos municípios cresceu quase 1 ponto, uma evolução bastante significativa para este indicador.

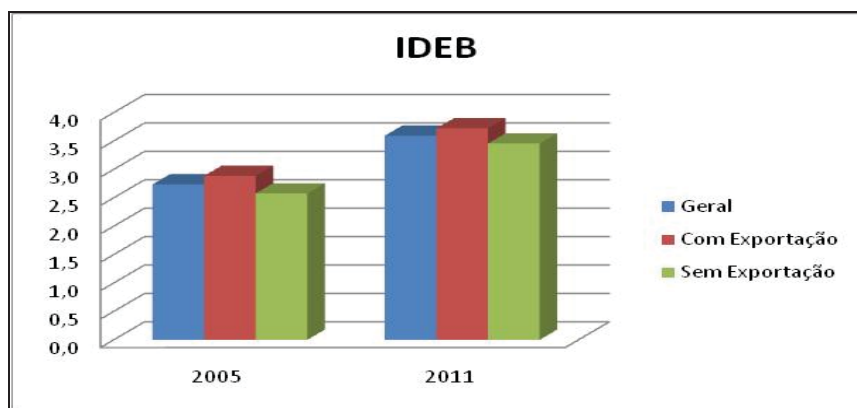


Gráfico 2 - IDEB

Através do Gráfico 2, notamos claramente a evolução das medidas de 2005 a 2011, bem como o melhor desempenho dos municípios exportadores em relação aos não exportadores.

#### 4.3 Consumo de Energia

Tabela 3 – Consumo de Energia. Fonte: Dados Próprios

CONSUMO DE ENERGIA (MWh)						
	2003			2007		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	17.427,00	394,45	880.106,73	23.658,95	593,00	1.113.237,00
Com Exportação	81.887,15	2.944,99	880.106,73	120.394,52	4.096,00	1.113.237,00
Sem Exportação	7.044,37	394,45	148.703,90	6.600,65	593,00	173.246,00

A Tabela 3 nos mostra os resultados da análise do consumo de energia nos municípios do Rio Grande do Norte, nas variáveis Média, Mínimo e Máximo. Esses resultados nos mostram um crescimento de 2003 a 2007. O destaque está para os municípios *com exportação* que aumentaram quase 40.000 MWh o consumo de energia, enquanto os municípios *sem exportação* aumentaram em quase 4.000 MWh o seu consumo.

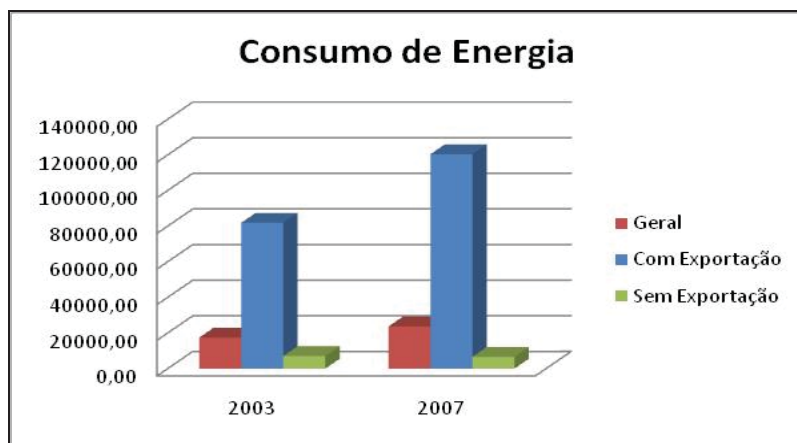


Gráfico 3 – Consumo de Energia. Fonte: Dados Próprios.

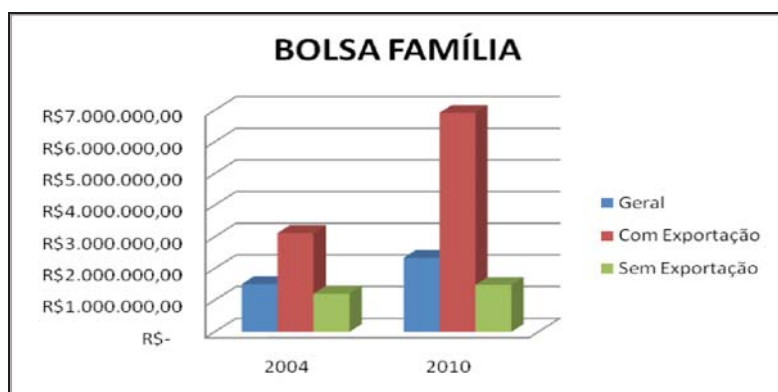
O Gráfico 3 nos mostra mais nitidamente a diferença no consumo de energia dos municípios exportadores para os não exportadores, além de nos mostrar também que o crescimento do consumo de energia foi mais significativo nos municípios *com exportação*.

#### 4.4 Bolsa Família

Tabela 4 – Bolsa Família (Em Reais - R\$). Fonte: Dados Próprios.

BOLSA FAMÍLIA						
	2004			2010		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	1.507.079,62	67.569,00	19.351.456,51	2.335.163,32	177.374,00	49.549.396,00
Com Exportação	3.123.547,96	149.779,00	16.492.722,00	6.917.013,81	985.673,00	49.549.396,00
Sem Exportação	1.206.878,36	67.569,00	19.351.456,51	1.484.248,23	177.374,00	8.154.271,00

A análise dessa variável nos mostra que os municípios Potiguares ainda dependem muito do Bolsa Família, comprovado pelo aumento dos repasses de verbas desse programa aos municípios potiguares, como podemos observar na tabela 4, através dos resultados dos indicadores Média, Mínimo e Máximo.



**Gráfico 4 – Bolsa Família. Fonte: Dados Próprios.**

Através do Gráfico 4, observamos melhor o aumento nessa arrecadação dos municípios, principalmente nos municípios *com exportação*.

Podemos relacionar esse fato ao grande crescimento populacional na região metropolitana de Natal, onde, a maioria dos municípios são exportadores. Já nos municípios *sem exportação*, apesar do pequeno crescimento, são os mais dependentes do Bolsa Família, como é o caso do município de Boa Saúde, onde quase 20% (vinte por cento) da arrecadação total do município é composta por verbas do Bolsa Família.

#### 4.5 Nascidos Vivos

**Tabela 5 – Nascidos Vivos. Fonte: Dados Próprios.**

NASCIDOS VIVOS						
	2004			2009		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	304	22	13424	292	24	12117
Com Exportação	1191	64	13424	1156	40	12117
Sem Exportação	140	22	879	133	24	771

A tabela 5 nos mostra que houve uma redução nas médias nos três grupos de municípios, apesar de pequena.


**Gráfico 5 – Nascidos Vivos**

Observando o gráfico 5, percebemos uma clara repetição no comportamento das variáveis nos dois períodos estudados

#### 4.6 Pessoal Ocupado Assalariado

**Tabela 6 – Pessoal Ocupado Assalariado. Fonte: Dados Próprios.**

PESSOAL OCUPADO ASSALARIADO						
	2006			2009		
	Média	Mínimo	Máximo	Média	Mínimo	Máximo
Geral	2783	35	247818	3152	139	282921
Com Exportação	14670	377	247818	16777	313	282921
Sem Exportação	591	35	6349	639	139	7446

Na tabela 6 percebemos em destaque, a grande diferença nos resultados dos municípios *com exportação* para os *sem exportação*, um comportamento que se manteve nos dois períodos analisados.

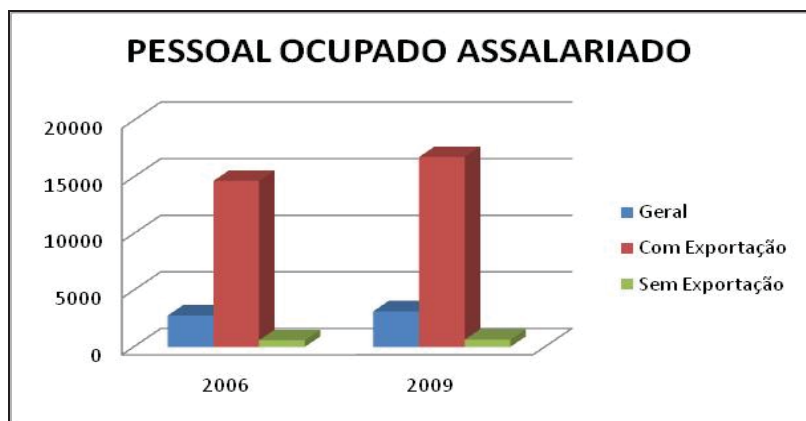


Gráfico 6 – Pessoal Ocupado Assalariado. Fonte: Dados Próprios.

Essa análise se torna ainda mais clara quando observamos o gráfico 6, onde percebemos ainda, os municípios *com exportação* aumentaram o seu quadro de Pessoal Ocupado Assalariado, enquanto os municípios *sem exportação* praticamente permaneceram estagnados.

Portanto, a partir desses resultados, observa-se que a diferença apontada no resultado do IDEB, dos municípios com exportação para os sem exportação pode ser decorrente da melhor administração dos recursos da educação para a especialização da mão de obra, já que a variável Pessoal Ocupado Assalariado nos condiciona a avaliar que a oferta de emprego é maior nos municípios *com exportação*.

Observa-se também que o aumento do consumo de energia, em especial nos municípios exportadores, pode ser resultado do aumento do consumo pela indústria e pelo grande crescimento populacional, principalmente na região metropolitana de Natal. Ou seja, essas análises nos propõem que os municípios que tem a exportação como estratégia econômica oferecem mais oportunidades de emprego, renda e condições sociais para a população.

## 5. CONCLUSÃO

Conforme observamos, a Variável IDEB, da dimensão Educação, foi única que teve expressiva expansão no período. Ou seja, as ações inerentes à expansão da Educação, com sua interiorização, podem ter gerado esse impulso no crescimento, pois se espera que a implantação de Institutos Federais de Educação, reconhecidamente de qualidade e de caráter público, pode ter estimulado o desenvolvimento do Ensino Fundamental nos Municípios.

Também merece destaque o fato do crescimento do PIB e do Pessoal Ocupado Assalariado não ter sido acompanhado por uma redução no repasse de verbas do Programa Bolsa Família. O estudo proporcionou a análise de um conjunto de variáveis, que podem contribuir para a elaboração de um painel de indicadores de desenvolvimento e sustentabilidade econômico e social dos Municípios, bem como subsidiar a tomada de decisão no tocante à política públicas para o Rio Grande do Norte.

Outro ponto importante observado nas análises é que, em todas as variáveis estudadas, os municípios classificados como *com exportação* superaram positivamente os resultados dos municípios *sem exportação* o que nos permite constatar que municípios que tem exportação como estratégia para dinamizar a economia local tem gerado maiores oportunidades de desenvolvimento para a população.

Devido à restrita disponibilidade de dados brutos, por Municípios, de mais variáveis nas dimensões estudadas, cabe propor que mais variáveis por Municípios possam ser disponibilizadas a fim de melhorar a avaliação de Políticas Públicas de Desenvolvimento e seus desdobramentos na melhoria da qualidade vida dos indivíduos.

Portanto, cabe a proposição de futuros estudos que possam avaliar a grau de participação da expansão do Programa Bolsa Família na expansão do IDEB no Ensino Fundamental. Como também pode-se pensar na avaliação do grau o crescimento do PIB ser resultado do crescimento do Pessoal Ocupado Assalariado. E, finalmente, pode-se avaliar se o crescimento do IDEB tem influência no aumento do Pessoal Assalariado Ocupado; fechando, deste modo, um modelo provável de Expansão das Capacidades e, em consequência, a Emancipação dos indivíduos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ANDRADE Ilza Araújo L. de. **Fóruns deliberativos: Uma boa estratégia para melhorar nossas políticas sociais?**. Cronos, , v. 7, n. 1, p. 17-25, Natal-RN .jan./jun, 2006.
- BIRKNER,Walter Marcos Knaesel. **Desenvolvimento Regional e Descentralização Político- dministrativa um estudo comparativo dos casos de Minas Gerais, Ceará e Santa Catarina**. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v16n30/18.pdf>>. Acesso em: 16 de Agosto de 2011.
- CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda. **Inovando no desenho das relações intermunicipais: o pacto territorial**. Cronos, , v. 7, n. 1, p. 27-37, Natal-RN. jan./jun. 2006.
- DATASUS. **Informações de Saúde: Nascidos Vivos no Rio Grande do Norte**. Disponível em: <<http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?sinasc/cnv/nvRN.def> > . Acesso em: 23 de Março de 2011.
- FONSECA, Jairo Simon da. **Curso de Estatística**. São Paulo: Atlas, 1990.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- IBGE CIDADES. **Estatísticas do Cadastro Central das Empresas**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 05 de Abril de 2011
- IBGE PIB. **Produto Interno Bruto dos Municípios: PIB a Preços Correntes**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> >. Acesso em: 05 de Abril de 2011
- INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Ideb por escola: Região Nordeste**. Disponível em: < [http://ideb.inep.gov.br/Site/download\\_1.php](http://ideb.inep.gov.br/Site/download_1.php)>. Acesso em: 06 de Abril de 2011.
- IDEMA - INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E MEIO AMBIENTE DO RN. **Anuário estatístico do Rio Grande do Norte**. Disponível em: < [http://www.idema.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/idema/anuario/enviados/anuario\\_estatistico.asp](http://www.idema.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/idema/anuario/enviados/anuario_estatistico.asp)>. Acesso em: 06 de Abril de 2011.
- IPEA – INSTITUTO DE ESQUISA ECONÔMICA E APLICADA. **Brasil em desenvolvimento: Estado, planejamento e Políticas Públicas**. 2009. 2 v
- IPEA - INSTITUTO DE ESQUISA ECONÔMICA E APLICADA. **Brasil em Desenvolvimento: Estado, Planejamento e Políticas Públicas**. 2010. 2 v
- MACHADO, João Guilherme Rocha; PAMPLONA, João Batista. **A ONU e o desenvolvimento econômico: Uma interpretação das bases Teóricas da atuação do PNDU**. Economia e Sociedade, Campinas v. 17, n. 1 (32), p. 53-84, abr. 2008.
- MEC - MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Cem novas escolas técnicas em 2009**. Disponível em: < [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=12179:cem-novas-escolas-tecnicas-em-2009&catid=209](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12179:cem-novas-escolas-tecnicas-em-2009&catid=209)>. Acesso em: 23 de Março de 2011.
- MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Balança Comercial Brasileira por Município**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br//sitio/sistema/balanca/>> Acesso em: 23 Março de 2011.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA DO GOVERNO FEDERAL. **Transferência de Recursos por Estado/Município**. Disponível em:

<[http://www.portaldatransparencia.gov.br/PortalTransparenciaListaCidades.asp?Exercicio=2004&Selec](http://www.portaldatransparencia.gov.br/PortalTransparenciaListaCidades.asp?Exercicio=2004&Selec%20aoUF=1&SiglaUF=RN&NomeUf=RIO%20GRANDE%20DO%20NORTE) aoUF=1&SiglaUF=RN&NomeUf=RIO%20GRANDE%20DO%20NORTE>. Acesso em: 05 de Abril de 2011.

PROGRAMA DO LEITE – RN. **Modelo de gestão do Novo programa do Leite está entre os melhores do Nordeste, 2010. Disponível em:** < <http://www.fomezero.gov.br/noticias/modelo-de-gestao-do-novo-programa-do-leite-esta-entre-os-melhores-do-nordeste>>. Acesso em: 07 de Maio de 2011.

RIBEIRO, Cláudio Oliveira; MENENEZES, Roberto Goulart. **Políticas públicas, pobreza e desigualdade no Brasil:** apontamentos a partir do enfoque analítico de Amartya Sen. Revista Textos & Contextos Porto Alegre v. 7 n. 1 p. 42-55. jan./jun. 2008.

ROCHA, Fabiana; MATTOS, Enlinson. **Distribuição de Renda e Gasto Público:** Uma análise de eficiência para os Estados Brasileiros. Temas de Economia Aplicada, São Paulo: Fipe, Junho. 2011

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade.** Tradução Laura Teixeira Mota; revisão técnica Ricardo Doniselli Mendes. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUZA, Francisco das Chagas Silva. Potencialidades e (In)sustentabilidades no semi-árido Potiguar. Ed. CEFET-RN, 2005.

## A IMPORTÂNCIA DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DA MADEIRA E MÓVEL PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO MUNICÍPIO DE BURITICUPU

E. J. A. L. Pereira<sup>1</sup>, U. D. Alves<sup>2</sup>, J. N. Oliveira<sup>3</sup>, E. C. Barreto<sup>4</sup> e G. S. Amorin<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal do Maranhão- Campus Buriticupu

eder.johnson@ifma.edu.br - ubiranadialves@yahoo.com.br - oliveiraec@yahoo.com.br-

barreto22@hotmail.com-gilberth@ifma.edu.br

### RESUMO

Neste artigo, discutimos alguns dados sobre a economia do município de Buriticupu tais como os Índices de pobreza, de Desenvolvimento Humano e o volume exportado. Concomitantemente, será mostrada a importância do Arranjo Produtivo Local da madeira e móvel, mostrando desde o conceito de Arranjo Produtivo Local (APL), possíveis políticas públicas que poderiam se implementadas para o município que fazem parte da APL e perspectivas de estudos futuros. Será visto que dos municípios que fazem parte da APL da madeira e móvel, o que menos exporta em valor é Buriticupu, mesmo este tendo um numero de empresas igual ao de Itinga – que é o que mais exporta -. Será ainda enfatizado o baixo Índice de Desenvolvimento Humano de Buriticupu, mostrando que apesar deste município fazer parte da APL da madeira e móvel, o seu desenvolvimento é pífio. Sendo assim, políticas públicas deverão ser feitas em regime de urgência para o desenvolvimento da APL e, conseqüentemente, do município, estas políticas envolvem diversos fatores tais como: entidades públicas, privadas, empresas, funcionários e a população. Para a promoção do Arranjo Produtivo Local da madeira e móveis do município.

**Palavras-chave:** Inovação, Arranjo Produtivo Local, Desenvolvimento, Buriticupu



## 1. INTRODUÇÃO

O aglomerado de empresas ou agentes econômicos que lidam num mesmo ramo da indústria ou beneficiamento é de vital importância para o desenvolvimento local, principalmente, quando envolve conhecimento, inovação, interação entre os agentes, apoio de entidades públicas e privadas. Nesse enfoque os Arranjos Produtivos Locais (APLs) têm sido alvo de intenso estudo e discussão.

Com isso, perante aos dados que serão mostrado nesse artigo a grande importância que o API da madeira e móvel tem para o desenvolvimento tão alarmantes. Nesse contexto, de acordo com Schumpeter (1982) uma das principais causas do desenvolvimento econômico são o surgimento de inovações. Nesse contexto, o amadurecimento dos APLs com uma maior interação, conseqüentemente, do desenvolvimento econômico.

Sendo assim, este artigo pretende mostrar a fragilidade do nível de desenvolvimento do município de Buriticupu de acordo com o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e mostrar a importância do APL da madeira e móvel para o município enfatizando no numero de empresas, quantidade exportada, contudo será visto o baixo nível de exportação em comparação a outros municípios que compõem a APL da madeira e móvel da região do Carajás.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 APL Maranhão

Após estudos feitos por algumas universidades maranhenses encontrou se diversos tipos de APLs (Apicultura-UEMA, Ecologia de Manguezais- UFMA, Laboratório de pesquisa em ciências sociais e desenvolvimento regional-LAPESCS (UFMA), recursos faunísticos em zonas de cerrado e cocais do estado do maranhão-UFMA) e há estudos que esses arranjos têm grande importância para o estado , com o índice de saídas (vendas) para outros estados de 6,5% perante o total de saídas do estado e com índice para o exterior de aproximadamente 1% R\$ 31,585,604,57 sem contar com a ausência de dados para diversos tipos de APLs que não farão estudados. SEBRAE (2007).

### 2.2 BURITICUPU

O município de Buriticupu limita-se com o município de Bom Jardim e Alto Alegre do Pindaré ao Norte, Amarante do Maranhão ao Sul, com município de Santa Luzia a Leste e com Bom Jesus das Selvas ao Oeste. A principal via de transporte intermunicipal desta região é a Rodovia federal, BR222.

Ele tem uma área de 2.344,975 Km<sup>2</sup> e está localizada na Latitude: 04° 20' 45" S e Longitude: 46° 24' 04" W encontra-se distante da capital do estado a 420 Km, possui densidade demográfica: 18,6 hab/km<sup>2</sup> e pertence a Microrregião: Pindaré, Mesorregião: Oeste Maranhense. Foi instalado em 1997, hoje tem IDH 0,595 e população estimada para 2009 é de 65.225 habitantes. AGUIAR (2005).



### Imagem 1: Município de Buriticupu – MA

Fonte: IBGE (2010)

Em relação aos indicadores de desenvolvimento que são essências para conhecer o estágio de desenvolvimento em que se encontra um determinado país, estado ou município. O índice mais conhecido é o IDH que segundo PNUD (2011) pode ser definido como:

O objetivo da elaboração do Índice de Desenvolvimento Humano é oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. Criado por Mahbub ul Haq com a colaboração do economista indiano Amartya Sen, ganhador do Prêmio Nobel de Economia de 1998, o IDH pretende ser uma medida geral, sintética, do desenvolvimento humano.

O IDH do município de Buriticupu encontra-se num estágio de município com baixo grau de desenvolvimento, já que para existir esta classificação ele tem que estar entre 0 e 0,6. O que atesta a falta de serviços básicos como educação, saúde e limpeza pública. Na tabela 2 pode ser verificado que entre os municípios que compõe a APL da madeira e móvel na região do Carajás, o município de Buriticupu é o que possui o menor IDH.

**Tabela 2: IDH Comparativo entre o município de Buriticupu, o Estado do Maranhão e o Brasil**

Unidade	IDHM-2000
<b>Buriticupu</b>	<b>0,59</b>
João Lisboa	0,63
Itinga	0,66
Açailândia	0,66
Imperatriz	0,72

Fonte: Atlas de Desenvolvimento Humano (2011).

## 2.3 A IMPORTÂNCIA DO APL DA MADEIRA E MÓVEL DA REGIAO CARAJAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE BURITICUPU.

As bases da economia de Buriticupu são: as indústrias madeireiras, a pecuária, o comércio e a agricultura. Assim, o setor madeireiro é o responsável pela geração de muitos empregos. A madeira extraída é usada na construção de casas e na fabricação de móveis, os quais são vendidos para vários estados brasileiros, além de ser usada na fabricação de carvão vegetal. (AGUIAR, 2005).

Como a indústria madeireira tem grande influencia na economia, tanto interna quanto externa e se encaixa perfeitamente segundo as características já citadas como sendo um APL Horizontal sendo o conceito definido por Haddad (2003, p.4) como: “quando envolve atores de um mesmo setor de produção”. E pode ser ainda um APL de agrupamento ou aglomerado maduro: agrupamento ou aglomeração de empresas em que as interações entre os agentes favorecem a criação de externalidades

positivas, porém são limitadas pelo baixo grau de coordenação ou por interesses conflituosos ou desequilíbrios.

O APL de Madeira e móveis têm grande destaque na região dos Carajás que é composta pelos municípios de Açailândia, Buriticupu, Itinga, João Lisboa e Imperatriz (Cidade Pólo). São municípios com população de 106.357 habitantes, IDH de 0,666 (cidade pólo), PIB R\$ 973.035.000,00 e volume de produção US\$ 30.000.000,00. De acordo com SEBRAE (2007) em cerca de 74 estabelecimentos houve um faturamento de R\$ 20.001.437,00 onde R\$ 10.200.732,87 foi adquirido de outros estados e R\$ 9.800.704,13 dentro do estado. Em relação a distribuição das empresas na região do Carajás, pode se verificar que o município de Buriticupu, possui quase 20% de todas, como mostra a tabela 3.

**Tabela 3: Distribuição das empresas segundo o município em 2006**

Município	Quantidade	Porcentagem
Açailândia	14	19
<b>Buriticupu</b>	<b>13</b>	<b>18</b>
Imperatriz	33	44
Itinga	13	18
João Lisboa	1	01
<b>TOTAL</b>	<b>10.608.403</b>	<b>23.084945,77</b>

Fonte: Sebrae (2007).

Outro indicador refere-se ao volume de exportações de madeira e móveis, por município. Pode-se observar, que a participação do município de Buriticupu no valor das exportações em relação a APL Carajás é ínfima sendo apenas de 1,36%, mesmo o município tendo igual numero de empresas que Itinga, que lidera com 86% das exportações.

**Tabela 2: Exportações de madeira e móveis segundo o município em 2006**

Município	US\$ <sup>1</sup>	R\$	Porcentagem de exportação em relação a APL Carajás <sup>2</sup>
Açailândia	634.309	1.380.319,81	5,97%

<sup>1</sup> Convertido pela taxa de câmbio médio de 2006 = 2.1761

<sup>2</sup> Neste caso, excluiu-se o município de Imperatriz.

<b>Buriticupu</b>	<b>145.580</b>	<b>316.796,64</b>	<b>1,36%</b>
Imperatriz	-----	-----	
Itinga	8.877.713	19.318.791,26	83%
João Lisboa	950.801	2,069.038,06	8,96%
<b>TOTAL</b>	<b>10.608.403</b>	<b>23.084945,77</b>	<b>100%</b>

Fonte: Sebrae (2007)

Cabe ressaltar que o volume exportado é referente e não móveis, o que reflete a fragilidade da APL da madeira e móvel do Carajás, sendo que esta não consegue agregar valor a matéria prima, apenas a exporta em estado bruto. Em Estado (2011) mostra algumas fragilidades da APL da madeira e move Carajás dentre eles podemos citar:

- A comercialização externa de produtos da indústria madeireira supera toda a comercialização de móveis apresentada anteriormente;
- Por haver exportação de produtos madeireiros por quase todos os municípios do APL, e dado o grau de exigência vigente no mercado externo, infere-se que a indústria madeireira seja melhor estruturada na região do que a própria indústria moveleira;
- Não se verifica no período entre 2005 e 2007 um movimento de importação de produtos ligados ao APL que seja comparável ao movimento de exportação. Apenas no ano de 2007 foi encontrada uma cifra que mereça destaque, mas ainda pouco expressiva, chegando ao valor de US\$ 3.693, referente ao município de João Lisboa;
- Exploração predatória da madeira;
- Diminuição do grau de informalidade no setor.

Por estes motivos, pode-se verificar por estes fatores a fragilidade da APL, em específico, no município de Buriticupu, sendo necessárias políticas públicas de promoção, cooperação, interação e inovação para o desenvolvimento da respectiva APL e conseqüentemente do município, já que ela é parte importante da economia local. Além de fomentar o comércio internacional através da agregação de valor na madeira e não vendendo apenas em seu estado bruto.

### 3. CONCLUSÃO

Assim concluímos que o APL de moveis e madeira tem grande importância no município de Buriticupu, gerando maior parte da renda, influenciando o comércio intermunicipal e interestadual, gerando empregos e desenvolvimento tecnológico, mesmo ainda este sendo precário. Podemos enfatizar a necessidade de um APL em Buriticupu procurando maneiras de melhorar a produtividade, aumentar a lucratividade, e incrementar a qualidade do produto, que no caso do município é a madeira.

Recomendam-se políticas de desenvolvimento da APL, através dos diversos órgãos tais como: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), Núcleo Estadual de apoio aos Arranjos Produtivos Locais no Maranhão (NEAPL/MA), etc. Para o desenvolvimento da cooperação, interação e principalmente, inovação entre as empresas.

Sendo assim, há uma necessidade de maiores incentivos a exportação e a agregação de valor a madeira com a finalidade de que seja promovido uma melhora no Índice de Desenvolvimento Humano em Buriticupu. Por fim, propõe que seja feito estudos futuros mais elaborados sobre o comportamento do APL da madeira e móvel de Buriticupu, identificando e mapeando os seus atores, verificando como se dá o processo de inovação, de interação, de incentivo a exportação e políticas públicas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AGUIAR, Isaias Neres. **Buriticupu: sua história, geografia e características gerais – Do Projeto de Colonização ao Progressista Município Maranhense**. Buriticupu, MA: Editora e Gráfica Tauá, 2005.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO. Disponível em: < <http://www.pnud.org.br/idh/> >. Acesso em: 23 fev. 2008.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Análise do Balanço de Pagamentos do estado e a importância dos APLs no Fluxo de Comércio Maranhão**. Disponível em: < [www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/.../Analise\\_MA.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/.../Analise_MA.pdf) >. Acesso em: 23 fev. 2008.

CARNEIRO, Sirius Bulcão. **O APL da Indústria de Confeções no Município de Feira de Santana-BA: limites e desafios organizacionais e tecnológicos**. 2009. Dissertação (Mestrado em Curso de Mestrado Em Economia) – Instituto de Economia. Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2009.

CASSIOLATO, J. R. & LASTRES, H. M. M. **O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas**. (in) LASTRES, H. M. M., CASSIOLATO, J. R. & MACIEL, M. L. Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume & Dumará, 2003.

CROCCO et all. **Metodologia de Identificação de Arranjos Produtivos Locais Potenciais**. UFMG: Belo Horizonte, 2003.

ESTADO DO MARANHÃO. **Plano de aplicação de recurso para 2011**. Disponível em: < [www.bancoamazonia.com.br/.../2011/plano\\_de\\_aplicacao\\_MA\\_2011.pdf](http://www.bancoamazonia.com.br/.../2011/plano_de_aplicacao_MA_2011.pdf) >. Acesso em: 23 fev. 2008.

FREITAS, Mario Cezar. **Fluxos de Informações e Conhecimentos para Inovações no Arranjo Produtivo Local de Confeções em Salvador- BA**. 2006. 116 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2006.

GOES, Thiago Reis. **Inovação, Cooperação, Aprendizado e Políticas Públicas em Arranjos Produtivos Locais: O caso dos APLs de confeções de Salvador e Feira de Santana**. 2008. 168 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia. Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2008.

GONÇALVES, Daniele Cristine Ramos ; GUIMARÃES, Luzia Lima . Arranjos Produtivos Locais como Estratégia de Desenvolvimento Regional. . In: II Jornada Internacional de Políticas Públicas: MUNDIALIZAÇÃO E ESTADOS NACIONAIS: A Questão da Emancipação e da Soberania., 2005, São Luís, MA, 2005.

HADDAD, P. **Identificação e Classificação dos Arranjos Produtivos Locais no**

**Maranhão e o seu Processo de Gestão.** São Luís: Sebrae/MA, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa parcial do CENSO 2010**, Diário Oficial da União, 2010.

JOHNSON, B.; LUNNDVALL, B. Promovendo sistemas de inovação como resposta à economia do aprendizado crescentemente globalizada. In: LASTRES, H.; CASSIOLATO, E.; J.; ARROIO, A. (Orgs.). **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento.** Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto, 2005. p. 83 – 130.

MYTELKA, L.; FARINELLI, F. **Local Clusters, Innovation Systems and Sustained Competitiveness:** discussion papers. New York: Institute for New Technologies, 2000. 37 p.

MYTELKA, L.; FARINELLI, F. De aglomerados locais a sistemas de inovação. In: LASTRES, H.; CASSIOLATO, E., J.; ARROIO, A. (Orgs.). **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento.** Rio de Janeiro: UFRJ/Contraponto, 2005. p. 347 – 378.

ROCHA, J. D. e ROCHA, M. P. **Uso de biomassa para a produção de energia para a indústria brasileira.** Campinas, SP: UNICAMP, 2005.

SANTANA, Antônio Cordeiro; SANTANA, Ádamo Lima. Mapeamento e análise de Arranjos Produtivos Locais na Amazonas. **Teoria e Evidência Econômica**, v. 12, n. 22, p. 9-34, 2004.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A teoria do desenvolvimento.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Móveis da Região Sul do Maranhão.** São Luís: Sebrae, 2007a (relatório de pesquisa).

## APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL E TECNOLÓGICA NO APL DE OVINOCAPRINOCULTURA NO SERTÃO DO CEARÁ

A. C. A. XIMENES<sup>1</sup>; F. L. S. DANTAS<sup>2</sup>; E. R. SILVA<sup>3</sup>; G. C. QUEIROZ<sup>4</sup>; M. R. VIANA<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - campus Quixadá  
anacarenina@ifec.edu.br

<sup>2</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - campus Quixadá  
lauriana1990@hotmail.com

<sup>3</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - campus Quixadá  
liih\_17@hotmail.com

<sup>4</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - campus Quixadá  
gabycq@hotmail.com

<sup>5</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - campus Quixadá  
michasviana@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar o resultado dos primeiros impactos que a intervenção do Programa Desenvolvimento Regional Sustentável – DRS tem sobre a aprendizagem organizacional e tecnológica dos produtores da agricultura Familiar do Arranjo Produtivo Local - APL de ovinocaprinocultura do Município de Quixadá, localizado na macrorregião do Sertão Central do Ceará. Para tanto, fez-se uso de metodologia exploratória e descritiva que permitiu a realização de entrevistas aplicadas aos representantes que compõem o Comitê Gestor do DRS como técnica de investigação sobre o processo de aprendizagem e a aquisição e disseminação de conhecimentos de tecnologias de produto e processo entre os criadores do referido APL. Observou-se que apesar dos esforços das instituições e órgãos de apoio, uma parte dos criadores ainda resiste à superação das técnicas rudimentares pelas novas tecnologias que geram maior poder de competitividade aos rebanhos, sobretudo na etapa de comercialização dos animais. Aliado às barreiras de aquisição de conhecimentos codificados/ explícitos associado ao estoque de conhecimento tácito que os produtores detêm, constatou-se também o baixo interesse associativo dos criadores que desnivela a disseminação de novos conhecimentos comprometendo assim à capacidade inovativa do APL e a melhoria da qualidade de vida das famílias dos produtores.

**Palavras-chave:** Arranjo produtivo local; agricultura familiar; ovinocaprinocultura; aprendizagem organizacional e tecnológica; criação de conhecimento; desenvolvimento local.

## 1. INTRODUÇÃO

Visto que o aprendizado e o conhecimento é um fator de fundamental importância para os interesses individuais e o desenvolvimento da sociedade como um todo, cada vez mais os setores econômicos buscam aprimorar suas fontes de informação para obter a eficiência produtiva, pois o aprendizado leva à aquisição de inovações, à capacidade tecnológica e à consequente melhoria de produtos e processos.

Desse modo, as iniciativas de apoio ao desenvolvimento inovativo e tecnológico por meio da aprendizagem organizacional nas aglomerações produtivas em todo o Brasil tem sido um alvo de políticas (ainda que rarefeitas) e programas de apoio que atingem desde setores de base tecnológica até aqueles mais tradicionais da economia brasileira (REDESIST, 2011).

Dentre os setores, identifica-se a ovinocaprinocultura como um setor tradicional cuja organização em aglomerações ou arranjos produtivos locais – APLs tem suscitado o interesse dos formuladores de políticas públicas no Brasil, visto à importância social e econômica dessa atividade sobretudo para áreas do semiárido nordestino. Esses pequenos ruminantes (ainda que se revelem como um dos produtos vocacionais do Sertão) são em sua maioria, explorados de modo extensivo, com tecnologia rudimentar e baixa capacidade inovativa, como afirma Nogueira Filho; Figueiredo Junior e Yamamoto (2010).

Neste trabalho, objetivou-se investigar o padrão de aprendizado praticado pelos micros, pequenos e médios produtores de caprinos e ovinos na microrregião do Sertão Central do Ceará, utilizando como estudo de caso o Município de Quixadá, localizado a 174 Km da capital, devido à presença de quatrocentos produtores da Agricultura Familiar atendidos pelo Programa de Desenvolvimento Regional e Sustentável – DRS, da Fundação Banco do Brasil, sendo esta uma experiência inédita na região que envolve sustentabilidade e competitividade.

O artigo está estruturado de modo que na segunda seção serão apresentados os fundamentos teóricos da pesquisa sobre aprendizagem e criação de conhecimento; na terceira seção será descrito os aspectos metodológicos; a quarta seção contempla a descrição e atuação do Programa DRS junto aos criadores do APL; na quinta seção será descrita a estrutura de aprendizagem que se estruturou e permanece no APL bem como as tecnologias adquiridas e disseminadas junto aos criadores; e, a sexta seção indica as observações conclusivas e sobre o cenário de aprendizagem e criação de conhecimento nas propriedades em estudo.

## 2. A APRENDIZAGEM E CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE

Em um estudo comparativo, realizado entre empresas americanas líderes e japonesas de igual posição, Nonaka & Takeushi (1997) desenvolveram um eixo teórico e de verificação empírica que se revela como um modelo satisfatório de aprendizagem organizacional e criação de conhecimento na organização. Nas palavras de Nonaka (2000), as idéias descritas acima definem a empresa criadora de conhecimento, cujo único negócio é a inovação contínua. No entanto, a inovação concretiza-se porque a esta precede todo um



processo de criação de conhecimento que deve ser compreendido não apenas em sua dimensão ontológica, mas também em um quadro de sentido epistemológico.

Por aprendizagem e criação de conhecimento organizacional, entende-se a capacidade de uma empresa de criar novo conhecimento, difundi-lo por toda a organização, internalizando-o em produtos, processos e serviços que transcendem a trajetória de aquisição, disseminação e memorização. Esse processo constitui-se em obtenção de inovação contínua e incremental, realizando um movimento espiralado que combina dois tipos de conhecimentos: o explícito e o tácito.

Segundo Nonaka & Takeushi (1997), o conhecimento explícito é expresso em palavras e números, sendo de comunicação fácil e podendo ser compartilhado sob a forma de dados brutos, fórmulas científicas, procedimentos codificados ou princípios universais. Logo, o conhecimento torna-se sinônimo de informações computadorizadas, fórmulas químicas ou um conjunto de técnicas e regras gerais. Por outro lado, o conhecimento tácito, altamente pessoal e de formulação complexa, que culmina em dificuldade de transmissão e compartilhamento, engloba conclusões, insights e palpites subjetivos, todos imbricados nas ações e experiências de um indivíduo, suas emoções, valores e ideais.

O conhecimento tácito possui duas dimensões, uma é técnica, um tipo de capacidade informal e difícil definição ou habilidades classificadas como know-how:

um artesão, por exemplo, desenvolve uma riqueza de habilidades, suas mãos maravilhosas depois de anos de experiências. Mas frequentemente, é incapaz de articular os princípios técnicos ou científicos subjacentes ao que sabe (Nonaka & Takeushi, 1997, p. 7).

A outra dimensão, de âmbito cognitivista, envolve esquemas, modelos mentais, crenças e percepções que ao longo do tempo foram se cristalizando e se internalizando como únicas referências do que é correto e inquestionável para quem o detém. Nesse sentido, essas duas dimensões tácitas refletem uma dada imagem da realidade (o quê é), influenciando e direcionando a uma prospecção do que deveria ser.

Quanto à condição de transmissão, os dois tipos de conhecimento seguem caminhos bifurcados para depois se constituírem em um único conjunto de conhecimentos. Com maior facilidade de transmissão, conhecimento explícito é facilmente processado devido ao pragmatismo que o caracteriza, através de computadores e armazenado em bancos de dados. O mesmo não se pode afirmar do conhecimento tácito, pois sua natureza subjetiva, e até certo ponto mistificada, dificulta seu processamento ou transmissão pelo método sistemático e lógico o que, por sua vez, exige um procedimento de conversão que culmine em palavras e números possíveis de serem compreendidos e multiplicados. O tempo que transcorre na conversão do conhecimento tácito em explícito (e depois novamente em explícito) é quem determina a criação de conhecimento organizacional.

O reconhecimento da importância do conhecimento tácito faz da inovação um processo de auto-renovação pessoal e organizacional. O nível de comprometimento dos recursos humanos para com a empresa e a sua filosofia passa a ser fator indispensável em tal processo. Assim, a criação do novo conhecimento envolverá

tanto ideais quanto ideias. Essa condição impulsiona o processo, de inovação, ou seja, a vontade e a determinação de recriar mundos de acordo com uma visão específica e ideal compartilhados. Os novos conhecimentos (re)criam a organização e todos os indivíduos que com ela se relaciona, em um movimento contínuo de auto-renovação organizacional e pessoal.

A criação de conhecimento não se resume apenas em aprender com os outros ou obter conhecimentos externos. O aprendizado que vem de fontes externas à empresa necessita ser internalizado, isto é, modificados, melhorado e traduzido conforme à identidade e auto-imagem empresarial. Isso requer do corpo gestor a ruptura de pensar a aquisição e criação de conhecimento na empresa somente através de livros, manuais e conferências para incorporar os insights e palpites de caráter mais subjetivo através de metáforas, analogias, imagens ou experiências individuais e coletivas.

Deste modo, o aumento da capacidade de inovar e competir é um resultado do processo de aprendizado que condiciona toda uma economia baseada no conhecimento conforme justifica Lemos & Lastres (1999, p. 125):

no momento atual caracterizado por uma competição que não se verifica apenas via preço, aponta-se que o mais importante não é apenas ter acesso a informação ou possuir um conjunto dado de habilidades, mas fundamentalmente ter capacidade para adquirir novas habilidades e conhecimentos [*learning to learn*].

Esta condição posiciona o aprendizado como fator competitivo, no *momentum* que a capacidade de aprender permite reconstruir habilidades individuais, competências tecnológica e organizacional da empresa, fortalecendo assim seus subsistemas e a interação desta aos diversos agentes macroambientais.

O *feedback* decorrente do processo de aprendizagem contínuo desemboca na necessidade de colaboração cada vez maior entre as organizações. Lemos & Lastres (1999), assim como Amaral Filho (2011), apresentam essa necessidade como referência da economia associacional cuja relevância está em privilegiar a interação entre os diversos atores sociais e econômicos verificada na formação de redes de parceria e cooperação entre os agentes nas funções de P & D & I, produção e comercialização.

O grau de interação que estimula o aprendizado varia de acordo com os agentes envolvidos, o tipo de relação que se verifica entre os mesmos, a congruência de linguagem, a existência de relações sinérgicas e de confiança e, por último, o ambiente em que o negócio se insere.

Essas considerações conceituais permitem conhecer e investigar o processo de aquisição e a criação de conhecimento nos empreendimentos de Agricultura Familiar que criam ovinos e caprinos em Quixadá e que em 2003 foram classificados pela RedeSist e pelo Sebrae Nacional como um APL de ovinocaprinocultura (AMARAL FILHO; CAMPOS, 2008). Em 2010, esses criadores tornaram-se alvo do Programa DRS através da interação com atores locais que têm auxiliado na capacidade de inovação de tecnologias de processos e de produtos nessas pequenas propriedades.

### 3. METODOLOGIA

Optou-se pelo uso de metodologia qualitativa, exploratória e descritiva de pesquisa, que envolveu o levantamento das informações sobre a atuação do Programa DRS no Município de Quixadá como uma ação de estímulo à aprendizagem e à criação de conhecimento que favoreçam o desenvolvimento sustentável das propriedades de Agricultura Familiar que se dedicam à criação de ovinos e caprinos. Para tanto, foram entrevistados os representantes do Comitê Gestor do DRS no Município, quais sejam: gerente Banco do Brasil, presidente do Instituto Sertão Central, gestor do Bioma Caatinga, analistas do Sebrae (escritório Sertão Central do Ceará), líder da Associação de Agricultura Familiar de Quixadá, coordenadora de extensão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia *campus* Quixadá, e coordenador de extensão da Faculdade Católica Rainha do Sertão.

As entrevistas versaram sobre as atividades e as ações planejadas e executadas desde 2010 que tiveram como objetivo aumentar o estoque de aprendizagem organizacional e tecnológica dos criadores atendidos pelo DRS que compõe o APL de ovinocaprinocultura do Sertão Central. Dentre essas ações, destacam-se: crédito, consultoria e capacitação.

Na pesquisa, utilizou-se a classificação da Embrapa para enquadramento do porte dos produtores, quais sejam (CAVALCANTE & BARROS, 2005):

- Micro produtores: apresentavam um rebanho de até 15 cabeças de animais;
- Pequenos produtores: detinham rebanhos compreendidos entre 16 e 50 cabeças;
- Médios produtores: possuíam rebanhos entre 51 e 200 cabeças de ovinos e/ou caprinos; e,
- Grandes produtores: apresentavam um rebanho de mais de 200 cabeças de animais.

As categorias de análise referentes à aprendizagem organizacional e tecnológica foram construídas a partir de referencial dos estudos promovidos pela maior rede de pesquisa em APL no Brasil, a RedeSist – Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos e Locais do Instituto de Economia – IE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ (REDESIST, 2011).

#### 3.1. O Contexto Local

O município de Quixadá possui uma população de 80.605 habitantes (maior concentração na zona urbana), sendo 49,33% homens e 50,67% mulheres, com uma área de 2.020 km<sup>2</sup> e densidade demográfica efetiva de 39,90 hab./km<sup>2</sup>. Sua temperatura média está entre 26<sup>o</sup> C e 28<sup>o</sup> C, com uma precipitação pluviométrica média de 838,1 mm e uma altitude de 190,0 m. Em 2008, o PIB municipal foi de R\$ 358.814,00, permitindo assim um PIB *per capita* de R\$ 4.513,00. A participação dos setores no PIB distribuiu-se da seguinte forma: 13,01% provinham do setor agropecuário, 12,17% da indústria de transformação e 67,78% do setor serviços. Em 2000, Quixadá alcançou um Índice de Desenvolvimento Humano - IDH de 0,673, ocupando a 21<sup>o</sup> posição no estado, e, um Índice de Desenvolvimento Municipal - IDM de 33,9, em 2008, colocando o município em 46<sup>o</sup> no *ranking* estadual (IBGE, 2009b; IPECE, 2010).

Segundo o IBGE (2009a, 2009b, 2009c), o Ceará detém um efetivo de 1.015.927 cabeças de caprinos e 2.071.098 de ovinos, dos quais o município de Quixadá participa com 9.750 (0,95%) no efetivo de caprinos e 40.600 (1,96%) no efetivo de ovinos, respectivamente. Entre os caprinos estão as raças Anglonubian, Moxotó, Canindé, Bôer, Parda e Saanem e entre os ovinos estão Santa Inês, Morada Nova, Sufoke, Somalis e Dorper, criadas de maneiras extensiva e semi-intensiva pelos micro e pequenos produtores. Além de fontes de renda e de poupança, esses animais são também fontes de proteínas para os agricultores familiares que tanto processam o leite como a carne.

#### **4. O PROGRAMA DRS COMO FACILITADOR DA APRENDIZAGEM TECNOLÓGICA E DA CAPACIDADE INOVATIVA**

O Programa DRS foi criado pelo Banco do Brasil com o objetivo de estimular o desenvolvimento sustentável das regiões empobrecidas do Brasil, apoiando somente atividades produtivas e que são ou que poderão ser economicamente viáveis, sob a égide do Comércio Justo e da gestão ambiental, observando e respeitando a diversidade cultural. Logo, a atividade de ovinocaprinocultura encontra-se dentro dos propósitos da DRS (UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL, 2010).

As ações do DRS no Sertão Central do Ceará são planejadas e executadas mediante a participação das instituições integrantes do Comitê Gestor do Programa, quais sejam: Instituto Sertão Central - ISC; Secretaria Municipal de Desenvolvimento Agrário de Quixadá; Banco do Brasil; Sebrae; Universidade Federal do Ceará - UFC; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - IFCE; Escola Profissionalizante Maria Cavalcante Costa; Associações de Agricultura Familiar dos Municípios de Quixadá, Choro, Mombaça e Ibaretama; e, Faculdade Católica Rainha do Sertão – FCRS.

O Programa DRS prevê assistência à família do produtor, com ações sistêmicas semelhantes ao Programa Saúde Família (PSF), no qual os Agentes de Desenvolvimento Regional Sustentável - ADRS, acompanham famílias de produtores e os assistem em várias atividades que venham agregar valor à produção rural a partir da atividade nuclear da ovinocaprinocultura (ou outra atividade considerada também nuclear). Para um bom desempenho da participação do produtor no Programa é necessário que o mesmo garanta a escolaridade dos filhos e a prevenção à saúde.

O gestor dos ADRS, no Sertão Central do Ceará, relatou em entrevista que 20 agentes atuam na região com as principais atribuições de:

- Disseminar conhecimentos necessários à sustentabilidade da ovinocaprinocultura praticada na região semi-árida;
- Difundir informações, teóricas e práticas, sobre as boas práticas de produção agropecuária e ressaltar a importância da adoção das mesmas;
- Agir preventivamente visando minimizar a ocorrência de problemas que venham causar prejuízos à atividade;

- Identificar e discutir problemas ou gargalos que travam o desenvolvimento da ovinocaprinocultura praticada pela comunidade ou grupo de produtores sob sua orientação;
- Solucionar os problemas ou gargalos identificados levando-os ao conhecimento de seu gestor; participar ativamente do programa de capacitação continuada;
- Avaliar juntamente com seu gestor e a comunidade ou grupo de produtores os resultados alcançados com os ADRS; e,
- Coletar junto aos produtores informações relevantes dos seus rebanhos, visando (quais) as estratégias tecnológicas a serem desenvolvidas para a melhoria da atividade.

De acordo com o gerente da agência do Banco do Brasil em Quixadá, o Programa DRS atende cerca de 400 produtores de ovinos e caprinos localizados em Quixadá e mais outros 200 produtores nos Municípios de Ibaretama, Mombaça e Choró, todos situados no Sertão Central do Ceará.

## 5. TECNOLOGIAS APRENDIDAS E DISSEMINADAS ENTRE OS PRODUTORES DO APL

No APL de ovinocaprinocultura de Quixadá, verifica-se, sobretudo, o uso de práticas e processos tecnológicos destinados à prevenção de doenças, disseminados pelos técnicos agropecuários da prefeitura. Desde 2010, o conhecimento explícito que trata da aquisição de tecnologias de processo no APL tem sido disseminado junto aos produtores por meio das visitas mensais dos ADRS em suas propriedades, que os informam sobre tecnologias que envolvem o manejo e uso de pastagens nativas, manejo reprodutivo, controle das principais doenças, sistema de produção para carne, como também de cabras leiteiras, produção higiênica do leite de cabra e cuidados e tratamento da pele visando o aproveitamento desta para processamento e geração de renda.

Sob a orientação dos ADRS com informações sobre tecnologias que envolvem o uso e manejo de pastagens nativas, os criadores procuram minimizar gastos com a compra de ração para os animais nos períodos de estiagem. Um exemplo dessa aprendizagem tecnológica é a produção de silos (construção subterrânea) para conservação da forragem verde que será oferecida aos animais em épocas posteriores ao período chuvoso.

Além dos ADRS, as informações e o conhecimento são disseminados por intermédio dos cursos ofertados aos produtores no âmbito do arranjo, trabalho este desenvolvido pelo Serviço de Aprendizagem Rural – Senar em parceria com o Sebrae.

Verifica-se que as tecnologias de produto como carnes processadas e cortes padronizados são realizados no APL, por apenas um grande produtor, o Frigorífico Pé de Serra<sup>1</sup>. Essas tecnologias consistem na separação em pedaços (peças) de carcaças dos animais, guardando uma estreita ligação entre o peso e a relação

---

<sup>11</sup> O Frigorífico Pé de Serra foi inaugurado em 2000, no município de Quixadá, com financiamento do BNB e selo do Serviço de Inspeção Federal - SIF do Ministério da Agricultura. Em 2003, o proprietário do frigorífico passou a fornecer ovinos e caprinos reprodutores das raças Santa Inês, Dorper, Savanna e Boer aos produtores da região e grandes criadores da Paraíba e Bahia. Atualmente, a empresa Pé de Serra Indústria de Alimentos mantém uma média de 1.500

carne/osso de cada peça. Considerando as exigências de mercado e a natureza da carcaça destes ruminantes, os cortes padronizados trazem vantagem tanto para o fornecedor, como para consumidores, pois evitam o desperdício natural das vendas a varejo e permite ao consumidor maior opção de escolha. Possibilita diferenciação de preços dentro da mesma carcaça, em função da qualidade das peças.

Um desafio de melhoria da tecnologia de produto, e por conseguinte, a transformação de conhecimento explícito em tácito, identificado entre os criadores do APL, tem sido a produção higiênica do leite de cabra devido ao insistente costume do uso de técnica rudimentar de ordenha que não contempla procedimentos de qualidade, apesar do acesso aos novos conhecimentos para obtenção do leite que envolve: ordenha, acondicionamento, transporte e entrega para o processamento. Neste sentido, leva-se em consideração a higiene do ordenhador (mãos e unhas limpas e protegidas), a higiene dos animais, essencialmente tetas e úbere, a limpeza de equipamentos e vasilhames e, por fim, o tempo entre a ordenha e o seu processamento. Outro aspecto vantajoso a ser considerado é o maior rendimento do leite, em relação aos seus derivados.

A partir de 2010, a adesão de 70 produtores ao Sistema de Produção de Cabras Leiteiras no APL permitiu que estes adquirissem conhecimento e aprendessem sobre práticas e técnicas de manejo em geral, em especial nas áreas de alimentação, reprodução e sanidade do rebanho, garantindo uma razoável e regular produção de leite, considerando as fases de cria e de recria das fêmeas do rebanho. Tal Sistema envolve o manejo diário das fêmeas, em suas diversas categorias, racionalizando o consumo de rações, promovendo a produção higiênica do leite e a produção regular.

## 6. CONCLUSÃO

A aprendizagem organizacional dos criadores de ovinos e caprinos do APL em estudo tem sido induzida pelas ações do Programa DRS, por meio do Comitê Gestor (Prefeitura de Quixadá, IFCE, Banco do Brasil, Sebrae, UFC, FRCS e ISC), que tem como alvo os micro e pequenos produtores de Quixadá. Ressalta-se, no entanto, que essas ações são de caráter sistêmico com forte interdependência entre as instituições e órgãos que aderiram ao Programa e alimentam a estrutura de governança que permeia a organização dos produtores.

Os representantes das instituições entrevistados revelaram que a maior dificuldade ou barreira que os criadores apresentam ao lidar com as novas tecnologias de processos e produtos, relaciona-se à cristalização do conhecimento tácito construído de geração em geração, de pai para filho, que se por um lado demonstra o grau de enraizamento que a atividade possui, de outra feita impede que novos conhecimentos e a motivação para a aprendizagem se manifestem de modo contínuo e permanente, comprometendo assim, o círculo virtuoso da aprendizagem e da criação e disseminação do conhecimento.

---

carcaças processadas por mês com uma produção de 20.250kg/carcaça e 4.500kg/vísceras pré-cozidas/mês. Atualmente, a empresa possui 65 registros cárneos no Ministério da Agricultura.

A Associação da Agricultura Familiar no Município assumiu um importante papel de indutor dos criadores ao uso de novas tecnologias de produto e processo que juntamente ao Programa DRS vem tentando trabalhar para superar outra tradição, desta vez relacionada à baixa iniciativa associativa dos criadores que interfere negativamente na aquisição e disseminação das novas tecnologias.

Destaca-se também que em Agosto de 2011, ocorreu a contratação de oito alunos do Curso Tecnológico em Agronegócio do IFCE, *campus* Quixadá, como ADRS. Com isso, espera-se que aumente o nível de profissionalização do acompanhamento técnico e gerencial dos criadores de ovinos e caprinos do APL em estudo, favorecendo assim, a criação de um ambiente permanente de aprendizagem na propriedade do agricultor familiar.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL FILHO, J. **Micro e pequenas empresas (MPEs)**. Textos para Discussão CEPAL - IPEA, n° 36. Brasília - DF: CEPAL (Escritório no Brasil)/ IPEA, 2011.

AMARAL FILHO, J.; CAMPOS, K. C.. **Sistemas e arranjos produtivos de caprinos e ovinos nos municípios de Quixadá e Quixeramobim/ CE, e as políticas públicas**. In: CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M.; STALLIVIERI, F. (Orgs.). Arranjos produtivos locais: uma alternativa para o desenvolvimento: experiências de políticas. Vol. 2. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p. 313-352.

CAVALCANTE, A. C. R.; BARROS, N. N. (Eds.) **Sistema de produção para ovinos e caprinos de corte para o nordeste brasileiro**. Sobral - CE: Embrapa Caprinos, 2005. Disponível em <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/CaprinoseOvinosdeCorte/CaprinoseOvinosCorteNEBrasil/autores.htm>> Acessado em 07/ 02/ 2011.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Banco de dados: estados@: Ceará: pecuária**. Rio de Janeiro - RJ: IBGE, 2009a. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ce&tema=pecuaria2009>> Acessado em 14/ 01/ 2011.

\_\_\_\_\_. **Banco de dados: cidades@: Ceará: Quixadá: Pecuária**. Rio de Janeiro - RJ: IBGE, 2009b. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acessado em 14/ 01/ 2011.

\_\_\_\_\_. **Produção da pecuária municipal**. Vol.37. Rio de Janeiro - RJ: IBGE, 2009c.

IPECE. INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Perfil básico municipal: Quixadá**. Fortaleza - CE: SEPLAG/ IPECE, 2010.

LEMOS, C. R.; LASTRES, H. M. **Estratégias de desenvolvimento de pequenas e médias empresas na economia baseada no conhecimento.** In: I Seminário Internacional sobre Gestão da inovação Tecnológica no Nordeste – INOVA (Anais). Fortaleza – CE: 09 a 11 de Junho de 1999.

NOGUEIRA FILHO, A.; FIGUEIREDO JUNIOR, C. A.; YAMAMOTO, A. **Mercado de carne, leite e pele de caprinos e ovinos no Nordeste.** Série Documentos do Etene, nº 27. Fortaleza – CE, Banco do Nordeste, 2010.

NONAKA, I. **A empresa criadora de conhecimento.** In: Aprendizado organizacional: gestão de pessoas para a inovação contínua. Rio de Janeiro – RJ: Campus/ Harvard Business Review Book, 2000.

NONAKA, I.; TAKEUSHI, H. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.** Rio de Janeiro – RJ: Campus, 1997.

REDESIST. REDE DE PESQUISA EM SISTEMAS E ARRANJOS PRODUTIVOS E INOVATIVOS LOCAIS. **Seminários RedeSist.** Disponível em: <http://www.redesist.ie.ufrj.br/>. Acessado em 22/ 12/ 2010.

UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL. **DRS: desenvolvimento regional sustentável.** Documento mimeo. Brasília – DF: Universidade Corporativa Banco do Brasil, 2010. Disponível em: <http://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/unv/CartilhaDRS.pdf>. Acessado em 12/ 01/ 2011.



## AVALIAÇÃO CRÍTICA DO TRABALHO DA CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ/MA NA LEGISLATURA 2005 – 2008

N. U. Sousa<sup>1</sup> e L. S. Pinheiro<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal do Maranhão - Campus Imperatriz  
Natanael.uchoa@hotmail.com – lauro.pinheiro@ig.com.br

### RESUMO

Esta pesquisa visa preencher uma lacuna do nosso sistema de ensino: a falta de um eixo de discussão sobre a consciência política, visto que formamos jovens para o convívio em sociedade. Neste trabalho, será mensurada a produtividade dos vereadores da cidade de Imperatriz, individual e coletivamente, no período de 2005 a 2008. Esse levantamento almejará medir a real contribuição dada pelo legislativo municipal para o desenvolvimento da cidade. Na pesquisa que fundamentou este projeto percebeu-se que o poder de uma Câmara Municipal, mesmo sendo um poder independente, é extremamente limitado perante o Legislativo Federal e Estadual. Foi percebido também que o poder de legislar é quase nulo no legislativo local e que a sua força eleitoreira, como se fosse uma forma de mostrar trabalho para os seus eleitores, está concentrada na função assessoramente, ou seja, o trabalho dos vereadores está basicamente limitado às indicações, que não significa uma obrigação de execução pela prefeitura, pelo contrário, é um documento formulado “sugerindo” a melhoria de algo que a cidade necessita. Por isso, essa pesquisa quer verificar o que efetivamente os vereadores produziram durante esse intervalo de tempo. Por fim, outro aspecto importante dessa pesquisa está na análise qualitativa dos documentos apresentados pelos vereadores, resumido em indicações e projetos de lei.

**Palavras-chave:** Legislativo Municipal, Produtividade, Custo.

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como característica intrínseca e inovadora o fato de pesquisar o papel do Legislativo Municipal diante do desenvolvimento local e regional e depois confrontar a produtividade coletiva e individual dos vereadores com o custo efetivo para a sociedade para manter esse órgão ativo.

Inicialmente pesquisado dentro do Programa PIBIC Jr. do IFMA – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, contempla um aluno bolsista do ensino médio e traz à tona alguns questionamentos que já deveriam estar sendo feito por alunos de nível fundamental e médio, bem como ser tema de importantes encontros, debates, mesas redondas e, por que não, aulas, dentro desse universo. A ausência do tema Política dentro do ensino fundamental e, principalmente, médio motivou o presente trabalho.

Entre as principais ideias levantadas nesta pesquisa, faz-se importante destacar a principal: qual a real contribuição das Câmaras Municipais de Vereadores para a administração do município e para o desenvolvimento econômico da região? Com esse questionamento central deu-se início à pesquisa, visando, entre outros aspectos, mensurar a produção de cada vereador, bem como investigar a importância dos documentos apresentados por cada agente do legislativo municipal. Nessa perspectiva, foi feito um levantamento bibliográfico, dando fundamentação às argumentações e, em paralelo, laboriosa pesquisa de campo, resultando, entre outras análises, o custo efetivo de se manter uma câmara municipal ativa.

Como objetivo da pesquisa, este trabalho irá analisar criticamente a produtividade da Câmara Municipal de Imperatriz / MA na legislatura de 2005 – 2008, e examinar todos os documentos apresentados nas sessões ordinárias do período investigado. Posteriormente quantificar a produtividade, levando-se em consideração a assiduidade, levantar os dados financeiros do repasse do executivo municipal para a câmara e confrontar com o trabalho realizado da casa legislativa e por último, analisar qualitativamente a produtividade, dando ênfase à contribuição da câmara ao desenvolvimento local.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 A Municipalização em Perspectiva

Historicamente, a literatura a cerca da função dos vereadores é carente, e pelo mérito que acentua na fiscalização da administração municipal gera um impacto no desenvolvimento, não só regional, mas sobretudo no fortalecimento da economia nacional, visto que o maior valor do orçamento gerido pelos municípios é originado de repasses federais e estaduais. Também as câmaras municipais são importantes e têm uma posição privilegiada e marcante na consolidação de uma economia forte e sustentável em nível regional.

Em pesquisa sobre bibliografias disponíveis relacionado ao tema proposto neste artigo, foi observado que não há, pelo menos no universo pesquisado, trabalhos e publicações que tratem das câmaras de vereadores de cidades de pequeno e médio porte e a relação com o desenvolvimento econômico e social desses municípios. Outrossim, a capacidade de gestão destes municípios parece funcionar independente de uma câmara legislativa, salvo o trabalho de legislar segundo o motivo da sua origem.

Demasiadamente centrado na discussão sobre os processos de mudança do aparato estatal da União, o debate acerca da reforma do Estado tem deixado de lado, de um modo geral, o estudo da dimensão municipal desse processo. Considerá-lo sob este prisma não significa apenas transplantar para o âmbito municipal diagnósticos e soluções aplicados a outras esferas de poder. (ABRUCIO; COUTO, 1996)

As limitações do trabalho das câmaras municipais, perante o poder executivo, a deixa como um agente secundário na gestão municipal. A influência que o legislativo municipal exerce sobre o

executivo não passa de assessoramento, visto que o poder de executar o orçamento está nas mãos do prefeito e a ele cabe o recurso da decisão. Mesmo que tenha inúmeras indicações da câmara para que seja executada determinada obra, por exemplo, o asfaltamento de uma rua, fica a critério do prefeito, segundo a disponibilidade de recursos financeiros ou projetos de parcerias interinstitucionais, executar, como cita Kerbauy (2005):

Aparentemente, os poucos estudos disponíveis sobre o legislativo local apontam para a manutenção de suas características seculares, relacionadas à baixa capacidade de legislar e a uma atuação fraca diante de um executivo forte.

## 2.2 O LEGISLATIVO MUNICIPAL EM PERSPECTIVA

Atualmente em voga, a estrutura administrativa da política brasileira, com os três poderes bem definidos, dá a impressão de que é estático e inquestionável, principalmente no tocante ao legislativo municipal, por serem inflexíveis e inexistir pesquisas relevantes sobre a sua importância no cenário político local, regional e nacional, como colocado acima. Este artigo vem questionar a posição estratégica das câmaras municipais de cidades de pequeno e médio porte e a sua influência no desenvolvimento econômico local. Nesse universo, buscou-se concentrar a pesquisa na cidade de Imperatriz, do estado do Maranhão, na região Tocantina.

Vale ressaltar, o questionamento do autor sobre a inflexibilidade dos três poderes se torna mais relevante e com impactos econômicos e estruturais mais acentuados, nos municípios de pequeno e médio porte, pois tais municípios sobrevivem de repasses constitucionais. A economia destes locais é limitada em função da pesada máquina administrativa, associada a uma câmara de vereadores com desempenho limitado.

O Brasil tem hoje 5.563 municípios, dos quais 1.363 foram criados a partir de 1989, graças às regras flexíveis estabelecidas para preservar “a continuidade e unidade histórico-cultural do ambiente urbano, obedecidos os requisitos previstos em lei complementar estadual e mediante consulta prévia às populações diretamente envolvidas”. O resultado visível do aumento do número de municípios na última década é o fato de 90% deles ter menos de 50 mil habitantes, e 80% de suas despesas serem cobertas por transferências institucionais.” (Kerbauy, 2005)

O modelo de governo que no Brasil passou por mudanças estruturais no percurso da história desde quando era uma colônia portuguesa até os dias atuais, na estrutura de república federativa, tendo em seu território 26 estados e um distrito federal, e conta atualmente com 5.565 municípios (IBGE Censo 2010) para descentralizar a administração pública. No entanto, indo ao encontro dessa evolução e da federalização dos municípios, como consta na constituição de 1988, foi instituída a câmara municipal, presente em todas as cidades do Brasil independente da quantidade de habitantes. O gargalo que as pequenas cidades têm estão relacionadas à pouca produtividade sobre o trabalho das câmaras de vereadores, e têm pouca – ou quase nenhuma – influência em relação à economia local. “Do ponto de vista dos vereadores, se a Câmara não consegue exercer o poder que tem, o problema não está na instituição em si, mas na lógica dos agentes que a compõem.” (LOPEZ, 2004, p. 173)

No contexto do desenvolvimento econômico, a câmara municipal não exerce papel substancial dentro de uma esfera local ou regional. Pouco crédito se tem dado a ela nas pesquisas científicas ou simplesmente nos estudos da relação legislativo e executivo municipal. Kerbauy (2005) diz em seu artigo que “Apesar de a agenda política, econômica e social ter sido tomada por intensas discussões sobre o papel do município..., pouco se discutiu sobre o papel do legislativo municipal neste novo contexto.”

## 2.3 PAPEL DAS CÂMARAS MUNICIPAIS

Percebe-se que com a crescente diminuição das atribuições das câmaras municipais diante da administração local, praticamente fica restrito ao executivo a responsabilidade sobre o desenvolvimento local, visto que dentre as funções do legislativo uma diz respeito a acompanhar e assessorar os

trabalhos da prefeitura, na execução de obras e sugerindo melhorias na infraestrutura da cidade, bem como indicar onde há necessidade de prioridade nos serviços. Nesse aspecto, os vereadores trabalham apenas com características de assessoramento, como cita Ávila (apud RODRIGUES, 2004, p. 9):

Cabem ao Legislativo as funções de fiscalizar, legislar, julgar e administrar. Dentre estas, pode ser incluída ainda a de “assessoramento”, sob a qual compete ao Legislativo encaminhar ao Executivo sugestões de melhoria de serviços de interesse público.

Segundo o Manual do Vereador<sup>1</sup>, a Câmara Municipal exerce funções legislativas, fiscalizadoras, administrativas, judiciárias e de assessoramento. Dentro das funções legislativas, participa da elaboração de leis. Têm os seus membros o direito: de iniciativa de projetos de lei, de apresentar emenda a projetos de lei, de aprovar ou rejeitar projetos, de aprovar ou rejeitar veto do prefeito.

Na função fiscalizadora a Câmara fiscaliza e controla as atividades do executivo e fiscaliza e julga os atos do prefeito.

A partir de 1988 o Legislativo ganhou mais poder, passando a ter capacidade decisória em muitas questões que antes lhe eram vedadas, como a modificação da Lei Orçamentária. (...) Porém, se com a nova mecânica institucional o Legislativo obteve poder, não ganhou responsabilidade na mesma proporção. O arcabouço institucional vigente não é propício a uma atuação profissional dos parlamentares com respeito ao processo governativo, pois não proporciona uma prática cooperativa entre os poderes e nem a preocupação com as dimensões republicanas e técnicas da ação governamental. (Andrade, 1998, p 58 e 59)

Dentre as funções dos vereadores, ficando restritas à cátedra de legislar, fiscalizar e assessorar, o que ganha destaque na atuação e o que ainda resta como rotina de trabalho e a forma mais direta de se aproximar dos eleitores ainda é o assessoramento, através de indicações.

Procuramos observar a importância desse instrumento chamado indicação, destacando seus aspectos democráticos. Diferente da consagrada função de produção de leis, as indicações possuem um caráter de atuação mais restrito, tocando em problemas mais cotidianos e concentrados dos “demandantes”. Este instrumento pode ser compreendido ainda como um instrumento de representação do eleitor diante do Executivo. (ÁVILA. Apud RODRIGUES. 2004, p. 9)

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa foi iniciada consultando o acervo da câmara municipal, no que diz respeito à legislação, também constante no Web Site da instituição. Ainda no interstício da investigação do acervo próprio da câmara foi conveniente, e de muita serventia sob o ponto de vista teórico do estudo, uma contextualização do funcionamento da casa no decorrer da sua história.

Outra fonte de pesquisa foram as bibliografias relevantes sobre o trabalho das câmaras municipais e o seu papel diante do desenvolvimento local e a sua participação efetiva na administração do executivo municipal.

Por fim, objeto de estudo da presente pesquisa, analisou a produtividade dos vereadores nas legislaturas de 2005 a 2008 divididos em dois grupos, com o objetivo de simplificar o entendimento sobre o objeto de estudo, como citado anteriormente: Grupo 1 – Assessoramento: indicações; Grupo 2 – Ato de Legislar: Projetos de Lei.

---

<sup>1</sup> Documento do Senado Federal publicado em 2005.

Dentro da perspectiva das informações reunidas por grupo, foi feita uma triagem de produtividade individual e em um segundo momento, a produtividade coletiva, mostrado através de gráficos e de forma comparativa.

#### **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

##### **4.1 Breve História da Câmara Municipal de Imperatriz**

A Câmara Municipal de Imperatriz foi oficialmente instalada em 25 de setembro de 1858. Tudo começou em 27 de agosto de 1856, uma quarta-feira. Nessa data, o presidente da Assembleia Legislativa da Província do Maranhão, deputado Manuel Gomes da Silva Belfort, promulgou a lei provincial nº 398, que criou a “Villa Nova da Imperatriz”, antes era Povoado Santa Teresa. O artigo 5 dessa lei prevê a criação da Câmara Municipal de Imperatriz.

Em 1858, o povo votou e elegeu cinco vereadores, com mandato de três anos: Amaro Batista Bandeira (que foi o primeiro presidente da Câmara) e seu irmão, Didier Batista Bandeira, Atanásio Maciel Parente, Domingos Pereira da Silva e José Crispiniano Pereira.

##### **4.2 Frequência dos Vereadores**

A Câmara Municipal de Imperatriz se reúne, em sessão ordinária, nas terças, quartas e quintas-feiras, das 09 às 12 horas. É na sessão ordinária que os vereadores apresentam o resultado do trabalho da semana. No intervalo de uma semana para outra cada vereador prepara indicações, ofícios, realiza reuniões com a população ou com a prefeitura e observa onde há necessidade de infraestrutura na cidade para que na sessão ordinária isso seja colocado em plenário, discutido, se estiver na pauta do dia como documento será votado pelos presentes, e tomadas as medidas cabíveis para que aqueles documentos, resultado da sessão, sejam encaminhados para quem de direito.

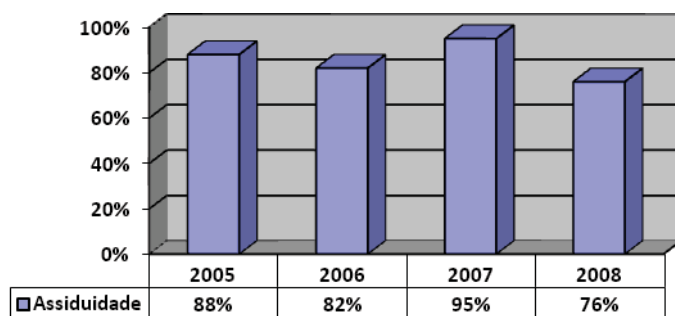
É inconveniente que o poder legislativo esteja sempre reunido; mas é absolutamente necessário que o poder executivo seja permanente, pois nem sempre se faz preciso elaborar novas leis, mas a necessidade de executar as existentes é constante. (LOCKE, 2006, p. 111)

Nessa perspectiva, avalia-se uma Câmara Municipal não necessariamente pela quantidade de vezes que os vereadores se reúnem durante a semana, mas doravante a realização de sessões para discutir com a comunidade problemas que caracterizam urgência na resolução; na fiscalização das atividades do executivo; convidando a comunidade para discutir o orçamento do município para o exercício seguinte ou simplesmente apresentando indicações ou propostas de melhorias para a cidade e cobrando a sua efetiva realização. Entrementes, o mínimo de produtividade o vereador apresenta apenas frequentando as sessões, considerando ser somente três por semana, com três horas de duração, ou seja, efetivamente uma média de 36 horas de trabalho por mês.

Como já foi citado anteriormente, essas 36 horas de trabalho efetivo nada mais é que a apresentação do trabalho realizado no intervalo entre uma sessão e outra, o que se considera que quando um vereador falta, dentro da perspectiva de carga horária de trabalho no mês, significa uma perda considerável.

Nesse sentido, será analisada agora a frequência dos vereadores na legislatura de 2005 a 2008, ano a ano, e no final, um comparativo entre os vereadores mais assíduos e o mais faltosos.

Numa visão holística, a câmara municipal de Imperatriz teve uma média de frequência de 85% na legislatura em sessões ordinárias. O Gráfico 1, logo abaixo, mostra de forma panorâmica a evolução ano a ano da frequência. Observa-se que no terceiro ano, 2007, foi a melhor assiduidade dos vereadores e no ano seguinte, o último da legislatura, o pior.



**Gráfico 1: Frequência dos Vereadores**

Analisando a assiduidade por vereador, buscando uma análise menos exaustiva, optou-se por resumir as informações por legislatura, selecionando dois vereadores por extremo, ou seja, os dois mais faltosos e os dois mais assíduos. Nessa perspectiva, na ordem proposta, os mais faltosos dessa legislatura são os vereadores Nival Coelho e Raimundo Costa, respectivamente com 74% e 75% de frequência. Os mais assíduos são Adhemar Freitas e Terezinha Fernandes, ambos com 92%.

Na web site da câmara não existe o Regimento Interno disponível para download, embora tenha todos os documentos legais do município, dentre eles a Lei Orgânica, o Código de postura e o Plano Diretor. Dessa forma, a pesquisa fica impossibilitada de mostrar a legislação que trata sobre a frequência nas sessões ordinárias e se existe alguma sanção para os faltosos.

#### 4.3 Sessões Ordinárias

Entre 2005 e 2008 foram realizadas 406 sessões ordinárias. O que chamou a atenção nessa pesquisa foi a quantidade de sessões canceladas pelo motivo de falta de quórum: em 2005 não houve registro de cancelamento de sessão ordinária por falta de quórum, no segundo ano de mandato houve 9 sessões canceladas, quase um mês inteiro sem trabalho; no ano de 2007 foram 6 sessões canceladas, já em 2008 beirou o absurdo, 16 sessões deixaram de existir por falta de vereador suficiente para começar uma sessão ordinária. Deduz-se que 2008 por ser um ano eleitoral foi o principal motivador das faltas, porém, nos anos anteriores não há motivo explícito para tantas sessões canceladas. Na legislatura foram 31 sessões nessa situação, analisando paralelamente, é como se fossem 10 semanas de trabalho jogado fora, três meses.

No subitem anterior foi discorrido sobre a importância das sessões ordinárias para a democracia no âmbito municipal, ademais, é lá que deveria se discutir todos os problemas da comunidade em conjunto com os principais interessados: a população; mesmo sendo considerados representantes do povo, eleito nas urnas pela vontade da maioria, mas, sobretudo, o poder é soberano e os vereadores são representantes e não os próprios e únicos interessados. Essa ressalva se faz pertinente a pouca – poderia se dizer quase nenhuma – assiduidade da população durante as sessões. Nas sessões ordinárias, o que se vê é uma plenária quase vazia. Daí surge uma indagação relevante: qual o embasamento que a população poderia usufruir para questionar a produtividade ou simplesmente a frequência dos vereadores se a própria comunidade não acompanha e sequer sabe o que ocorre na tribuna? Se uma sessão é cancelada por falta de quórum, como a população poderia reclamar se não acompanha o trabalho do legislativo?

#### 4.4 Produtividade da Câmara Municipal de Imperatriz

Será discutida amiúde a produtividade da câmara municipal como um todo e individualmente entre os vereadores neste tópico.

Para o momento se faz imperativo uma ressalva, uma explicação importante para o entendimento sobre a produtividade no quesito indicação. Já foi mencionado em tópicos anteriores a

força das indicações para o trabalho do vereador e as limitações que fazem ser essa a melhor arma para o vereador se autopromover. Será usada a palavra indicação para os vários documentos, com nomenclaturas diversas, apresentadas pelos vereadores para a mesa diretora; dentre os vários nomes que uma indicação recebe foi observada as seguintes: requisição e ofício. Foi unificado para indicação por se tratar de um mesmo objetivo para todos os documentos, onde apresentam textos semelhantes, sempre pedindo ao presidente da câmara para encaminhar ao prefeito, após ouvir o plenário, que atenda àquela indicação. Essa unificação objetiva maior simplificação na exposição dos dados e conseqüentemente melhor entendimento para o leitor. Outrossim, classificando de forma separada, mas ainda se enquadrando como indicação, o documento intitulado Emenda Aditiva ao Orçamento serve para propor mudanças no Orçamento do município; mas como depende de sanção do prefeito, é considerado uma simples indicação, por falta de poder modificativo.

#### 4.5 Análise da Produtividade da Câmara

##### 4.5.1 Indicações

Analisando os dados sobre as indicações apresentadas no decorrer da legislatura em questão, observou-se que esse documento foi o carro-chefe da produtividade dos vereadores, como é a realidade da maioria das câmaras municipais no Brasil, considerando a limitação de atuação diante do executivo, exposto anteriormente.

Considerando apenas os treze vereadores que exerceram mandato, sem considerar os suplentes, foram apresentados 1618 indicações na legislatura pesquisada, como mostra o Gráfico 2:

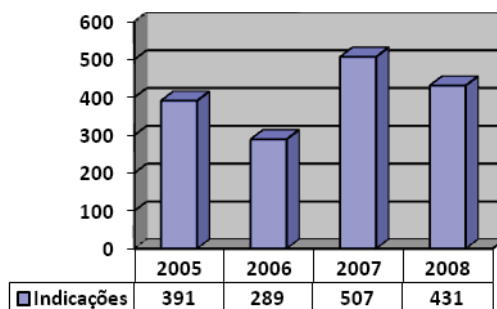


Gráfico 2 – Quantitativo de Indicações

Numa análise simplificada, percebe-se que no primeiro ano de mandato a produção foi razoável, porém abaixo da média da legislatura, 404 indicações, e no segundo ano foi o menos produtivo. Analisando apenas esses dois anos, é notório que o segundo ano é o período morto da legislatura, motivado pelo distanciamento das eleições. Também é claro, nessa perspectiva, que o terceiro ano, de pré-candidatura, foi o mais produtivo e o quarto ano, e último do mandato, foi o segundo mais produtivo.

Analisando individualmente, oito vereadores produziram quantidade de indicações superior à média da legislatura, 124, sendo que a vereadora Helena Aires foi a que mais produziu, 207. Na outra ponta, cinco vereadores apresentaram produção menor que a média, desses, a vereadora Mary de Pinho apresentou apenas 8 indicações no mandato, uma média de dois documentos por ano.

Fazendo uma crítica qualitativa sobre as indicações, foi possível identificar que pelo menos 85% dos documentos apresentados se resume a indicar asfaltamento ou piçarramento de ruas, reformas de quadras poliesportivas, reforma de escolas e construção de poços artesianos. Nos 15% restantes, apesar de serem relevantes, comparando com a primeira porcentagem, mas se resume

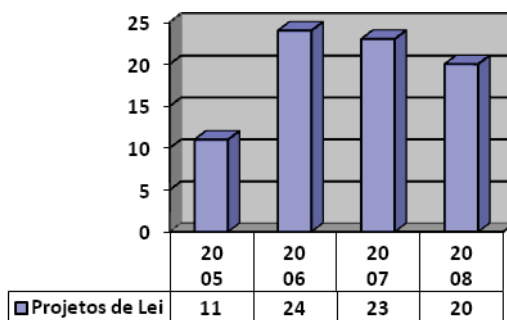
apenas a indicar, como é o objetivo do documento, como melhorar a estrutura dos guardas de trânsito, aquisição de equipamentos de segurança do trabalho para os agentes de saúde, a realização de campanhas educativas nas escolas e orientando o governo na sinalização do trânsito.

#### 4.5.2 Projetos de Lei

Na contramão das indicações e com médias sempre positivas em relação às sessões, com exceção do primeiro ano, 0,84%, os projetos de lei são documentos mais complexos para se apresentar em sessões. No caso das indicações, por exemplo, o vereador observa a necessidade de instalação de um redutor de velocidade na rua em frente a uma escola municipal, e na mesma semana, durante a sessão, é apresentada a indicação para que a prefeitura execute essa obra que necessita urgência, por caracterizar risco aos estudantes. Um projeto de lei, como o próprio nome sugere, parte de uma necessidade de mudança de uma lei já existente ou a apresentação de uma inédita, como a regulamentação do subsídio pago ao prefeito e secretários e também aos vereadores e outro exemplo é a criação de Conselhos Municipais, como o da Educação, Saúde.

Na legislatura, foram apresentados 78 projetos de lei, sendo a média de 6 projetos por vereador na legislatura. Os que mais produziram projetos foram Adhemar Freitas, com 19, e Francisco da Costa, com 13. No outro extremo, alguns vereadores não apresentaram sequer um projeto durante todo o mandato, como a vereadora Mary de Pinho, o Mano Santana e o Pimentel. A Terezinha Soares apresentou somente 1, no primeiro ano de mandato.

Segue o gráfico 3 mostrando o resultado da produção de projetos de lei.



**Gráfico 3 – Quantitativo de Projetos de Lei**

Numa análise qualitativa, dos 78 projetos de lei apresentados na câmara municipal, no período da pesquisa, apenas 2 contribuíram diretamente para o desenvolvimento econômico de Imperatriz. Um projeto dispõe sobre crédito educativo para financiar pessoas de baixa renda na universidade e o outro sobre a inclusão na grade curricular das escolas públicas municipais a disciplina introdução à informática. Como se observa, os dois projetos estão direcionados para a educação, que não é uma área onde o resultado seja palpável em um tempo previsto, no contexto do desenvolvimento econômico, talvez demore décadas para se mensurar o resultado de tais medidas. No entanto, fazendo uma análise mais apurada, foi constatado que 36 projetos serviram somente de formalidade legislativa, dos quais 16 foi para reconhecer como utilidade pública algumas instituições e 20, para dar nome a uma semana ou dia especial, bem como rua ou logradouro público.

#### 4.5.3 O Custo da Câmara

Confrontando as análises quantitativa e qualitativa da produção da câmara com o custo efetivo em se manter essa Casa de Leis em funcionamento percebe-se, sem necessidade de uma crítica analítica profunda, que há uma incompatibilidade ou desequilíbrio entre o valor gasto para manter a câmara e a produção dela originada.



Resumir em indicações a produtividade de uma câmara de vereadores parece desperdício de um órgão público municipal, que poderia fazer muito mais, mas quando se observa o valor do repasse da prefeitura percebe-se que isso ganha proporções grandiosas. Vamos aos dados<sup>2</sup>: em 2005 foi repassado à câmara R\$ 3.466.219,18, em 2006 R\$ 4.186.517,65, 2007 foi R\$ 4.792.653,67 e finalizando, 2008 R\$ 5.603.053,62.

Do primeiro ao último ano, houve um aumento substancial de 61,65% referente ao repasse. Em uma outra análise, o valor total repassado à câmara foi de R\$ 18.048.444,12 e cada vereador custou R\$ 1.388.341,86 na legislatura.

## 5. CONCLUSÃO

Conclui-se esse trabalho levantando um questionamento pertinente e que é pouco visto nos referenciais teóricos disponíveis: Qual a verdadeira função da Câmara Municipal, além de aprovar o Orçamento e definir diretrizes do subsídio do prefeito e vice-prefeito, bem como dos secretários e dos próprios vereadores? Esse questionamento é relevante diante do resultado da pesquisa relatado neste artigo. No último item, O Custo da Câmara, foi analisado que no período de 2005 a 2008 foi gasto mais de dezoito milhões de reais para manutenção do legislativo local e como foi detalhado aqui o resultado do trabalho da câmara é muito aquém do que a comunidade espera.

É certo que o próprio vereador gostaria de fazer mais. Nas sessões ordinárias se vê com frequência vereadores na tribuna reclamando de situações que necessitam de intervenção urgente da prefeitura; vereadores criticando a forma como o prefeito conduz o mandato; vereadores indignados com a situação precária e insalubre em relação ao trabalho de alguns servidores públicos municipais; da precariedade do transporte coletivo ou do acesso aos bairros e distritos mais distantes da sede. No entanto, o vereador fica limitado a apenas subir na tribuna para registrar o seu discurso, redige um documento, identificado no estudo como indicação, pede para o plenário aprovar o encaminhamento para o prefeito, depois que é expedido acaba o trabalho do vereador. Se esse documento, ou o seu discurso, surgiu algum efeito, o próprio vereador não tem como saber senão quando o seu pedido for efetivamente respondido com a ação da prefeitura. No final das contas, o crédito fica para o prefeito, simplesmente porque foi ele quem fez o que tinha de ser feito.

Diante do exposto, buscou-se averiguar a produtividade dos vereadores versus o retorno para a sociedade, considerando o custo para manter essa estrutura, e com os dados amplamente analisados nesse estudo conclui-se que assim como o judiciário, dividido por comarcas, as câmaras municipais poderiam funcionar como Câmaras Distritais, localizadas em cidades polos. Seriam responsáveis pela demanda do Legislativo de várias cidades, abrangendo um máximo de 300 mil habitantes. Dessa forma, as câmaras continuariam a fazer o mesmo trabalho de indicar, produzir projetos de lei e fiscalizar o executivo municipal, no entanto, teriam uma demanda maior e o gasto para manter seria consideravelmente menor, observando do ponto de vista da produtividade versus o custo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ABRUCIO, F. L.; COUTO, C. G. A redefinição do papel do Estado no âmbito local. *São Paulo em Perspectiva*, v. 10, n. 3, p. 3-143, jul./set. 1996.

ANDRADE, R. de C. (org.). *Processo de governo no município e no estado*. São Paulo: Edusp, 1998.

ÁVILA Filho, P. apud RODRIGUES, Renata. *Legislativo municipal e intermediação de interesses: notas de pesquisa*. São Paulo. 4º Encontro da ABCP, 2004.

BETO, Frei. *A Mosca Azul: Reflexão sobre o poder*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

---

<sup>2</sup> Dados extraídos do site do STN – Secretaria do Tesouro Nacional: [www.stn.gov.br](http://www.stn.gov.br)

- BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, 1988.
- BRASIL. Senado federal. Manual do vereador, 2005. Disponível no site: [http://www.senado.gov.br/senadores/senador/tiaovian/Publica%C3%A7%C3%B5es/MANUAL%20DO%20VEREADOR\\_Texto.pdf](http://www.senado.gov.br/senadores/senador/tiaovian/Publica%C3%A7%C3%B5es/MANUAL%20DO%20VEREADOR_Texto.pdf), acesso em 15/02/2011.
- D'ÁVILA Filho, P. apud KERBAUY, M. T. M. As Câmaras Municipais Brasileiras. Opinião Pública, Campinas, Vol XI, nr 2, Outubro, 2005, p. 337 – 365.
- D'AVILA F., Paulo M. Assimetria e trocas políticas locais: apontamentos preliminares de uma pesquisa sobre produção legislativa e dinâmica política municipal. Revista Desigualdade e Diversidade. Puc-Rio. Rio de Janeiro. N° 2. Jan./jul. 2008.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Censo 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>. Acesso em: 25 mar. 2011.
- KERBAUY, M. T. M. As Câmaras Municipais Brasileiras: Perfil de Carreira e Percepção sobre o Processo Decisório Local. Opinião Pública, Campinas, Vol XI, nr 2, Outubro, 2005, p. 337 – 365.
- LOPEZ, Feliz G. A Política Cotidiana dos Vereadores e as Relações entre Executivo e Legislativo em Âmbito Municipal: O Caso do Município de Araruama. Revista Sociologia Política, Curitiba, 22, jun. 2004, p. 153 – 177.
- RESENDE, Antônio José Calhau De. Autonomia Municipal e Lei Orgânica. Caderno da Escola do Legislativo, Belo Horizonte, v. 10, n. 15, p. 7-42, jan./dez. 2008.
- RIBEIRO, Renato Janine. A Ética na Política. São Paulo: Lazuli Editora, 2006.

## BORDADOS DE CAICÓ: DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

**Daise Cristiane de Medeiros e Gerlúzia de Oliveira Azevedo Alves**

Instituto Federal do Rio Grande do Norte-Campus Caicó  
daysecrys\_22@hotmail.com-gerluzia.azevedo@ifrn.edu.com

### RESUMO

O bordado surgiu há muito tempo, passando por várias transformações, como sua forma, o modo como é feito e outros. O bordado foi introduzido na região seridoense através das mulheres dos colonizadores portugueses entre o fim do séc. XVIII e início do século XIX, sendo o bordado dessas mulheres oriundos da Ilha da Madeira. Ao decorrer dos anos o bordado em nossa região obteve maior alcance, mas foi na década de 70 que o bordado seridoense passou a ser reconhecido nacionalmente e internacionalmente, com o apoio do SEBRAE, a partir desse reconhecimento foram criadas associações que apoiassem o desenvolvimento do bordado, no ano de 1998, foi feito um programa de qualificação profissional iniciado pelo movimento estadual de integração e orientação social (MEIOS), tendo como objetivo gerar uma alternativa de renda para as mulheres, especialmente as que residiam na zona rural. Essa pesquisa tem como objetivo conhecer a história do bordado em Caicó, observar o desenvolvimento do bordado na cidade, observar os tipos de investimentos voltados para essa atividade, levando em consideração seu desenvolvimento em geral, pois a região do Seridó, tem Caicó como uma grande produtora de bordados, chega até a carregar o título de “terra dos bordados, obtendo esse título por seus bordados serem de grande qualidade e também por suas formas e cores retratarem a fauna e a flora da região. O bordado caicoense é uma representação da vida cotidiana das bordadeiras, da criatividade, da paciência, emoções e disciplina e tem grande importância para a cidade e também para municípios circunvizinhos. Essa atividade já faz parte da economia regional, o que implica em mais investimentos, um maior desenvolvimento, mas alguns fatores são prejudiciais para esse desenvolvimento como a comercialização, capital de giro, dificuldade em divulgar o produto, e o custo do capital para aquisição de equipamentos.

**Palavras-chave:** Bordado, Sustentabilidade, Desenvolvimento.

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade de bordar é muito expressiva na região do Seridó, principalmente na cidade de Caicó, que leva o título de “terra dos bordados”, uma atividade inicialmente colocada através de projetos que tinham como objetivo levar uma renda principalmente para as mulheres da zona rural, assim ao decorrer dos anos o bordado alcançou um grande desenvolvimento por toda região, sendo de grande influência em muitas partes da região e até do mundo.

É revelada a partir de indicadores como o vasto contingente populacional, majoritariamente feminino, envolvido na atividade do bordado; a aquisição local e a um custo relativamente baixo, se comparado a outras atividades, do principal equipamento fixo utilizado no bordado - a máquina de costura/bordado (em média R\$500,00 a doméstica/simples e R\$ 1.300,00 a industrial); o uso da mão-de-obra local na manutenção de milhares de máquinas de bordar existentes no APL (mecânicos), bem como a possibilidade potencial de incorporar um contingente cada vez maior de pessoas nessa atividade.

Vários estudos já foram feitos visando os clusters em Caicó, que buscam o desenvolvimento empresarial do bordado. O bordado é considerado o pilar do desenvolvimento regional sustentável. ““ Em 1975 foi criada a ABS (Associação de bordadeiras do Seridó), organizado por Maria Deusa Alves de Medeiros, mas foi na gestão de Maria de Lourdes Dantas que a ABS deu início a comercialização do” bordado de Caicó” em pequenas feiras locais e regionais, futuramente a ABS transformou-se na COBARTS/Cracas, tendo como gestora Arlete Silva Andrade.

O Cracas(O Comitê Regional das Associações e Cooperativas de Artesanato do Seridó) comercializa os bordados de suas cooperadas no complexo de Artesanato Maria Vale Monteiro, com recursos advindos do Banco do Brasil. Segundo a presidente o Cracas as dificuldades em relação a comercialização dos bordados são o custo do capital de giro, dificuldade em divulgar o produto, custo do capital para aquisição de equipamentos, a mesma ressaltou que nos últimos anos a cooperativa vem recebendo apoio fundamental de organismos como SEBRAE, e o Banco do Brasil nos aspectos de promoção de financiamento. O Banco do Brasil atua divulgando os bordados das associadas no Balcão de comércio exterior, sendo registradas as primeiras exportações do bordado para a França.

O Cracas foi de muita importância para o desenvolvimento do bordado na cidade de Caicó, gerando benefícios como a redução de custos nas compras conjuntas de matérias-primas e equipamentos; acesso a mercados por meio da participação em feiras e eventos regionais e nacionais; e otimização de espaço para a realização de cursos, capacitações e consultorias. A primeira participação do Cracas em eventos internacionais foi no ano de 2003, numa importante feira de Portugal chamada Home Textil. Neste mesmo período a produção de artesanato do Seridó estava exposta na França no Espaço Brasil em Paris, também estando presente na feira de Milão. Em agosto a Associação de bordadeiras do Seridó chegou a vender mais de R\$30,00 mil. E no ano de 2006 a associação das bordadeiras do Seridó receberam o prêmio da primeira edição do Top 100 de artesanato, realizado pelo SEBRAE que também foi de grande importância para o desenvolvimento do bordado na cidade e na região.

A consolidação do bordado de Caicó deve-se, aos autores participantes da atividade que, promovem: cursos de capacitação; apoios para participação em feiras e, conseqüentemente, para a comercialização; e a concessão de crédito por parte de organismos financiadores. Também foi criada a aplicação de bordados em blusas, que contribuiu para a expansão dos bordados.

## 2. DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

As etapas da “fabricação” do bordado são divididas em: Riscar; Bordar; Costurar; Lavar; Passar; Embalar; Comercializar. Foi observado pelas autoras Daniely Medeiros; Elisabete Mendes e Elitânia Evangelista, responsáveis pelo artigo “ O atual cenário do cluster de bordado de Caicó: Um estudo de

caso na cooperativa das bordadeiras e artesãos do Seridó”, observaram que geralmente cada uma dessas etapas não são feitas apenas por uma pessoa e nem num mesmo espaço físico, sendo que para elas isso é um fator limitante do desenvolvimento do bordado na cidade e região. Mas creio que esse não é o principal fator limitante, se o processo dessas etapas fossem feitos de forma mais elaborada e fossem gerados mais investimentos voltados para o bordado talvez ocorresse maior desenvolvimento do bordado.

A comercialização do bordado dá-se a partir de feiras, pontos de vendas dentro do próprio cluster, por meio das cooperativas, através de encomendas alavancadas por “empresários do bordado”, existindo também um “site” voltado para a venda dos mesmos para uma variação de pessoas e locais.

No mês de setembro no ano de 2008, foi criada uma incubadora com o objetivo de consolidar a produção de bordados em toda região, sendo concebida pela Faculdade Católica Santa Terezinha, SEBRAE, Banco do Brasil entre outros, tendo sede em Caicó, mas nos últimos anos não foi feita nenhuma manifestação sobre feitos da incubadora.

Em janeiro de 2011, a coordenação da 16ª Feira Internacional de Artesanato (Fiart), homenageou a cidade de Caicó, destinando uma área de 300 metros quadrados, que foi intitulada de “salão dos bordados”, que tinha como objetivo valorizar o bordado, e outros.

Na 28ª edição da FAMUSE (Feira de Artesanato dos Municípios do Seridó), neste ano “todos os stands foram comercializados” para artesãos do Seridó, e outras cidades do RN, e para os estados da Paraíba e Pernambuco, sendo a FAMUSE um grande encontro dos variados tipos de bordado feitos em toda região, cada um com sua forma e cores vibrantes que expressam nossa cultura.

O “comércio” de bordados em Caicó é uma grande força, havendo muitas pessoas que toda sua renda depende da comercialização dos bordados, observei que grande parte dos bordados feitos em Caicó são levados para serem comercializados na capital (Natal), observei também que não há formalidades voltadas para com quem trabalha com os bordados. Existem cursos preparatórios voltados para o bordado, mas muitas bordadeiras aprenderam na própria casa, por ser uma atividade contemporânea, muito praticada em toda região, esses cursos são feitos com intuito de qualificar a mão-de-obra.

Segundo Arlete Andrade, entrevistada, o bordado é uma atividade de grande sustentabilidade para a cidade, mas que o desenvolvimento dessa atividade poderia ser maior se houvesse maiores investimentos e interesse da parte do governo. A associação não tem um espaço que possa abranger a produção de bordados, daí a produção é feita por bordadeiras que se associam ao Cracas, que ajudam nas exposições em outras cidades com seus bordados e uma mensalidade de R\$ 5,00, 5% do dinheiro ganho através da venda dos bordados e o dinheiro das mensalidades são investidos em feiras, na estrutura física da associação e despesas da associação, mas mesmo com essa pequena mensalidade há associadas que não cumprem com esse pequeno investimento em pró a instituição. Arlete também citou que pela falta de maiores investimentos no momento a instituição não tem nenhum projeto ou curso em andamento, mas que em breve pretende revitalizar as atividades da instituição, e obter um espaço que possa abranger todas as etapas de produção das peças de bordado.

Na cidade também há pessoas responsáveis de forma totalmente independente para sua própria comercialização de bordados sem nenhum tipo de benefício por parte do governo, como é o caso de Maria Aparecida que possui uma produção independente, financia todos os materiais desde tecido até a mão-de-obra, vende os bordados e o dinheiro obtido com as vendas ela utiliza para os pagamentos das bordadeiras e para manter a loja que vende os bordados.

### 3. CONCLUSÃO

No decorrer da pesquisa percebemos que o bordado é realmente um produto voltado para a sustentabilidade da cidade de Caicó e da Região do Seridó Norterio-grandense. Identificamos muitos pontos de venda de bordados independentes. A atividade de bordar gera muitos empregos, sendo em alguns casos a renda única de muitas famílias. Essa atividade poderia ter maior desenvolvimento e maior alcance para todo o país e para o mundo, se houvesse maiores investimentos voltados para o bordado, assim haveria maior qualificação, maior produção e a sustentabilidade já existente cresceria consideravelmente.

### REFERÊNCIAS

MEDEIROS, Daniely; MENDES, Elisabete; EVANGELISTA, Elitânia. **O atual cenário dos clusters de Bordados de Caicó: Um estudo de caso na cooperativa das bordadeiras e artesãos do Seridó.**

<http://www.easycoop.com.br/cooperativas/noticias/noticia.asp?id=852>

acessado dia 31/08/2011.

<http://www.robsonpiresxerife.com/blog/notas/feira-internacional-de-artesanato-homenagera-caico/>

acessado dia 31/08/2011.

<http://vcartigosnoticias.blogspot.com/2011/07/famuse-em-caico-mostra-forca-do.html>

acessado dia 31/08/2011.

## CASOS ESPECIFICOS DE ESTRATEGIA E PLANEJAMENTO DE MARKETING DESENVOLVIDOS PELAS VINICOLAS DO VALE DO SÃO FRANCISCO

Santos. S.F<sup>1</sup>; Melo .B.R<sup>2</sup>

(1) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano, BR 235, km 22, Cx. Postal 170, PISNC, Zona Rural, CEP 56302-970, (87)38623800,e-mail: enofranciaele@hotmail.com

(2) e-mail: [rosemarybm@uol.com](mailto:rosemarybm@uol.com)

### RESUMO

O Vale do São Francisco tornou-se a segunda maior região produtora de vinhos finos do Brasil, são varias as potencialidades e oportunidades agrícola e industrial da vitivicultura nessa região. Sendo assim, dada à importância da produção e comercialização de vinhos no Vale do São Francisco, no contexto econômico e social, este estudo visou contribuir com a expansão mercadológica. Ressaltamos que nesse momento foram pesquisadas as vinícolas Miolo (Fazenda Ouro Verde) situada em Casa Nova – Bahia e a vitivinícola São Francisco em Santa Maria da Boa Vista , Vinibrasil (Rio Sol) em Lagoa Grande A pesquisa revelou que apesar das dificuldades apresentadas no segmento de distribuição e consumo dos vinhos da região, ações estratégicas estão sendo desenvolvidas. Destacamos que as participações em eventos, degustações de vinhos em redes supermercadistas e o enoturismo são exemplos dessas ações que vem contribuindo para o fomento do desenvolvimento sustentável da vitivicultura do Vale.

**Palavras-chave:** vinho, mercado, marketing

## INTRODUÇÃO

### Vale do São Francisco

Situado entre Pernambuco e Bahia, o Vale do São Francisco é talvez a mais controversa região de cultivo de uvas *Vitis vinifera*, localizada entre os paralelos 8º e 9º de latitude Sul comparada às outras regiões vitivinícola tradicionais, como as localizadas entre aos paralelos 30º e 45º de latitude Norte como França, Espanha, Alemanha, Itália, Portugal e Estados Unidos com tradição de centenas de anos.

Numa paisagem de caatinga típica do sertão nordestino, a viticultura só foi possível graças à irrigação com água do Rio São Francisco, já que o regime de chuvas é muito escasso. O Vale do São Francisco dispõe de água de boa qualidade, dias ensolarados, existência de terras e solos adequados, devido à existência desse conjunto de fatores propícios a produção de uvas em ciclo contínua é possível elaborar vinhos durante todos os dias do ano, com personalidade própria e conhecida como os vinhos do sol. Com essas características edafoclimáticas, a região tem um potencial de produzir duas safras e meia por ano, dessa forma o Vale tornou-se a segunda maior região produtora de vinhos finos do Brasil, são várias e oportunidades agrícolas e industriais da vitivinicultura nessa região.

Sendo assim dada à importância da produção e comercialização de vinhos no Vale do São Francisco, no contexto econômico e social este trabalho visa contribuir com o promissor desenvolvimento da região..

## METODOLOGIA

O método adotado neste estudo caracteriza-se como qualitativo, via instrumento de coleta de informações estruturadas realizadas através de entrevistas e questionários aplicados junto aos dirigentes das vinícolas Nestas empresas, as pessoas responsáveis das organizações diretamente relacionadas às decisões estratégicas mercadológicas foram submetidas a entrevistas, estas necessárias para a coleta de informações.

O estudo também é classificado como um estudo descritivo. A classificação de método descritivo define-se no momento em que as características de determinado fenômeno são exposto sem, no entanto, o comprometimento de explicação dos fenômenos que descreve embora tal explicação (VERGARA, 1990)

Para elaboração desse trabalho foram exploradas além das fontes primárias as secundárias, através de um amplo levantamento bibliográfico pela internet, jornais e revistas.

## RESULTADOS E DICURSSÕES

### Histórico de produção

#### Vinibrasil

A Vinibrasil é o resultado de uma joint venture entre a expand, importadora e distribuidora de vinhos, a vinícola portuguesa Dão Sul e o grupo Raimundo da Fonte , vitivinícola que já possuía infra estrutura de



cultivo e produção na região do vale, atualmente apenas a Dão sul está no negócio. A empresa dão sul produtora de vinhos, nas cinco regiões demarcadas mais famosas e tradicionais de Portugal, empresa muito forte em Portugal, decide avançar para um novo projeto além das fronteiras, com visão de exportação e querendo torna-se uma empresa internacional, a escolha do Brasil não foi por acaso segundo o presidente da empresa aqui no Brasil João Santos o Brasil é um mercado com grande potencial, de economia estável, e a escolha do nordeste em especial o Vale do São Francisco deve se ao fato da estabilidade climática, pois este se surpreenderam com a região devido ao ciclo contínuo que as vinhas podem ser submetidas, além de ser uma região com boa logística, sendo Petrolina uma cidade com boa estrutura, afirma João Santos “ não viemos atrás de tradição e sim inovação, produzir vinho de qualidade em latitude diferente”.

Assim o projeto nova latitude gerou a marca Rio sol, com a qual a vinícola se coloca no mercado internacional. A vitivinícola tem uma área de 200 ha de vinhas plantadas com as castas Cabernet sauvignon, Syrah, Alicante bouschet entre outras, tem produção verticalizada, a vinícola produz várias linhas de vinho pra atingir todos o público

### **Botticelli**

Localizada as margens do rio São Francisco, no município de Santa Maria da Boa Vista, a vinícola Vale do São Francisco vem ao longo de mais de duas décadas fazendo história na região do vale e no mercado vitivinícola como um dos principais produtores de vinhos finos. Num projeto inovador que trouxe para região as castas mais tradicionais da Europa, em parceria com Embrapa. Franco Pérsico (1921-2005) fundou a fazenda Milano, contando com a colaboração do Empresário Gualberto Almeida, que naquela época foi responsável pela implantação e execução do projeto nesse período. Seu “Franco” como era conhecido começou a produzir uvas de mesa, criando assim um novo pólo de produção de vinhos no nordeste, doze anos depois iniciou se a produção de vinhos finos a partir de dez hectares de uvas viníferas, criando assim a Vinícola Vale do São Francisco, sob a marca Botticelli, atualmente a empresa é administrada pelos empresários Gualberto e Ricardo Almeida Pai e Filho que assumiram a fazenda Milano buscando sempre parceria e investimento em pesquisa com intuito de trazer vinhos de qualidade para o consumidor exigente.

A vinícola detém de uma área total de plantio de 150 hectares de vinhedos próprios, onde são colhidas duzentas toneladas de uvas para a produção de um milhão e meio de vinhos.

### **Miolo**

A Fazenda Ouro verde, projeto da Miolo Wine Group, foi adquirida pela vinícola Miolo e Lovara em 10 de abril de 2001, sua origem está ligada a duas empresas do setor vinícola de Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul. A Vinícola Miolo criou uma nova marca para identificar os produtos elaborados com as uvas da região: Terranova em 2005, as condições da Fazenda Ouro Verde despertaram o interesse da espanhola Osborne maior produtora de Brandy da Espanha e uma das mais respeitadas vinícolas do país, estava atenta ao desenvolvimento dos mercados mundiais e visualizaram no Brasil muitas oportunidades.

A Osborne firmou parceria com Miolo e Lovara para produzir Brandy no Brasil na Ouro Verde. O processo de produção do Brandy na Fazenda Ouro Verde é igual ao da Osborne na Espanha. Atualmente a vinícola Ouro Verde produz 2 milhões de litros por ano, e prevê que até 2012 a implantação de 400 ha e a produção de 3 milhões de litros/ano de espumante pelo método charmat, além de 5 milhões de litro/ano de vinhos finos para Brandy.

Tendo as seguintes variedades cultivada: tintas; Shiraz, Cabernet sauvignon e Tempranillo; Brancas: Chenin blanc, Verdejo, Sauvignon blanc e Moscatéis. A vinícola Ouro Verde produz a linha de vinhos Terranova, Brancos: Chenin blanc, Tintos: Shiraz e Reserve Cabernet sauvignon/Shiraz, vinho de sobremesa Late Harvest e espumantes Moscatel, Brut, Brut Rose, Demi-sec e o Brandy Osborne.

## **ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

### **Importância das ações estratégicas**

O grande problema na comercialização dos vinhos do Vale é a concorrência tanto interna como externa. A oferta é cada vez mais abundante num mercado onde a oferta evoluciona a escolha, conseqüentemente fortes pressões competitivas, enquanto os clientes não conseguem identificar claramente os produtos que lhe propõem os distribuidores, dificultando assim a escolha do cliente em encontrar um vinho que lhe agrade e nesse contexto que as ações estratégicas vem a contribuir. No entanto para que este objetivo seja atendido é necessária a utilização de uma estratégia adequada, é neste ponto que se constata a necessidade de um planejamento estratégico que pode ser definido como um processo gerencial que possibilita ao executivo estabelecer o rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de otimização na relação da empresa com seu ambiente

A definição de estratégia em face da concorrência tem por objetivo posicionar a marca na melhor situação possível para se defender contra as forças da concorrência ou transformar a seu favor. Sendo o marketing estratégico uma atividade orientada pelo longo prazo em que tendo em vista a missão e os objetivos da empresa, são desenvolvidos rumos de ação que garantam a permanência da empresa no mercado através de um portfólio e serviços competitivos, já que o mercado é diferenciado para aqueles que têm marca já conhecida pelos consumidores, além de marca é preciso que o produto esteja dentro das grandes redes de distribuição, tenha qualidade e preço competitivo. A maioria das empresas da região tem marca conhecida e canais de escoamento do produto garantindo tanto no país como no exterior estando nas lojas de grandes redes das capitais do país. No entanto só isso não basta, é preciso uma gestão de marketing responsável, que eduque os consumidores para uma nova cultura do produto e em seu entorno por que o marketing do vinho está associado a marketing territorial e ao marketing turístico, antes de vender uma garrafa, uma técnica de vinificação, promover o vinho é promover uma região, uma história e é nesse contexto que as ações estratégicas são validas por que além da concorrência, a região não tem tradição vitivinícola, tendo o mercado interno concentrado no Sul e Sudeste, apesar deste mercado ser bastante concorrencial é possível encontrar nichos de mercado para o produto regional, sobretudo quando atrelado a grandes redes de distribuição.

### **Ações desenvolvidas**

A Vinibrasil é a vinícola que tem mais representatividade comercial, esta possui várias estratégias comerciais não só para atrair o consumidor local, mas como também toda a região nordeste possuindo apenas em Recife 6 representantes comerciais.

A empresa tem ainda um calendário de eventos, para promover e divulgar seus produtos, datas comemorativas como Páscoa, dias dos pais, reveillon e natal e outras datas, são consideradas pela empresa picos comerciais, montando serviços de degustação em pontos estratégicos, tais como supermercados, Shopping e galerias, para atrair o consumidor. A vinícola ainda patrocina em festas camarotes e áreas vips, a exemplo no carnaval deste ano Segundo André Arruda diretor financeiro da empresa no qual eles patrocinaram no carnaval de Salvador o camarote da Band folia uma importante emissora de TV aberta entre outros espaços importantes.

A empresa tem um projeto de enoturismo bem inovador, que será executado a longo prazo, projeto este que visa a criação de um hotel fazenda com a instalação de bangalôs e um pie já que a vinícola fica as margens do “velho Chico”, assim o visitante poderá ficar hospedado na própria vinícola, e a criação de um restaurante que irá integrar a gastronomia as potencialidades da região.

Hoje em média a vinícola recebe em torno de 600 pessoas por mês, sendo 70% pessoas de fora da região, Podendo até duplicar em períodos de férias e finais de ano.

A Botticelli vem articulando iniciativas diferenciadas e investindo em varias ações estratégicas para atrair o consumidor nordestino.

A empresa vem ampliando sua atuação em redes comuns de supermercados, desenvolvendo em delicatesses degustações, treinamentos e cursos com parcerias para melhor exposição dos vinhos, trabalho personalizado em restaurante, normalmente a empresa fazia apenas degustações em períodos sazonais, resolvendo apostar mais em ações diferenciadas para que o consumidor conheça a marca, para fomentar essas ações vem reforçando ações no setor varejista, como degustações de seus produtos nessas grandes redes, preocupando se um pouco mais com o consumidor, a empresa vem atentando mais para enogastronomia , combinação de pratos e vinhos , com a criação de folder que explica qual o melhor prato para o vinho que o consumidor esta levando.

A Miolo não desenvolve nenhuma estratégia de marketing específica para a região, pois como a empresa é um grupo, a central de marketing localiza-se em Bento Gonçalves, sendo assim o que predomina é o marketing global, o qual é aplicado em todas as empresas que fazem parte do Miolo Wine Group. No entanto a equipe operacional de marketing e vendas da filial que está no Vale do São Francisco, vem desenvolvendo ações estratégicas de promoção e divulgação dos vinhos, visando estimular o consumo e aquecer as vendas dos seus produtos, através da participação em eventos, atuando como parceiros e patrocinadores como por exemplo, a degustação grátis em camarotes e em áreas vips.

Devemos destacar que a Miolo, também, investiu no enoturismo<sup>1</sup> ressaltar a importância do enoturismo, que está inserido no contexto de turismo rural, para a promoção dos vinhos e fomentação de todas as atividades econômicas existentes na cadeia produtiva deste produto na região.

### **Enoturismo como Estratégia de Marketing**

Enoturismo é um segmento da atividade turística que se baseia na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e nas tradições e cultura das localidades que produzem esta bebida.

Além de conhecer a história, cultura e tradições do local, o turista tem a chance de ver o modo de produção da vitivinicultura, com todas as etapas, entendendo o que compõe aquele produto.

O enoturismo brasileiro é jovem como a produção de vinhos no país. Também é recente no Brasil a cultura do vinho, assim como o conhecimento sobre a bebida. Mas assim como o vinho nacional cresce, cresce também o interesse do brasileiro pela história que há dentro de cada garrafa, a vontade de conhecer os locais nos quais é produzido o vinho se intensifica e o vale do São Francisco não é diferente sendo a única região do mundo a produzir vinhos o ano todo, em qualquer época do ano o turista pode vim a essa região e encontrar todos os ciclos vegetativos em uma só estação. essa talvez seja o maior potencial do vale.

A rota do vinho compreende as cidades do estado de Pernambuco e Bahia, começa pelo centro tecnológico da uva e do vinho, que fica na sede da Embrapa semi-árido e recentemente foi inaugurado o laboratório de enologia, onde são realizadas pesquisas para o melhoramento da qualidade e de novas variedades, em Lagoa Grande há a vititeca que é a exposição permanente de 96 variedades de videira produzidas no vale, onde estudantes, técnicos e principalmente turistas podem apreciar e conhecer cada variedade, esta se encontra logo na entrada do parque da uva e do vinho, onde se realiza de dois em dois anos, a Vinhuvafest, feira da uva e do vinho do nordeste, criada em 1999, é hoje um dos principais eventos ligados á uva e vinho do Brasil, responsável direto péla pela promoção e divulgação da região.

Na rota do vinho o visitante pode conhecer o processo produtivo pode degustar e adquirir os vinhos e espumantes, além de conhecer um pouco mais sobre cada cidade e sua história.

---

<sup>1</sup> Enoturismo – pode ser definido como um segmento da atividade turística que se baseia na viagem motivada pela apreciação do sabor e aroma dos vinhos e nas tradições e cultura das localidades que produzem esta bebida, associando os valores culturais aos prazeres gastronômicos e ao paladar dos vinhos.

## CONCLUSÃO

A pesquisa revelou que apesar das dificuldades apresentadas no segmento de distribuição e consumo dos vinhos da região, ações estratégicas estão sendo desenvolvidas. Destacamos que as participações em eventos, degustações de vinhos em redes supermercadistas e o enoturismo são exemplos dessas ações que vem contribuindo para o fomento do desenvolvimento sustentável da vitivinicultura do Vale. A região está apostando no enoturismo como a principal estratégia de marketing para a promoção de dos vinhos produzidos no vale, no entanto, vale ressaltar que , o turismo do vinho não é fincado apenas no vinho e sim nos mais atrativos existentes na região, tais como:a gastronomia( a carne de bode), os banhos e passeios no Rio São Francisco e a fruticultura irrigada. Sendo assim, a estratégia é ampla e abrange todos os segmentos econômicos do Vale do São Francisco.

## REFERÊNCIAS

- CHANDLER,Alfred D.Jr. **Strategy and Structure**. Cambridge: the MIT Press,1062-1962.
- FERREIRA,A.B.H. Dicionário Aurelio Eletronico- Século XXI. Versão 3.0. São Paulo;Editora Nova Ferreira,1999.
- KOTLER,P. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 765p.
- KOTLER,P. **Principios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil,1998.
- KOTLER,P.; FOX,K. F. A..Marketing estratégico para instituições educacionais. São Paulo:atlas,1994.
- MINTZBERG,H.**Opening up the definition of strategy**.In:QUINN,J,B.,MINTZBER, H E JAMES,R.M.The Strategy process;concepts,contexts and cases.Englewood Cliffs, New Jersey:1998.
- TEJON,J.L;XAVIER,Corolano. **Marketing e agronegócio**. São Paulo: Pearson,2009.
- ROUZET,É.;SEGUIN,G: **El Marketing del vino**
- OLIVEIRA, D,P,R. **Planejamento Estrategico: metodologia e pratica**. 4ª ed. São Paulo; Atlas, 1989.

## CLUSTERS E DISTRITOS INDUSTRIAIS COMO ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL

J. N. Melo<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Instituto Federal de Sergipe - Campus Nossa Senhora da Glória  
nilton.melo@ifs.edu.br

### RESUMO

As transformações que o capitalismo vem passando (flexibilização, globalização) têm mudado o foco das políticas de desenvolvimento econômico, que agora passam a priorizar as potencialidades locais e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, que agrupadas espacialmente na forma de clusters ou distritos industriais têm maiores chances de se tornarem mais competitivas nos mercados locais, regionais, nacionais e internacionais. Além disso, outro fato tem merecido grande atenção, trata-se da crescente degradação do meio ambiente, que tem mostrado a necessidade urgente de uma mudança no modo de produção, priorizando ações que conectem o desenvolvimento sócio-econômico com o ambiental, resultando em um desenvolvimento local sustentável. Diante desse contexto, o presente trabalho objetiva estudar a importância dos clusters e dos distritos industriais como indutores do desenvolvimento regional e local, enfatizando-se o resgate histórico e a elucidação dos principais conceitos relacionados ao tema. O presente artigo constitui-se como sendo uma pesquisa qualitativa e bibliográfica, onde foram consultados diversos autores no intuito de descrever as principais características e analisar as principais contribuições dos clusters e dos distritos industriais na promoção do desenvolvimento local..

**Palavras-chave:** Clusters, Distritos Industriais, Desenvolvimento Local Sustentavel

## 1. INTRODUÇÃO

A inserção do paradigma da flexibilidade retrata o atual processo de reestruturação que o capitalismo contemporâneo está vivenciando. Este processo provoca mudanças relevantes na estrutura e na competitividade das organizações. Nesse sentido, os instrumentos tradicionais de promoção do desenvolvimento econômico regional e local, centrados nos incentivos fiscais e financeiros indiscriminados, têm perdido força tanto nos países mais desenvolvidos quanto nos mais atrasados diante da nova dinâmica capitalista, pois não são capazes de gerar um crescimento econômico permanente e sustentável. Sendo assim, as localidades deixaram de ser vistas como meras coadjuvantes para serem protagonistas do processo desenvolvimentista. A exigência agora é que haja intervenções públicas no sentido de dotarem as regiões e as firmas de agilidades, eficiência e flexibilidade para que elas se tornem mais competitiva neste mercado onde a flexibilização é a palavra de ordem. As economias externas locais e as vantagens competitivas de cada região são fatores essenciais para que isso ocorra.

A nova dinâmica capitalista, extremamente influenciada pelo chamado paradigma da flexibilidade, pelas novas tecnologias e pela globalização, tem impulsionado os formuladores de políticas públicas a repensarem as suas estratégias de promoção do desenvolvimento regional e local. A partir dos anos 80 a economia passou por um processo de reestruturação, onde o papel dos governos, das regiões, das firmas e dos indivíduos passou a ser avaliado de modo exponencial (Cassilato e Lastres, 2001; Amaral Filho et al, 2002; Galvão, 2000).

Esta nova dinâmica capitalista tem impulsionado os formuladores de políticas públicas a repensarem as suas estratégias de promoção do desenvolvimento regional e local. Nesse sentido, a partir dos anos 80 a economia passou por um processo de reestruturação, onde o papel dos governos, das regiões, das firmas e dos indivíduos passou a ser avaliado de modo exponencial (Amaral Filho et al, 2002; Galvão, 2000).

Diante deste contexto, é notória a relevância dos sistemas produtivos locais, especificamente os Clusters e os Distritos Industriais, para o desenvolvimento econômico regional e local sustentável, haja vista a importância cada vez mais intensa da relação Global-Local como alternativa de sobrevivência das empresas, que vêm na aglomeração espacial uma forma de conseguir economias externas locais e, portanto, se tornarem mais competitivas no mercado. Para a confecção desse trabalho, foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre os sistemas produtivos locais, especialmente os estudos sobre Clusters e Distritos Industriais, como indutores do desenvolvimento regional e local..

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1 A QUESTÃO DO GLOBAL-LOCAL

O advento da chamada globalização, ora em curso na economia mundial, tende a afetar a competitividade das economias nacionais. No entanto, o conceito de globalização no meio acadêmico ainda é muito genérico e se resume na interface de três fenômenos distintos, a saber: as relações econômicas tradicionais entre nações resultantes do comércio internacional; as atividades de empresas multinacionais em mercados externos; e os mercados financeiros e monetários (Coutinho et al, 1995).

Segundo Diniz (2000), a globalização vem alterando de forma expressiva as estruturas produtivas, as relações técnicas e sócias de produção e os padrões organizacionais e locais. Para ele, a globalização não é simplesmente um aumento da internacionalização, mas trata-se de um processo distinto quanto a sua forma e conteúdo. Não é uma simples

expansão da atuação das grandes corporações em escala mundial e uma mudança nas relações de poder, na criação de cadeias de valor baseadas em novas formas de cooperação e competição, na destruição ou desestruturação das autonomias monetárias nacionais.

O autor comenta ainda que o processo de globalização é heterogêneo, tanto na sua forma quanto nos efeitos, e envolve, de maneira embaraçada e justaposta, variados aspectos sociais, políticos, econômicos e institucionais. Dessa forma, o processo de globalização universaliza mas ao mesmo tempo fragmenta e quebra o espaço mundial, que por sua vez aumenta as desigualdades espaciais. A globalização deve ser vista como um processo altamente contraditório.

Segundo Hirst e Thompson (1998), a economia mundial, que é bastante defendida como globalizada, está longe de ser chamada de global. Ao contrário, pois os fluxos de comércio, investimento e financeiro estão concentrados na Europa, Japão e América do Norte. Para os autores, a globalização, da maneira como é vista pelos seus defensores mais extremados, é um mito, devido basicamente a alguns fatores, a saber:

- 1- Comparativamente ao imperialismo, regime que prevaleceu entre 1870 a 1914, a economia internacional, em alguns aspectos, está menos aberta na atualidade;
- 2- São relativamente raras empresas genuinamente transnacionais, pois a maioria das empresas tem uma forte base nacional e comercializa multinacionalmente;
- 3- Não se percebe na prática uma transferência maciça de investimentos e de empregos dos países avançados para os países em desenvolvimento;
- 4- Há uma concentração de riquezas nos países avançados, basicamente na Europa, Japão e América do Norte;
- 5- Devido ao seu poderio econômico, as grandes potências mundiais exercem pressões de governabilidade sobre os mercados financeiros e outras tendências econômicas.

Além disso, o processo de globalização induz a criação de blocos regionais, como, por exemplo, NAFTA, MERCOSUL, demonstrando uma situação paradoxal: globalização e regionalização como duas forças simultâneas e contraditórias. Desse modo, a chamada globalização não provoca o fim dos Estados-Nação e não significa a destruição das barreiras econômicas, culturais, políticas e sociais entre países e regiões, criando um mundo sem fronteiras geográficas, sem raízes sociais, com uma única moeda e com a dominação tecnológica e econômica das grandes corporações transnacionais (Diniz, 2000).

Nesse sentido, o que se percebe é uma tendência de articulação entre o local e o global, sem a necessária mediação do nacional. Essa tendência, ao invés de provocar a homogeneização dos espaços econômicos nacionais, pode aumentar as diferenças entre as regiões de um mesmo país, aumentando a competição entre as localidades. Dessa forma, aumentam as transferências das negociações capital-trabalho da instância nacional para as localidades, fazendo com que estas se tornem o lugar da regulação e organização institucional, ocasionando um aumento da autonomia financeira das localidades e das políticas locais de promoção do desenvolvimento (Diniz, 2000).

Segundo Cassiolato, Lastres e Szapiro (2002) a globalização é um processo que vem acompanhado da valorização de culturas e estratégias de desenvolvimento local, ou seja, a “glocalização”. Para eles, a “glocalização” deve ser vista como um processo que faz parte do desenvolvimento local, que cria uma ponte entre o local e o global, entre o micro e o macro.



Portanto, saber a importância do local dentro do global e conhecer as especificidades locais são essenciais para a elaboração de estratégias de desenvolvimento regional e local, a exemplo dos sistemas produtivos locais, que serão estudados a partir de agora

## 2.2 CLUSTERS: ORIGEM E EVOLUÇÃO

As mudanças ocorridas no mundo capitalista impulsionaram os formuladores de políticas públicas a priorizarem as estratégias de desenvolvimento regional e local (Cassilato e Lastres, 2001; Amaral Filho et al, 2002; Galvão, 2000), apesar de serem vistas de maneira mais tímida nos países em desenvolvimento e mais intensa nos países desenvolvidos (Amaral Filho et al, 2002). No Brasil, por exemplo, vários Estados e Municípios já adotaram algum tipo de estratégias de desenvolvimento de arranjo ou sistema produtivo local focado nas micro e pequenas empresas (Amaral Filho et al, 2002).

Apesar de existir uma grande diversidade de nomenclaturas de sistemas produtivos locais, este trabalho destacará apenas os Clusters e os Distritos Industriais, que serão objeto de análise nas próximas seções.

A localização espacial das firmas tornou-se objeto intenso de estudos no que tange aos fatores geradores de competitividade do mercado. A localização vista apenas como redutora dos custos dos insumos utilizados na produção deixa de ser relevante, pois o sucesso competitivo das empresas passa a depender de sua disposição geográfica (Visconti, 2001). Sendo assim, os Clusters, entendido como uma concentração setorial e geográfica de empresas, passa a ser importante no debate sobre desenvolvimento regional e local (Garcez, 2000; Visconti, 2001; Galvão, 2000), pois são considerados como um instrumento poderoso tanto para a revitalização de áreas geográficas deprimidas com forte tradição industrial em países desenvolvidos como para o desenvolvimento de nações econômicas atrasadas (Galvão, 2000).

Algumas características são comumente vistas nos Clusters, a saber:

- ü As empresas convivem com externalidades positivas, ou economias externas, derivadas da existência de um grande número de profissionais qualificados que são atraídos para a região onde está o Clusters (Visconti, 2001; Garcez, 2000) e pela presença de fornecedores de matéria prima, máquinas e equipamentos (Visconti, 2001);

- ü A estratégia dominante dos Clusters está muito mais próxima da grande produção flexível, sem, entretanto, demonstrar algum tipo de discriminação pelas micro e pequenas empresas (Amaral Filho, 2002);

- ü Há troca de informações entre as firmas, instituições e indivíduos, possibilitando um conhecimento mútuo (Visconti, 2001);

- ü Presença de uma diversificada infra-estrutura institucional para apoiar as atividades desenvolvidas no Clusters (Visconti, 2001);

- ü Presença de vantagens competitivas coletivas, o que não poderia ser conseguido por uma firma isoladamente (Visconti, 2001).

Além destas características descritas, alguns autores destacam tipos diferentes de clusters. Albuquerque (2000) faz menção de Clusters “verticais” e “horizontais”. O primeiro diz respeito à interação entre uma indústria produtora de bens de consumo com uma indústria produtora de máquinas e equipamentos, estimulando uma interação entre produtores e usuários. Por Clusters horizontais entende-se a concentração de diversas atividades relacionadas numa

mesma localidade, dando às firmas oportunidade de compartilhar os recursos disponíveis de uma região. Exemplos desse tipo de Clusters encontra-se na indústria eletrônica e na produção de automóveis. Aquela representa vantagens aglomerativas devido à concentração de profissionais que podem atuar nas diferentes firmas da localidade, enquanto que na produção de automóveis as vantagens estão nas indústrias produtoras de peças e componentes que são atraídos para a região.

Meyer-Stamer (2000) acrescenta a discussão salientando que nem todo agrupamento de empresas do mesmo ramo é necessariamente um Cluster. Nesse sentido, o autor menciona três tipos de Clusters: Clusters de sobrevivência, fordista e transnacional. O Cluster de sobrevivência pertence ao setor informal da economia e é formado por microempresas de subsistência e apresenta um alto grau de desconfiança entre as empresas, baixo grau de competitividade e de inovação, sendo que a principal medida para aumentar o chamado “market Share” (fatia de mercado) é a política de preços baixos. O Cluster Fordista tem como referência os Distritos Industriais Italianos, que são constituídos em grande parte por micro e pequenas empresas. O Cluster Transnacional é resultado da interação entre atores locais e fornecedores globais, fazendo nascer os Clusters formados por empresas transnacionais que reúnem fabricantes de produtos finais e fornecedores.

### **2.3 OS DISTRITOS INDUSTRIAIS: ESTRATÉGIAS, MODELOS E O PAPEL DAS MPES**

Com a crise do modelo fordista de acumulação, baseado na presença dominante de grandes corporações de produção verticalizada, surge o modelo chamado de acumulação flexível, baseado na produção descentralizada de produção e menos dependente da existência de economias de escala. Este sistema flexível criou oportunidades para o crescimento de pequenas e médias firmas, tanto em regiões industrializadas quanto nas menos desenvolvidas (Galvão, 2000).

Essa mudança no cenário mundial foi percebida na chamada Terceira Itália (região nordeste da Itália) nas décadas de 70 e 80, onde a região experimentou um grande crescimento impulsionado pela concentração de pequenas firmas têxteis, de calçados e movelarias. Enquanto as regiões sul e noroeste do país, locais de grande concentração industrial, apresentavam declínio econômico e dificuldades para adaptar-se à nova estrutura econômica pós-fordista, as pequenas e médias empresas que estavam organizadas sob a forma de distritos industriais conseguiam se adaptar com maior facilidade ao novo sistema flexível de produção (Visconti, 2001).

Os distritos industriais podem ser entendidos como uma aglomeração de um grande número de firmas que são envolvidas em vários estágios na produção de um produto homogêneo (Amaral Filho, 2002). Segundo Garcez (2000), os distritos industriais surgem quando um determinado Cluster começa a se desenvolver além da especialização e da divisão do trabalho entre as firmas, passando a desempenhar formas implícitas e explícitas de colaboração entre os agentes econômicos locais no interior dos distritos, além de desenvolver fortes associações setoriais.

Apesar de Amaral Filho (2002) mencionar que os distritos industriais são aglomerações, Santos, Crocco e Lemos (2002) salientam que existem dois tipos de aglomerações: os distritos industriais marshallianos e os centro-radiais. As aglomerações identificadas como distritos industriais marshallianos são classificadas como organizadas e inovativas. As aglomerações organizadas podem ser entendidas como sendo os sistemas produtivos locais compostos em

sua maioria de pequenas e médias empresas, sendo que estas apresentam uma alta capacidade tecnológica. Além disso, a mão-de-obra neste tipo de aglomeração recebe constantemente treinamentos e a capacidade gerencial tende a se elevar como o passar do tempo. Apesar destas características, a mais marcante é a capacidade de coordenação entre as empresas. Esses fatores tornam as empresas altamente competitivas, podendo concorrer tanto em nível nacional quanto internacional.

As aglomerações inovativas, segundo os autores, são aquelas em que a palavra chave chama-se inovação, assemelhando-se, conceitualmente, aos sistemas locais de inovação. Possuem uma alta capacidade gerencial e de adaptação ao sistema e a mão-de-obra é altamente treinada. As características diferenciadoras desta aglomeração são a capacidade de geração de novos produtos, a flexibilidade e a possibilidade de respostas rápidas às demandas de mercado. Para os autores, toda aglomeração organizada tem potencial para se tornar inovativa.

As aglomerações identificadas como centro-radiais, segundo os autores, se caracterizam pela existência de grandes empresas que atuam como âncoras para a economia regional. Nesta aglomeração, as decisões chaves como design, marketing, comercialização e desenvolvimento tecnológico são centralizadas na empresa âncora, enquanto que as atividades produtivas são descentralizadas para pequenas empresas altamente especializadas. Em geral, este tipo de aglomeração é composto por uma grande empresa que compra de fornecedores, tanto locais como não-locais, e vende para consumidores não-locais, que geralmente são nacionais e/ou internacionais. Outra característica é que a empresa âncora pode não está na localidade e estabelece contatos com fornecedores, concorrentes e clientes localizados fora do arranjo.

Não fazendo distinção entre tipos de distritos industriais, Coro (2002) acrescenta a discussão comentando que os distritos industriais constitui-se em uma saída eficaz para o impasse da produção em massa preconizada na era fordista de produção. Para ele, apesar de não ser a única maneira, os distritos industriais representam uma das formas mais adequadas de organização econômica e social e que mais se adequam à produção pós-fordista.

Em geral, os distritos industriais se caracterizam por:

- ü Enfoque nas pequenas e médias empresas, apesar da tendência das grandes firmas também participarem (Garcez, 2000);
- ü Concentração geográfica e especialização setorial (Visconti, 2001);
- ü Ênfase nas características pós-fordista de produção (Galvão, 2000);
- ü Presença de instituições de treinamento e de capacitação (Garcez, 2000);
- ü Facilidade de acesso ao crédito, colaboração e competição entre firmas e identidade sociocultural (Visconti, 2001).

Para Coro (2002), o entendimento sobre distritos industriais precisa ser feito através de três perspectivas teóricas distintas: o distrito industrial entendido como um sistema evolutivo, cognitivo e autônomo. O distrito industrial entendido como um sistema evolutivo está associado aos processos de mudanças nas estruturas das organizações e do mercado, nas tecnologias e nas relações entre empresas e o ambiente local. O distrito industrial como sistema cognitivo tem como função primária a aprendizagem, decorrente das pressões exercidas pela globalização dos mercados, que dá ênfase ao conhecimento gerado pelas linguagens científica e tecnológica (conhecimento explícito) e saberes práticos contextuais

(conhecimento tácito local). O sistema autônomo representa os sistemas produtivos locais e é representado como ligações de uma rede local, na qual há troca de mercadorias e informações.

Além dos clusters e dos distritos industriais, o Milieu Innovateur (ambiente inovador) constitui-se também em uma forma propulsora do desenvolvimento regional e local. A estratégia do Milieu Innovateur procura fornecer elementos de contribuição para os distritos industriais e fornecer elementos para que outras regiões e locais possam fazer seus próprios projetos de desenvolvimento de maneira planejada, inovadora e sólida. Para esta estratégia dá certo a ênfase na tecnologia é essencial. Sendo assim o Milieu Innovateur diferencia-se do distrito industrial por dá às inovações uma certa autonomia e um papel importante. Apesar disso, as micro e pequenas empresas podem atuar em um ambiente inovador, desde que elas sejam inovadoras (Amaral Filho et all, 2002; Amaral Filho, 2002).

Independente do tipo de aglomeração espacial de empresas, ou do tipo de distrito industrial, uma constatação é evidente: as micro e pequenas empresas (MPEs) são essenciais no processo de desenvolvimento regional e local diante das mudanças recentes do capitalismo. Em virtude disso, elas vêm sendo alvo de atenção por parte dos formuladores de políticas públicas. A relevância das MPEs ocorre num cenário onde privatizações, desregulamentações e terceirização aumentam o número de desempregados. Dessa forma, as MPEs surgem como uma alternativa para combater o desemprego e para se inserir de maneira mais competitiva no processo de globalização, além de serem agentes eficientes de produção, capazes de acelerar o crescimento da economia nacional (Amaral Filho et all, 2002).

A eficácia das MPEs são questionadas devido a incapacidade de geração de economias de escala, feito este que é atribuído às grandes firmas. Entretanto, Amaral Filho et all (2002) comentam que as MPEs podem obter economias de escala especializando-se em uma ou apenas algumas etapas do processo produtivo. Neste caso, a solução seria a formação de um arranjo produtivo local, onde a especialização iria aumentar a escala de produção e iria favorecer a produção compartilhada, que por sua vez estimularia a cooperação. Esse método é eficiente porque quando as MPEs de um determinado espaço geográfico se especializam em tarefas distintas, as condições de complementariedade passam a ser reais, tornando o arranjo produtivo mais eficiente, inovador e competitivo, devido, principalmente, à especialização das tarefas e a complementariedade das firmas.

Segundo Santos, Crocco e Lemos (2002) as vantagens que as MPEs podem alcançar quando agrupadas espacialmente seriam as de conseguir economias de escala acima da capacidade individual de cada empresa, realizar compras em conjunto de diversos insumos que são comuns na produção, realizar marketing conjunto e combinar escalas de produção a fim de atender pedidos de grande porte.

Além disso, a flexibilização e a desburocratização das MPEs contribuem também grandemente para a competitividade dos arranjos produtivos, pois permite respostas mais rápidas e mais adequadas ao ambiente (Teixeira e Barbosa, 2002). Amaral Filho (2002) comenta que esta flexibilização, conhecida como integração horizontal ou desintegração vertical, é decorrente da recente tendência das grandes empresas terceirizarem determinadas funções, que passam a ser desempenhadas por micro e pequenas empresas de maneira especializada, formando os clusters e os distritos industriais. A organização espacial das MPEs diminui a ocorrência de instabilidade e riscos do mercado, devido, principalmente, ao aparecimento de economias externas, visando compensar a carência das MPEs em gerar economias internas. Estas externalidades positivas se manifestam através do mercado de trabalho, financiamento,

desenvolvimento tecnológico, concepção de produtos, comercialização, exportação e distribuição. Desta forma, as MPEs, aliadas às economias externas, passaram a ser estratégias dentro deste novo ambiente de competitividade pós-fordista. Segundo o autor, as economias externas são obtidas não somente por meio de interação e cooperação entre empresas, mas também pela interação entre empresas e instituições de apoio, o ambiente que as cerca ou o próprio território em que as empresas estão instaladas.

Apesar da importância atribuída às MPEs para o desenvolvimento regional e local, alguns fatores inibem a formação e permanência dessas empresas no mercado, como, por exemplo, a carência de financiamentos. Em geral, as MPEs não contam com a ajuda significativa das instituições financeiras para atuar no mercado. É o que comentam Cassiolato, Lastres e Szapiro (2002). Segundo eles, as poupanças pessoais são a principal fonte de capital inicial das empresas, e no estágio inicial de funcionamento, o financiamento bancário é relativamente pouco significativo. O financiamento torna-se fundamental no processo de crescimento e, neste momento, as MPEs encontram alguns entraves, pois os credores exigem garantias, o que acaba dificultando, e sem financiamento as MPEs não crescem. Sendo assim, a sucesso de alguns territórios está intimamente ligado com os financiamentos destinados às MPEs. Nesse quesito, a cooperação entre as MPEs, seja sob a forma de distrito industrial ou outra forma de aglomeração espacial torna-se estratégico, pois juntas as empresas tornam-se mais fortes para negociar financiamentos, insumos e serviços..

### 3. CONCLUSÃO

A inserção das novas tecnologias de base microeletrônica e das novas formas organizacionais apontou para um novo paradigma de organização da produção, no qual a flexibilidade torna-se uma palavra-chave. Nesse novo estágio do sistema capitalista, o papel dos governos, das regiões, das firmas e dos indivíduos passou a ser avaliado de modo exponencial (Amaral Filho et al, 2002; Galvão, 2000).

Nesse sentido, e diante do que foi exposto neste trabalho, os chamados clusters e os distritos industriais se configuram como estratégias eficazes de desenvolvimento regional e local, visto que a aglomeração de firmas, espacialmente concentradas e setorialmente especializadas, tem na atual conjuntura econômica mais chance de dar competitividade às empresas envolvidas. Isto ocorre porque as empresas, ao invés de atuarem de forma isolada, se agrupam e com isso se tornam mais competitivas no mercado (Cassilato e Lastres, 2001; Amaral Filho et al, 2002; Galvão, 2000; Visconti, 2001; Garcez, 2000).

Quando se trata de distritos industriais, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) têm um papel extremamente relevante se estiverem agrupadas espacialmente, pois isoladamente as MPEs não conseguem economias de escala, o que não acontece quando estas se especializam em uma ou apenas algumas etapas do processo produtivo. Além disso, há a possibilidade das MPEs conseguirem economias externas oriundas da aglomeração das firmas, que passam a compartilhar das vantagens competitivas daquela região..

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta. Análise da Performance Produtiva e Tecnológica dos Clusters Industriais na Economia Brasileira. Nova Técnica nº 28/00. Disponível em <<http://www.race.nuca.ie.ufrj.br>>, acesso em setembro de 2011.

AMARAL FILHO, Jair do, AMORIM, Mônica, ROCHA, Glauter, RABELO, Dauane, MOREIRA, Maria Vilma C., ARAÚJO, Miriam Rebouças de, SCIPIÃO, Tatiana. Núcleos e Arranjos Produtivos Locais: Casos do Ceará. Texto apresentado no Seminário Internacional Políticas para Sistemas Produtivos Locais de MPME, realizado em Mangaratiba, Rio de Janeiro:2002.

AMARAL FILHO, Jair do. O Negócio é Ser Pequeno, Mas em Grupo. In: Desenvolvimento em Debate, BNDES: 2002.

CASSIOLATO, José E., LASTRES, Helena M. M., SZAPIRO, Marina (2000). Arranjos e Sistemas Produtivos Locais e Proposições de Políticas de Desenvolvimento Industrial e Tecnológico. Disponível em <<http://www.redesist.ie.ufrj.br/>>, acesso em setembro de 2011.

COUTINHO, Luciano. A terceira revolução industrial e tecnológica: as grandes tendências de mudanças. Economia e Sociedade, v.1, I.E./Unicamp, Campinas, SP: 1992.

COUTINHO, Luciano, CASSIOLATO, José Eduardo, SILVA, Ana Lúcia G. da (Coords). Telecomunicações, Globalização e Competitividade. Campinas, SP: Papirus, 1995.

CORO, Giancarlo. Distritos e Sistemas de Pequena Empresa na Transição. In: André Urani, Giuseppe Cocco, Alexander Patez Galvão (Orgs). Empresários e Empregos nos novos Territórios Produtivos: O Caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002.

DINIZ, Clélio Campolina (2000). Global-Local: Interdependência e Desigualdades ou Notas para uma Política Tecnológica e industrial Regionalizada no Brasil. Nota Técnica 9. Disponível em <<http://www.race.nuca.ie.ufrj.br>> acesso em setembro de 2011.

GALVÃO, Olímpio J. de Arroxelas. 'Clusters' e Distritos Industriais: Estudos de Casos em Países Selecionados e implicações de políticas. Planejamento e Políticas Públicas, nº 21, jun, 2000, p. 3-49.

GARCEZ, Cristiane M. D'Avila. Sistemas Locais de Inovação na Economia do Aprendizado: Uma Abordagem Conceitual. Revista do BNDES, v. 7, n. 14, dez, 2000, p. 351-366.

HIRST, Paul e THOMPSON, Grahame. Globalização em Questão. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, p. 13-39.

MEYER-STAMER, J. Estratégias de desenvolvimento local e regional: clusters, política de localização e competitividade sistêmica. FES/ILDES, 2000. (Policy Paper nº 28).

SANTOS, Fabiana, CROCCO, Marco, LEMOS, Mauro B. Arranjos e Sistemas Produtivos Locais em Espaços Industriais Periféricos. Revista Economia Contemporânea, nº 6(2), 2002, p. 119-146.

TEIXEIRA, Rivanda Meira e BARBOSA, Jenny Dantas. Pequenas e Médias Indústrias de Sergipe: Diagnóstico de Gestão. Aracaju: SEBRAE, 2002.

VISCONTI, Gabriel Rangel (2001). Arranjos Cooperativos e o novo Paradigma Tecnoeconômico. Revista do BNDES, v. 8, nº 16, dez, 2001, p. 317-344.

## FORMAÇÃO DE AGENTES DIVULGADORES DE TÉCNICAS DE PRODUÇÃO DE MUDAS DE PLANTAS ORNAMENTAIS COMO NOVA BASE DE ATIVIDADE ECONÔMICA PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

S. H. Dorner<sup>1</sup> e N. M. S. Nunes<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal do Maranhão - Campus Pinheiro  
stefan.doerner@ifma.edu.br – asnayarasa@hotmail.com

### RESUMO

Este trabalho visa à formação de agentes divulgadores de técnicas de produção de mudas e plantas ornamentais. A intenção do projeto não é somente ensinar as técnicas de propagação de plantas para a agricultura familiar com o intuito de produzir plantas ornamentais. Pretende-se também diversificar a produção de mudas para outros fins como o reflorestamento, a medicina, a alimentação, os repelentes, os biocombustíveis e outros. Como o trabalho inclui as comunidades da região, espera-se também desenvolver maior consciência ambiental, através de medidas como a arborização das cidades e a utilização de compostagem para a redução dos resíduos sólidos, já que mais de 60% dos resíduos sólidos no Brasil correspondem à matéria orgânica. Inicialmente, foi realizado um seletivo entre os alunos do curso Técnico em Agronegócio do IFMA – Campus Pinheiro. Após o levantamento da bibliografia e aquisição de conhecimentos básicos sobre a matéria, partiu-se para a coleta de matrizes a fim de praticar a propagação de plantas aptas à região e com interesse para a produção comercial. É importante ressaltar que todas as matrizes em forma de sementes, estacas ou de touceiras foram coletadas sem custo algum para a Instituição ou as partes envolvidas. O mesmo ocorreu com materiais, como jarros ou outro, que foram usados para o plantio de mudas. Todos os alunos do curso participaram e produziram as primeiras mudas. A multiplicação das matrizes acontece de forma rápida e com crescimento elevado, pois de cada matriz produzida, são obtidas várias outras matrizes, que, por sua vez se multiplicam novamente. Todas as espécies são catalogadas para determinar os ciclos produtivos que serão utilizados posteriormente na implementação de outros projetos para a comunidade. Os primeiros resultados são estimulantes, já que em poucos meses, a quantidade de matrizes cresceu rapidamente, incluindo um aumento considerável do porte das plantas. Outro aspecto positivo foi o grande interesse da população para o projeto. A comunidade contribuiu com matrizes que ainda não possuíamos no nosso viveiro.

**Palavras-chave:** agricultura familiar, agentes multiplicadores, produção de mudas ornamentais

## 1. INTRODUÇÃO

A colonização brasileira sempre esteve voltada a produção de matéria prima e até hoje algumas atividades agrícolas ainda são responsáveis por grande parte da economia das populações.

Certo de que esse quadro não se afasta do panorama da região Nordeste do Brasil, ainda assim, considerando a história da colonização na Baixada Maranhense ligada às atividades primárias iniciada pelos jesuítas, é possível afirmar que hoje grande parte da população de Pinheiro - MA ainda mantém-se economicamente das atividades ligadas à terra. Atualmente, a cidade de Pinheiro possui uma população de aproximadamente 77.000 habitantes e, no setor primário, existem atividades tradicionais de geração de renda na base da agricultura familiar, como a pesca, o extrativismo e a agropecuária.

No Maranhão, tradicionalmente, projetos para o desenvolvimento da agricultura familiar se direcionam para atividades como a horticultura (sem a parte da floricultura), a pecuária e a pesca. Recentemente, nota-se uma atenção maior referente ao cultivo de plantas ornamentais como alternativa econômica viável para a agricultura familiar.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A gestão na agricultura familiar é exercida pelos proprietários e o trabalho é predominantemente familiar. Geralmente, o capital pertence à família e os membros vivem no próprio estabelecimento. A inadequação de políticas públicas, transferência de tecnologias não compatíveis com as necessidades locais e dificuldades de comercialização são apontadas como os maiores problemas da agricultura familiar (FERNANDES, 2009).

Uma alternativa interessante para a diversificação da agricultura familiar consiste na produção de plantas ornamentais para jardinagem e paisagismo. Em várias regiões do Brasil vem se desenvolvendo projetos para tal objetivo (AREND, 2010).

Segundo Kämpf (2005), plantas ornamentais cumprem o papel de enfeitar o ambiente, porém, a definição de que pode ser considerado para embelezar é muito subjetivo e relativo. A autora destaca que somente uma planta em bom estado, ou seja, saudável pode cumprir este papel.

Conforme a previsão do presidente da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais no Ceará, Renato Opitz, o setor de plantas e flores ornamentais no Brasil esperava um faturamento de R\$ 825 milhões para 2010, 10% a mais do que em 2009. Se observarmos o Estado do Ceará notamos que ele é o segundo maior produtor de flores e plantas ornamentais no Brasil. Atualmente, emprega mais de 15.000 pessoas (INSTITUTO AGROPOLOS DO CEARÁ, 2010).

No Maranhão, a produção e a comercialização de plantas ornamentais ainda são pouco divulgadas. O setor apresenta grande potencial de crescimento e geração de renda para a população rural maranhense. Em agosto de 2010, o Governo do Estado do Maranhão criou a Câmara Setorial de Floricultura com o intuito de fortalecer o setor. Na Ilha de São Luís - MA, existem 54 famílias na produção e comercialização de plantas ornamentais, empregando em média de três a quatro pessoas por unidade (SAGRIMA, 2010). Estes fatos demonstram que já existem condições favoráveis ao desenvolvimento desta atividade em outras regiões do Maranhão.

Certos de que a função social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA) passa pela contribuição à qualidade de vida, empregabilidade e respeito ao meio ambiente, justifica-se a formação de agentes divulgadores de técnicas de produção de mudas e plantas ornamentais no Campus Pinheiro, obtendo condições favoráveis para dar início a um projeto de desenvolvimento sustentável para a região. A produção e a comercialização de plantas ornamentais são realizadas durante o ano inteiro, com pouca dependência de fatores climáticos, como é de costume na



agricultura familiar. Além de geração de renda e emprego, há outros aspectos importantes, como a conscientização social, ambiental e turística (KÄMPF, 2005).

O cultivo de plantas ornamentais permitirá proximidade da população com a natureza. As técnicas transmitidas de uso econômico de água conscientizarão as pessoas na utilização deste recurso natural em outras áreas, como, por exemplo, na própria residência. Certamente, mais competências serão promovidas, como uma maior preocupação, a exemplo, com a poluição ambiental, suas possíveis conseqüências e como reduzi-la.

Outra questão é quanto à promoção de consciência para o paisagismo na cidade. A arborização de diversas áreas criará um micro clima mais favorável com maiores áreas de sombra e melhor qualidade de ar para a cidade. Adicionalmente, o zoneamento com plantas ornamentais permitirá um visual mais atrativo da cidade, permitindo não somente uma melhoria da qualidade de vida da população, mas também um possível aumento da atratividade turística da região.

Nesses termos reafirmamos a Concepção e Diretrizes do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia quando trata Da relação entre o Desenvolvimento Local e Regional e os Institutos Federais destaca que:

A comunicação entre os Institutos Federais e seu território torna-se imprescindível na definição de rumos a serem construídos a partir de uma concepção endógena, sob o ponto de vista de projetos locais. Por outro lado, a proposta traz em seu bojo não o autoritarismo de implantação e implementação, mas a crença de que, ao entrar em contato com a cultura de um território, ela se altera a partir do processo interativo instaurado (BRASIL, 2008. p.25.).

Diante de tudo que foi posto, a presente proposta atende a preocupação pessoal e profissional de possibilitar a capacitação de agentes multiplicadores da comunidade de Pinheiro e região e indicar uma possível alternativa economicamente viável para a Agricultura Familiar.

### 3. OBJETIVO

#### 3.1 Objetivo geral

O projeto visa fornecer informações e técnicas de produção e propagação de mudas e plantas ornamentais. As técnicas não se referem somente ao domínio da multiplicação de mudas e plantas ornamentais em si, mas também à organização e administração de um viveiro conforme seus ciclos produtivos.

#### 3.2 Objetivos específicos

- Construir uma base teórica e prática para a produção de mudas e plantas ornamentais no município e nas regiões adjacentes.
- Formar agentes multiplicadores para a região.
- Mostrar possíveis alternativas economicamente viáveis para a agricultura familiar na região.
- Fortalecer o Arranjo Produtivo Local (APL) de Pinheiro.

### 4. METODOLOGIA

O trabalho começou com uma ampla pesquisa bibliográfica para obter a maior fundamentação teórica possível. Estas consultas continuam ao longo do projeto. Paralelamente, estão sendo contatadas instituições de pesquisa e empresas privadas que fornecem informações úteis sobre a produção de mudas e plantas ornamentais.

Em seguida, foram escolhidas diversas espécies de mudas e plantas ornamentais de maior aptidão à região e para efetuar e ensinar as diversas técnicas de propagação para a produção em viveiro.

Os alunos do curso Técnico em Agronegócio receberam sementes e mudas para ajudar na rápida multiplicação das matrizes adquiridas. Após certo período de crescimento, os alunos devolveram as mudas em crescimento avançado para o viveiro.

Atualmente, as espécies escolhidas estão sendo catalogadas. Esta catalogação refere-se aos seus ciclos produtivos, adubação e tratamento profilático contra doenças. Esta fase está sendo executada numa área aberta. Está previsto transferir as mudas para uma área protegida assim que a estrutura de viveiro estiver disponível no Campus Pinheiro.

Utiliza-se como técnicas a documentação em tabelas e fichas, como também a inserção de fotos, servindo de material didático de grande valor.

Assim que forem concluídas todas as fases do ciclo produtivo, estes conhecimentos serão divulgados pelo multiplicador para a população interessada em palestras e mini-cursos.

### 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A catalogação dos resultados encontra-se em andamento, destacando que as primeiras fases de propagação de mudas já se encontram documentadas. Entre as diversas formas de propagação de mudas citam-se a propagação por sementes, a estaquia, a divisão de touceiras e a mergulhia, entre outras (KÄMPF, 2002).

Para a maioria das espécies de palmeiras (*arecaceae*) aplica-se a multiplicação de sementes. A foto abaixo mostra uma das palmeiras das quais foram coletadas sementes maduras, facilmente identificáveis pela coloração, extraídas as polpas e colocadas em água por 10 dias, com renovação diária de água.



**Figura 1 – Sementes de palmeira (tipo carnaúba)**

Após este período, o material recolhido é semeado em bandejas e mantido em ambiente úmido e sombreado. As sementes nascem num período entre 30 a 90 dias, dependendo da espécie colhida.



**Figura 2 – Palmeira Jerivá com 60 dias**

Foram desenvolvidas diversas mudas de palmeiras, conforme a foto abaixo, que mostra somente uma parte do material produzido. Após a evolução da terceira folha, foi realizada uma aplicação de adubo para acelerar o crescimento. As palmeiras são importantes plantas na arborização de jardins privados e praças e avenidas públicas. Por isto, este trabalho visa principalmente ao desenvolvimento de mudas de palmeiras, como possuem fácil manuseio, alta rentabilidade e grande demanda de mercado, tanto privado como público. No Maranhão, muitas palmeiras ainda são produzidas no Sudeste e transportadas para os mercados nordestinos. O APL de Pinheiro dispõe de grande potencial para atender mercados consumidores privados e públicos do Pará e do Maranhão.

Os experimentos com árvores nativas estão sendo feitos numa escala inferior, porém, pretende-se ampliá-los na época de chuva, pois requerem áreas maiores. Mesmo assim, os resultados surpreenderam positivamente e aparentemente, a produção de espécies nativas não apresenta problemas maiores do que outras espécies de plantas ornamentais.

Em um destes testes, semeamos três sementes de andiroba, porém, somente uma semente desenvolveu. A andiroba se mostrou uma árvore de rápido crescimento e alcançou uma altura de 35 cm após três meses. Recentemente, conseguimos outras sementes e estamos no aguardo do resultado.



**Figura 3 – Muda de Andiroba**

Outro tipo de multiplicação de mudas é a estaquia, que foi aplicada para as dracenas e os coqueiros-de-vênus. As plantas possuem uma grande capacidade de adaptação com enraizamento de 100%. O coqueiro-de-vênus é uma planta muito utilizada para forragem devido a sua cor intensa e grande resistência a secas e pragas.



**Figura 4 – Coqueiro-de-vênus: multiplicação por estaquia**

Como não havia orçamento disponível para a execução do projeto, tentou-se usar material alternativo para não atrasar a pesquisa. Uma grande quantidade de embalagens, como caixas de leite, saquinhos de feijão ou de outros alimentos e garrafas pet, foi empregada no projeto, conforme a foto abaixo. Isto ajuda muito na criação de uma maior consciência ambiental e contribui para a diminuição de resíduos sólidos.



**Figura 5 – Mudas em jarros a base de resíduos sólidos**

Outras mudas testadas foram: abacate, agave, ata, bromélia, flamboyant, ingá e pau-brasil. Não havia muito sentido em testar muitas espécies ao mesmo tempo, isto será feito em estágios posteriores do projeto e com a instalação do viveiro protegido, terá um grande apoio.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Concluimos que a formação de agentes divulgadores de técnicas de produção de mudas de plantas ornamentais é uma importante ferramenta para a instalação de um APL em Pinheiro – MA. Existe uma grande faceta de diversificação do APL, não somente para a produção de plantas ornamentais na área de paisagismo, mas também para outros fins.

A produção de mudas de espécies nativas do Maranhão servirá para o reflorestamento da mata ciliar de muitos rios maranhenses castigados pelo desmatamento. Podemos imaginar os efeitos consideráveis sobre a reposição dos recursos hídricos das bacias maranhenses.

Citamos também a produção de alimentos, de ervas medicinais, de biocombustíveis e de plantas com efeito de repelente, como a árvore Nim. E não devemos esquecer o potencial de árvores para a extração de madeira, utilizando técnicas de manejo sustentável de florestas tropicais.

Ao apresentar os resultados para a comunidade, será necessário um acompanhamento por profissionais de outras áreas, como sociólogos, historiadores, economistas e administradores de empresas. Certamente, esta parte representará um grande desafio para a nossa equipe. De qualquer forma, o acompanhamento e a assistência técnica deste projeto são de fundamental importância, já que muitos projetos do poder público são implantados com entusiasmo, porém, após certo período de funcionamento, sofrem com a falta de assistência e resultam em abandono e fracasso.

Finalizamos com outras alternativas de atividades da Agricultura Familiar que não se baseiam somente na produção de plantas ornamentais e outras, mas também nas atividades ligadas a estas. Imaginemos as atividades de arranjos florais, a venda de acessórios para a jardinagem e o paisagismo. Exemplos no Brasil já existem, basta um trabalho concentrado para alcançar estes objetivos. Os primeiros resultados deixaram a equipe muito otimista.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Massilon J. **Fundamentos de agronegócios**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- AREND, Silvio Cezar. LANGE, Anelise Kern. **Plantas ornamentais para paisagismo**: Estudo de caso em municípios do Rio Grande do Sul – Brasil. Grupo de pesquisa: Agricultura familiar e ruralidade. UNISC, Santa Cruz do Sul-RS. Trabalho apresentado em 25 a 28 de junho 2010 no 48º congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/889.pdf>. Acesso em: 15/11/2010.
- BARBOSA, José Geraldo. LOPES, Luiz Carlos. **Propagação de plantas ornamentais**. Viçosa: UFV, 2007.
- BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. **Concepção e diretrizes**. Junho de 2008.
- FAVARETO, Arilson. **Paradigmas do desenvolvimento rural em questão**. São Paulo: Iglu: FAPESP, 2007.
- FERNANDES, Ângela Ester Borges. **O perfil da agricultura familiar brasileira**. Disponível em: <http://www.webartigos.com/articles/16496/1/O-PERFIL-DA-AGRICULTURA-FAMILIAR-BRASILEIRA/pagina.1.html>. Acesso em: 14/11/2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- INSTITUTO AGROPOLOS DO CEARÁ. **Setor de flores e plantas ornamentais espera crescimento de 10% em 2010**. Disponível em: <http://www.institutoagropolos.org.br/blog/editorias/categoria/noticias/setor-de-flores-e-plantas-ornamentais-espera-crescimento-de-10-em-2010>. Acesso em: 9/11/2010.
- KÄMPF, Atelene Normann. **Produção comercial de plantas ornamentais**. Guaíba: Agrolivros, 2005.
- LORENZI, Harri. NOBLICK, Larry. KAHN, Francis, FERREIRA, Evandro. **Areaceae** (palmeiras). Nova Odessa, SP: Instituto Plantarum, 2010.
- \_\_\_\_\_. SOUZA, Hermes Moreira de. **Plantas ornamentais no Brasil, arbustivas, herbáceas e trepadeiras**. 4. ed. Nova Odessa, SP: Instituto Plantarum, 2008.
- NEVES, Marcos Fava. CASTRO, Luciano Thomé e (Organizadores). **Agricultura integrada: inserindo pequenos produtores de maneira sustentável em modernas cadeias produtivas**. São Paulo: Atlas, 2010.
- SAGRIMA - Secretaria de Agricultura, Pecuária e Pesca do Estado do Maranhão. **Sagrima cria Câmara Setorial de Floricultura**. Disponível em: <http://www.ma.gov.br/agencia/noticia.php?id=11213>. Acesso em: 9/11/2010.
- SARTÓRIO, Celso Trindade [e outros]. **Cultivo orgânico de plantas medicinais**. Viçosa, MG: Aprenda Fácil, 2000.
- SILVA. Christian Luiz da. LIMA, José Edmilson de Souza (organizadores). **Políticas públicas e indicadores para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo:Saraiva, 2010.

## GESTÃO DE CUSTOS NO SETOR PÚBLICO: UMA ANÁLISE DA GESTÃO DE CUSTOS NO INSTITUTO FEDERAL DO PARÁ-*CAMPUS* ABAETETUBA

A. S. Leite<sup>1</sup>, Y. R. S. Monteiro<sup>2</sup>, A. C. Corrêa<sup>3</sup>, T. M. S. Tavares<sup>4</sup> e M. R. P. Silva<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

alegria1717@yahoo.com.br; yedaraquelmont@yahoo.com.br; alessand22@yahoo.com.br;

thaisatavares@yahoo.com.br; marcos.gestorpublico@gmail.com

### RESUMO

O atual modelo da gestão pública brasileira enfatiza a melhoria no desempenho, para que os recursos e as ações da administração pública tenham como diretriz principal a busca por resultados. Neste sentido, torna-se necessário o alinhamento dos sistemas de informações atrelado à importância da apuração de custos para o gerenciamento adequado dos recursos disponíveis às instituições, fazendo com que as instituições públicas busquem uma análise mais adequada, que auxiliem no processo de tomada de decisão, tornando a alocação de recursos mais eficiente, eficaz, efetiva e observando o princípio da economicidade. Sob esta realidade, o presente trabalho tem por finalidade mensurar o custo do ensino prestado, em um Instituto Federal, ocorrido no exercício de 2010, utilizando a metodologia do sistema de custeio de absorção, por meio de um estudo de caso em que o Instituto Federal do Pará (IFPA)- *campus* Abaetetuba foi o objeto de tal análise; além de apresentar a trajetória da gestão pública brasileira e sua imbricação com a gestão de custos por meio de análise bibliográfica e iconográfica, segregar os custos de ensino dos demais custos, apontar os elementos que compõem o custo de cada curso e verificar a aplicabilidade da gestão de custos em uma instituição de ensino, pesquisa e extensão. Para tanto, separou-se as unidades da instituição que se dedicam diretamente a oferecer o produto ensino, das unidades que lhe dão suporte. A partir de então, procedeu-se a apuração dos custos relacionados de maneira direta a unidade pedagógica (custos diretos), a apuração dos centros administrativos (custos indiretos) onde se procedeu mediante critério de rateio objetivando alocar de maneira mais precisa possível o custo de cada curso ofertado à sociedade pelo IFPA- Abaetetuba, no exercício de 2010; e somado a estes dois tipos de custos, a mensuração das despesas. Neste desiderato, no ano de 2010, os custos totais do ensino no instituto totalizaram 3.682.983,83 sendo 79% representado custos diretos relacionados ao ensino e 21% custos indiretos e a média do valor hora/aula pagas a cada professor, no ano de 2010, ficou na média de R\$ 25,20.

**Palavras-chave:** Custos, Gestão, IFPA- Abaetetuba e Custeio de Absorção.

## 1. INTRODUÇÃO

A administração pública brasileira passa por avanços e mudanças no que tange a sua gestão. Neste sentido, Christiansen e Mellick (1993) destacam que a informação de custos é fator crítico para o sucesso do planejamento, orçamento, controle operacional e tomada de decisões estratégicas. Mauss (2008) afirma ser tal informação base principal para a gestão pública. Desta maneira, a gestão de custos é de fundamental importância, pois é um instrumento utilizado para medir os resultados, quanto à eficiência, eficácia, efetividade e economicidade, subsidiando o gestor com informações físicas, financeiras e econômicas para fundamentar as decisões estratégicas e táticas, além de demonstrar o andamento da gestão dos órgãos para os usuários internos e externos (entendido como a sociedade).

No setor público, toda ação deve estar respaldada por legislação, em que o agente público só pode fazer o que a lei explicitamente lhe autorizar. Assim, a Lei nº 4.320/64 estabelece normas gerais de direito financeiro para a elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal. Ainda sobre a observância à legislação, a Constituição Federal de 1988 exige controle interno voltado para a avaliação de resultados, incluindo aspectos relacionados com a eficiência e eficácia, além de exigir a fiscalização exercida também pelo controle externo, contábil, financeiro, patrimonial e operacional. A Lei de Responsabilidade Fiscal tem a finalidade de disciplinar a gestão dos recursos públicos, tendo como propósito a ação planejada e transparente funcionando como um instrumento para prevenir os riscos e corrigir anormalidade capazes de afetar o equilíbrio das contas.

Por determinação do Tribunal de Contas da União, através da Decisão Plenária nº 408/2002, as instituições Federais de Ensino Superior devem incluir no relatório de gestão os indicadores anuais de custo corrente por aluno, relação aluno/professor, dentre outros. Tal determinação objetiva analisar a gestão da educação superior nacional e comparar as instituições de educação do país.

Considerando o conceito de custo como o sacrifício de recursos para obtenção de um objeto segundo Datar *et al* 2000 e Maher, 2001; e sendo este objeto o ensino prestado pelo Instituto Federal do Pará (IFPA) *campus* Abaetetuba, têm-se dois prismas: o custo para o indivíduo (sendo o sacrifício de recursos que o aluno tem para frequentar o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Estado do Pará (IFPA) *campus* Abaetetuba., como transporte, livros, etc.) e o custo para a instituição (sendo o sacrifício que a sociedade arca, através do pagamento de tributos, para que o IFPA -Abaetetuba forneça o produto ensino à população). Assim sendo, o foco do trabalho esta pautado no custo do ensino do IFPA *campus* Abaetetuba, que é composto do custo para o indivíduo, somado ao do custo da instituição em que representa o sacrifício total para obtenção do ensino prestado. No IFPA – Abaetetuba, ainda não foi criado um modelo de avaliação da gestão de custos que sirva para auxiliar os gestores nas tomadas de decisões. Burton (2000) ressalta que muitos cursos são administrados ignorando as implicações do custo nas decisões tomadas, constituindo um estilo de gerenciamento cuja eficiência deve ser questionada pela alta administração das instituições. Desta maneira, neste trabalho utilizou-se técnicas de pesquisa qualitativa que permitiram expressar os componentes de um sistema assim como quantitativas visto que se aplicaram questionários, realizou-se consultas a documentos, relatórios gerenciais e entrevistas. Neste estudo, foram examinados relatórios gerenciais, como o Plano de Desenvolvimento Institucional, dados numéricos da instituição destinada ao estudo da área em epígrafe.

Os procedimentos exploratórios utilizados buscam conhecer com maior profundidade um assunto ainda pouco explorado Beuren (2003), por meio de um estudo de caso, assim, a pesquisa teve como foco amostral o IFPA - Abaetetuba. O presente trabalho utilizou o custeio por absorção para a análise dos custos, por apresentar uma abrangência maior das informações que serão alocadas e por ser condizente com que a pesquisa necessita com base na análise dos custos de cada curso do IFPA- Abaetetuba em que se faz necessário levantar os gastos por área de responsabilidade quais sejam: (a) custos diretos para os gastos relacionados à atividade de educação (área pedagógica) (b) os custos indiretos onde adotou-se os gastos relativos à atividade administrativa (área administrativa) e (c) depreciação, analisando os custos totais dos Bens Móveis e Imóveis, durante o Exercício 2010.



Neste sentido, o presente estudo perpassa pela apresentação da gestão pública brasileira, o exame da gestão de custos, apresentação do IFPA - Abaetetuba e a explanação do modelo em que se pautou a análise que investigou um fenômeno – custo dos cursos – dentro de um contexto, que são os custos totais que também objetive a melhora da gestão de custos, possibilitando a transparência das ações da Instituição.

## 2. A GESTÃO PÚBLICA BRASILEIRA

A gestão pública brasileira é produto de três modelos de gestão, sendo eles: (a) Estado patrimonialista, onde, Andrade (1993) afirma que este era marcado pela confusão do interesse público e do privado, em que o estado era a extensão do poder soberano, em conseqüências disso, nesse tipo de administração ocorriam a corrupção, clientelismo, nepotismo e a completa inexistência da preocupação com os gastos de cada atividade exercida no setor público. (b) Estado burocrático este se sustentava sobre o conhecimento técnico, que lhe era conferido um caráter racional e impessoal guiada por regras formais. Segundo Merton (1949) a impessoalidade das normas, em geral terminou por transformar um padrão descritivo de critérios e relações em padrão prescritivo sem espaço para a informalidade e para o desenvolvimento de noções mais flexíveis de gerenciamento, desconsiderando o elemento humano na organização. Com a intensificação da globalização o Estado teve que assumir outra posição com relação à tomada de decisão, adquirindo uma nova ótica global para administrar a máquina pública a partir de estratégias da administração empresarial; (c) Estado gerencial, este é atualmente o estágio pelo qual passa a administração pública brasileira, tendo por base a democracia e surgiu diante do desenvolvimento das funções econômicas e sociais do Estado e da globalização da economia, onde foram adotadas práticas como a descentralização, a delegação de poder e de responsabilidade do gestor. Nunes (1997) destaca que o modelo gerencial é relativo à maior participação dos agentes privados e/ou da sociedade civil na prestação dos serviços públicos, impactando em maior transparência e controle das ações do governo. Tal modelo objetiva diminuir custos e tornar a gestão do serviço estatal mais eficiente. Na gestão pública brasileira, a avaliação do desempenho do gestor deve estar direcionada à apuração da eficiência econômica da atividade pública, como reitera a própria LRF que impõe ao gestor a necessidade de atuar com responsabilidade na gestão fiscal; e a própria CF que versa em seu artigo 165 a instituição dos instrumentos de planejamento que devem informar sobre políticas e programas de governo, com metas físicas e monetárias, que mensurem as ações, os custos e possibilite o controle gerencial. Para tanto, a gestão adequada de custos apresenta-se como uma ferramenta eficiente para avaliar a situação atual da organização e poder então prospectar novos rumos para o futuro desta organização, na forma de estratégias que indicarão como deverão ser alocados os recursos desta organização para se atingir determinado objetivo pré-fixado.

## 3. CIÊNCIA CONTÁBIL E A CONTABILIDADE DE CUSTOS

Atualmente, a Contabilidade é uma ciência social que tem por escopo estudar a riqueza patrimonial individualizada, por meio da análise de fenômenos e variações sob os aspectos quantitativos e qualitativos e concatenado a isso, gerar informações e explicar os fenômenos patrimoniais (fatos contábeis), possibilitando o planejamento, o controle e a tomada de decisão em uma determinada organização. Segundo Ludícibus e Marion (2000, p.19), “A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões”. Sobre a contabilidade governamental/pública, explorada neste artigo, ressalta-se que ela é o ramo aplicado as entidades de direito público interno tendo por objetivo cunhar as movimentações do patrimônio público e identificar seus responsáveis com vista à prestação de contas, sendo normatizada no Brasil pela lei 4.320 de 1964.

Com o advento das indústrias, no século XVIII, tornou-se mais complexa a função do contador, pois segundo Crepaldi (2004), como as empresas industriais começaram a produzir em grande quantidade, devido ao uso da máquina, a apuração do custo do produto vendido deveria incluir todos os elementos empregados na fabricação de tal produto. A Contabilidade de Custos aparece pela primeira vez como técnica independente e sistemática, nos Estados Unidos, envolvendo a produção industrial, sobretudo

estudando os problemas de mão-de-obra e repercussões no custo industrial. Cabe ressaltar que a mesma aplica seus cálculos a áreas comerciais, de serviços, agrícolas, dos serviços públicos, etc.

Por conseguinte, a contabilidade de custos vem se tornando imprescindível na área gerencial das organizações, passando a ser utilizada no planejamento, controle de custos, nas tomadas de decisões e no atendimento as exigências fiscais e legais. Leone (2000) destaca que o objeto da contabilidade de custos é a organização como um todo, pois atua sobre seus produtos, serviços, componentes operacionais e administrativos que compõem a sua estrutura. Ela refere-se às atividades de coleta de dados internos e externos, monetários e não monetários (mas quantitativos) e fornecimento de informações para a necessidade de tomada de decisão de todos os tipos, desde as relacionadas com operações repetitivas até as consideradas de natureza estratégica e ajuda na formulação das principais políticas da organização. Através da utilização da Contabilidade de custos, podem-se evidenciar de forma gerencial, os resultados econômicos da gestão, como estabelecido na lei 4320/64. Tal informação representa se há eficiência e eficácia das decisões tomadas, entretanto, para Farias e Madruga (2005) e Duarte (2002) *apud* Mauss (2008, p. 21) tal lei não planejou de que maneira o resultado econômico deveria ser demonstrado.

#### **4. O INSTITUTO FEDERAL**

O IFPA foi instituído pela lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, sob forma de Autarquia, propondo-se a ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os níveis de atividade, segundo Brasil (2008). Ressalta-se que cada instituto possui autonomia no que tange a sua gestão, como está previsto no *caput* dos seus artigos 9º e 11 da lei nº 11.892. O IFPA possui 11 *Campi* nos municípios do interior do Estado do Pará, o *Campus* Abaetetuba integra a política de regionalização de acordo com a proposta da Secretaria de Estado e Integração Regional. Trata-se também de uma organização que oferece à sociedade *multiprodutos*, pois além do ensino, promove a pesquisa e a extensão.

O *campus* Abaetetuba instituiu-se em um prédio doado pela prefeitura, que anteriormente funcionava uma escola profissionalizante, conforme destaca Santos (2011 p. 42) e afirma ainda que por tal motivo, foram aproveitadas tanto a estrutura física como os materiais e equipamentos por todo o ano de 2010, quando foi construído o novo prédio. Ressalta-se que a Missão do IFPA - Abaetetuba é promover educação profissional e tecnológica em todos os níveis e modalidades por meio do ensino, pesquisa e extensão, para o desenvolvimento regional sustentável, valorizando a diversidade e a integração dos saberes.

A Instituição oferta cursos nas modalidades: Técnicos (a nível médio) nas modalidades Subseqüente (quando o aluno já concluiu o nível médio e cursa somente o ensino técnico) e Integrado (quando o aluno faz o nível médio e técnico juntos), Graduação (a nível superior), e Pós-Graduação (nível superior), conforme será apresentado adiante, no Quadro 1. Em 2010, segundo consulta ao Observatório de educação do Instituto que disponibilizou um relatório da quantidade de pessoas matriculadas por curso/turno o qual foi adquirido no Sistema de Controle Acadêmico. Onde o IFPA - Abaetetuba, atendeu no referido ano 1.323 alunos nos turnos da manhã, tarde, noite e integral.

Porém, como não fazem parte desta pesquisa os cursos de pós-graduação e cursos que receberam financiamentos específicos, totalizaram-se 1.005 alunos matriculados no ano de 2010, nos cursos de nível médio e superior. Destaca-se que este trabalho irá considerar apenas os cursos técnicos e de graduação, semelhante à pesquisa realizada por Santos (2011), pelo fato de utilizarem recursos ininterruptos do referido Instituto. Pois, alguns cursos utilizaram recursos provenientes de outros projetos específicos e de maneira descontinuada.

#### **5. ANÁLISE DO ESTUDO DE CASO.**

Com a finalidade de apurar o custo por curso no IFPA- Abaetetuba e, conseqüentemente, o custo do ensino, fez-se necessário que algumas fases fossem percorridas. A primeira destas fases constituiu-se em conhecer os objetivos das unidades da instituição, a fim de verificar se possuem vinculação com as atividades de ensino, entendida aqui, como a atividade fim do instituto. Para tanto, dividiu-se em dois grandes centros ou departamentos, como critério de alocação de contas, sendo eles:

\* Unidade Administrativa, referindo-se àqueles departamentos que de alguma forma prestam suporte/apoio à unidade pedagógica.

\* Unidade Pedagógica, agrupando os setores que possuem vínculo direto com a atividade fim do IFPA: o ensino.

## 6 RESULTADOS

### 6.1 Pessoal Civil

Os dados referentes aos gastos com pessoal civil direto (professores) e indireto (administrativos) foram adquiridos na Divisão de Gestão de Pessoas e no Sistema Integrado de Gestão de Pessoas (SIAPE). Do banco de dados, extraiu-se o número de funcionários do *campus* Abaetetuba (totalizando 60 servidores, dos quais 39 são professores e 21 administrativos), os valores referentes aos doze meses de 2010 do Salário Base, das vantagens, dos descontos, da remuneração bruta e da remuneração líquida.

Apresentam-se como Custos Diretos com Pessoal Civil os Salários Diretos dos servidores com cargo de professor de 1º e 2º grau e professor de Ensino Básico Técnico e Tecnológico, uma vez que prestam o serviço final da Instituição, apresentando-se como custos diretamente relacionados ao objeto de custeio (cursos ofertados pela instituição). O Salário Direto ou Salário Líquido Direto que totalizou R\$ 2.045.994,58 foi obtido pela diferença entre o Salário Bruto e o Imposto de Renda Retido na Fonte.

A fim de obter o custo da hora/aula para o IFPA - Abaetetuba mensurou-se primeiramente a carga horária total, sendo esta auferida por meio da multiplicação da carga horária requerida no edital do cargo para o concurso, sendo esta de 40 horas semanais, multiplicado por quatro semanas no mês, e finalmente, a fim de obter esta carga horária no exercício de 2010, multiplicou-se pelos 12 meses. Totalizando o valor de 1920 horas por ano, dedicadas à instituição, tanto para a função docência como para a função administrativa. De posse da soma do salário líquido de cada professor, e; dividindo-o pela carga horária total por ano, obteve-se o custo da hora/aula de cada um dos professores, ficando a média da hora/aula dos 39 professores, em torno de R\$ 25,20 pagas aos docentes.

Os dados referentes à carga horária mensal de cada professor nos dois semestres de 2010, em cada disciplina que este lecionava e seu devido código de identificação foram adquiridos na Divisão de Gestão de Pessoas do referido Instituto, ressalta-se que alguns professores não lecionam no primeiro ou no segundo semestre. Adquiriu-se a carga horária semestral, por meio da multiplicação da carga horária mensal por seis; e posteriormente a carga horária anual através da soma da carga horária total de cada um dos dois semestres.

Destaca-se que, a carga horária dedicada à sala de aula por um professor com regime de trabalho semanal de 40 horas é de, no máximo 24 horas semanais, sendo que as 16 horas restantes devem ser aproveitadas para outras atividades de educação, como correção de trabalhos e provas, bem como a preparação de aulas. Assim, para cada hora de sala de aula acrescentou-se um fator de preparo de aula para refletir tais esforços de forma proporcional nos custos das atividades de ensino. Conforme demonstrado abaixo:

$$\text{Fator de Preparo} = \text{Carga horária total no ano} \times 0,666667$$

Ressalva-se que nesta pesquisa considerou-se como custo direto tanto as horas consumidas na sala de aula, como as dedicadas ao processo de preparo da aula. A partir da soma do salário líquido de cada professor que leciona em cada um dos cursos, alocados por meio de sua carga horária nestes cursos, chegou-se aos seguintes resultados dos Custos Diretos de cada curso oferecido pelo IFPA-Abaetetuba com base nos salários dos professores no de 2010, quais sejam:

CUSTO DIRETO DOS PROFESSORES DE CADA CURSO			
NÍVEL MÉDIO			
INTEGRADO		SUBSEQUENTE	
CURSO	VALOR ANUAL R\$	CURSO	VALOR ANUAL R\$
TÉCNICO EM INFORMÁTICA	743.308,94	TÉCNICO EM INFORMÁTICA	368.411,79
TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES	157.052,90	TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES (planejamento e execução de obras)	390.168,79
		TECNICO EM SANEAMENTO	379.261,68

		TECNICO EM AQUICULTURA	222.923,90
		TÉCNICO EM ELETROTÉCNICA	42.592,15
<b>NÍVEL SUPERIOR</b>			
<b>CURSO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>		
BIOLOGIA	471.021,36		
LIC.EM PEDAGOGIA	131.067,89		

Quadro 1 : Custo direto dos professores de cada curso  
 Fonte: Elaborado pelas autoras

Totalizando no exercício 2010 um custo direto, dos nove cursos, de R\$ 2.905.809,38 com pessoal civil direto, representando aproximadamente 79% dos gastos totais com pessoal civil. A partir desta análise se reitera o mesmo que Santos (2011) que ressalta as considerações de Depollo e Cavalcanti (2005) e Corrêa *et al.* (2009) onde destacam que o custo com Salário Direto representa um valor substancial dos custos totais da instituição.

Já a análise dos Custos Indiretos com Pessoal Civil abrange os salários indiretos e encargos sociais indiretos dos servidores de nível médio e superior que compõem o quadro administrativo, analisado neste trabalho como um Centro de Custos indiretos, sendo os seguintes cargos: Diretor de Ensino, Diretor, Administrador, Analista de Tecnologia da Informação, Assistente em Administração, Auxiliar em Administração, Bibliotecário, Contador, Pedagogo, Programador Visual, Técnico de Laboratório, Técnico de Tecnologia da Informação, Técnico em Assistente de Educação e Técnico em Enfermagem, e que prestam o serviço por meio da Instituição. A partir da soma dos salários líquidos, obteve-se os custos indiretos totais com pessoal civil, deve-se destacar que o existe uma coordenação de ensino médio (da qual faz parte o código 7, 12, 13, 19, 21 e 22), diretor de ensino (código 5), diretor (código 14) estão alocados também como custo direto, pois além de exercerem estas referidas funções, também são professores do IFPA – Abaetetuba. Os resultados dos custos indiretos da coordenação, diretor de ensino e diretor foram obtidos, através do valor do salário líquido anual menos a soma dos custos diretos em todos os cursos ao quais estes ministram. Assim, no Exercício de 2010 os Custos com Salário Líquido Indireto totalizaram R\$ 777.174,45; representando aproximadamente 21% dos gastos totais com Pessoal Civil. Santos (2011, p.54) conclui que os fatores determinantes para os Custos Indiretos serem tão inferiores dos Custos Diretos são: (1) o número de servidores e (2) a remuneração líquida, em média para servidores de nível médio R\$ 2.881,47 e de nível superior R\$ 4.023,40.

## 6.2 Material de Consumo

As informações sobre o gasto com Material de Consumo Direto e Indireto foram adquiridas no próprio *campus*, que apresentou o Controle de Almoxarifado do Exercício 2010, tal relatório delineava os pedidos ocorridos no período, as quantidades, os itens e os setores requisitantes. A outra etapa ocorreu na Divisão de Almoxarifado no *campus* Belém, que disponibilizou relatórios gerenciais com os valores dos itens pelo pagamento realizado no último pregão de 2010. Com a identificação da quantidade e valor dos materiais de consumo, os itens foram alocados por área de responsabilidade. Assim, foram considerados Custos Diretos, apenas materiais de expediente utilizados em sala de aula e laboratórios para a prestação do serviço de ensino, e Custos Indiretos, os materiais utilizados na administração, na higiene e limpeza que não estão ligados diretamente a atividade de ensino.

Segundo descrição do Controle de Almoxarifado, no ano de 2010 disponibilizado pelo *campus* Abaetetuba foram utilizados em materiais de consumo identificados como Custos Diretos para cada um dos dois cursos de informática o valor de R\$ 32,65; e a descrição da aquisição de uma pasta de papelão no valor de R\$0,95 para ser usada no curso de aquicultura. Enquanto foram empregados como Custos Indiretos R\$ 972,86, onde tais produtos foram usados na área de suporte ao ensino. Santos (2011) observa que os consumos de materiais nas atividades administrativas foram significativos, representando 94% dos Custos Totais com Material de Consumo, enquanto que os gastos nas atividades educacionais representaram apenas 6 %. Há uma divergência expressiva, que pode ser explicada pelo fato de que no ano de 2010 o *campus* Abaetetuba ainda estava em fase de implantação e o Controle de

Almoxarifado era feito manualmente, como conseqüência poderiam ter ocorrido inconsistências na sua atualização.

### 6.3 Depreciação de Bens Móveis e Imóveis

As Informações necessárias para o cálculo da Depreciação de Bens Móveis foram obtidas através de visitas realizadas ao *campus* Abaetetuba para identificação dos móveis utilizados para cada uma das atividades de educação e administrativa, consistia na identificação dos móveis e equipamentos pelo número do inventário. Ressalta-se que os móveis e equipamentos doados não foram calculados, pois os mesmos foram totalmente depreciados de acordo com o Termo de Doação do ano de 2008. De posse do número do tomo dos móveis e equipamentos a Divisão de Patrimônio no *campus* Belém forneceu um relatório gerencial desenvolvido pelo Sistema de Controle Patrimonial que vinculou ao respectivo número do inventário, a descrição, o valor e o ano de aquisição dos móveis e equipamentos do *campus* Abaetetuba. Posteriormente as informações sobre os móveis e equipamentos sem placa, foram informado, pelo Setor de Patrimônio do *campus* Abaetetuba pelos quais foram adquiridos no Exercício 2010, para auxiliar na pesquisa foram disponibilizados pelo setor documentos, Notas de Empenho, de todas as compras realizadas no referido ano para o *campus* Abaetetuba.

As depreciações foram calculadas considerando as áreas de responsabilidade. Assim, a depreciação direta foi resultante apenas para os móveis e equipamentos utilizados diretamente na prestação do ensino em cada curso e área de responsabilidade. Desta maneira, procedeu-se o cálculo da depreciação direta dos equipamentos utilizados nos cursos de Informática (integrado e subseqüente), totalizando 11.592,57 e para o curso de Aqüicultura o valor de R\$ 1.644,45.

A Depreciação de equipamentos pertencentes às salas de diretoria geral, diretoria de ensino, diretoria de extensão, sala de reunião, biblioteca, materiais da copa, o próprio prédio, sala de treinamento e salas de aula; foram calculados como custos indiretos e mediante critério de rateio por alunos de cada curso. Verificando os dados adquiridos junto a Divisão de Gestão de Pessoas obteve-se o número de alunos inscritos em cada curso, quais sejam: Eletrotécnica (50); Edificações planejamentos e obras (100); Saneamento (41); Aqüicultura (41); Informática (151); Edificações Integrado ao Ensino Médio (33); Informática Integrada ao Médio(103); Licenciatura Plena em Biologia (79); Licenciatura Plena em Pedagogia (407), totalizando 1.005 alunos e de posse desse total, encontrou-se o percentual de alunos de cada curso em relação ao total de alunos matriculados em todos os cursos. A partir de então, multiplicou-se o valor da depreciação direta pelo percentual de alunos. Ressalta-se ainda, que os custos da depreciação com equipamentos pertencentes apenas ao laboratório geral foram alocados, mediante a mesma metodologia de rateio, apenas aos cursos de biologia (R\$ 309,3) aqüicultura (R\$ 309,3) e saneamento (R\$ 309,3) e posteriormente somados com a depreciação indireta.

No caso do imóvel, que foi doado pela SEDUC, adquiriu-se junto a Diretoria Administrativa do *campus* Abaetetuba o Termo de Doação, porém, não consta no documento o valor do imóvel na época de sua doação, no ano de 2008. Com a finalidade de obter um valor aproximado do valor do prédio foi utilizado o Índice da Construção Civil do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no ano de 2010, que avaliou em torno de R\$ 710,89 o valor do m<sup>2</sup> no Estado do Pará. Devido às boas condições do prédio o cálculo foi baseado numa construção recente, portanto se considerou para o cálculo da Depreciação do Bem Imóvel a área construída pedagógica (1.200 m<sup>2</sup>) como Custo Direto, e a área construída administrativa (136 m<sup>2</sup>) como Custo Indireto, totalizando uma área de 1.336 m<sup>2</sup>. Os dados sobre a área construída constam no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2009-2013. O cálculo do valor aproximado do prédio consistiu, portanto, na multiplicação da área construída pelo Índice da Construção Civil do IBGE, para o cálculo levou-se em consideração as área de responsabilidade. A partir do cálculo foi obtido o valor total da área pedagógica e da área administrativa que são respectivamente R\$ 853.068,00 e R\$ 96.681,04. De posse do valor aproximado do prédio foi calculada a depreciação das Áreas de Responsabilidade separadamente. A Depreciação da Área construída Pedagógica ficou em torno de R\$33.440,27, considerada aqui como custo direto e a Depreciação da Área construída Administrativa ficou em torno de R\$ 3.789,90, apresentada como custo indireto.

Mediante critério de rateio por aluno de cada um dos cursos estudados nesta pesquisa, chegou-se ao custo de depreciação direta da área pedagógica e indireta da área administrativa do prédio do IFPA *campus* Abaetetuba o cálculo foi obtido através da multiplicação do percentual de alunos dos cursos em questão, pelo valor total da área pedagógica (custo direto) e posteriormente multiplicou-se com o valor total da área administrativa (custo indireto), conforme apresentação do Quadro 2:

DEPRECIÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PRÉDIO DO IFPA				
CURSO	2010	% DE ALUNOS	DEPRECIÇÃO DIRETA-ÁREA PEDAGÓGICA	DEPRECIÇÃO INDIRETA-ÁREA ADMINISTRATIVA
Eletrotécnica	50	4,98%	1663,70	188,55
Edificações (Planej. e Exec. de Obras)	100	9,95%	3327,39	377,10
Saneamento	41	4,08%	1364,23	154,61
Aqüicultura	41	4,08%	1364,23	154,61
Informática	151	15,02%	5024,36	569,43
Edificações Integrado ao Ens. Médio	33	3,28%	1098,04	124,44
Informática Integrado ao Ens. Médio	103	10,25%	3427,21	388,42
Licenciatura Plena em Biologia	79	7,86%	2628,64	297,91
Licenc. Plena em Pedagogia	407	40,50%	13542,48	1534,82
Total <i>campus</i> Abaetetuba	1.005	100,00%	33440,27	3789,90

Quadro 2 : Depreciação direta e indireta do prédio do IFPA  
Fonte: Elaborado pelas autoras

#### 6.4 Serviços de Terceiros e Encargos

Para obtenção do valor dos gastos com Serviços de Terceiros e Encargos Sociais, consultou-se o setor financeiro do *campus* Abaetetuba, que emitiu relatórios gerenciais através do Sistema Integrado de Administração Financeira (SIAFI). Onde, identificou-se que o custo com energia elétrica é subsidiado pelas Centrais Elétricas do Pará (Rede CELPA), não há custo com água, pois o *campus* é abastecido por um poço, não houve gasto com telefonia, porque o *campus* não possuía linhas telefônicas. Assim, consideraram-se como gastos no Exercício 2010 do *campus* Abaetetuba dois contratos firmados, totalizando o contrato de vigilância em tal período o valor de R\$ (317.580,67) e o de limpeza e conservação R\$ (159.912,00).

Sobre o contrato de limpeza e conservação, primeiramente identificou-se quanto do montante do contrato 2010 foi destinado para a área pedagógica (que possui 1200m<sup>2</sup>, representado 90% da área total) e quanto deste valor foi para a área administrativa (que detém 136 m<sup>2</sup>, representado 10% da área total). De posse do percentual de representação da área, multiplicou-se tal percentual pelo valor total do contrato R\$ (159.912,00). Considerou-se o gasto com limpeza e conservação para o Centro de Custo pedagógico como custo indireto, desta maneira, mediante critério de rateio por curso e dividindo-se (R\$ 143.920,80) para os 9 cursos apresentados, alocou-se o valor de R\$ 15.991,20 como custo indireto para cada curso. Já os gastos de limpeza e conservação apresentados na área administrativa (15.991,20) serão alocados na análise final como despesas, pois tais gastos não agem diretamente na realização do serviço final, não são recursos usados para financiar os resultados esperados pelo IFPA- Abaetetuba, entendidos aqui como os 9 cursos. Quanto ao contrato de vigilância apresentado no período de 2010, que totalizou o valor de R\$ (317.580,67), considerou-se este como despesa, e alocando tal montante para os 9 cursos considerando que todos se utilizam deste serviço na mesma quantidade e intensidade de uso, chegou-se por meio de divisão, a valor de R\$ 35.286,74 no ano de 2010 para cada curso.

Após a segregação de todos os custos, conforme apresentado anteriormente, chegou-se ao custo total de cada um dos nove cursos elencados nesta pesquisa, conforme o quadro abaixo:

CUSTO TOTAL DE CADA CURSO NO EXERCÍCIO DE 2010
NÍVEL MÉDIO

INTEGRADO		SUBSEQUENTE	
CURSO	VALOR ANUAL R\$	CURSO	VALOR ANUAL R\$
TÉCNICO EM INFORMÁTICA	761.920,39	TÉCNICO EM INFORMÁTICA	406.237,51
TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES	159.291,20	TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES (planejamento e execução de obras)	412.942,73
		TECNICO EM SANEAMENTO	398.343,10
		TECNICO EM AQUICULTURA	R\$ 249.447,01
		TÉCNICO EM ELETROTÉCNICA	61.974,72
NÍVEL SUPERIOR			
CURSO	VALOR ANUAL		
BIOLOGIA	492.680,23		
LIC.EM PEDAGOGIA	174.664,87		

Quadro 3- Custo total de cada curso ano 2010.

Fonte: elaborado pelas autoras

Desta maneira, o IFPA- Abaetetuba teve no exercício de 2010 um gasto distribuído em custos diretos, indiretos e despesas um montante de R\$ 3.117.501,76, para prestar o ensino, através de nove cursos à sociedade. Observa-se que há grandes disparidades, por exemplo, entre dois cursos de nível superior- Biologia e Pedagogia- isto se explica pelo fato de o curso de Pedagogia requer pouca infra-estrutura, e materiais, pois o mesmo não necessita de uso de laboratório, por exemplo. Analisando os cursos técnicos de informática, percebe-se que o curso de informática integrado ao ensino médio demanda maior custo de que o subsequente, pelo fato de requerer maior número de professores e também demanda maior carga horária, apresentando maior custo direto.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi mensurar o custo do ensino dos cursos do Instituto Federal do Pará- *campus* Abaetetuba no exercício de 2010 e ao mesmo tempo, analisar quais os custos que compõem o produto ofertado à sociedade, entendidos aqui como os nove cursos ofertados. Para mensurar os custos de cada curso, utilizou-se o método de custeio por absorção, pelo fato deste englobar todos os gastos realizados para se obter um serviço/produto ao qual a instituição se propõe a oferecer.

Dentro do paradigma do modelo gerencial, em que é pautado na observância da lei, na gestão eficiente dos recursos, prestação de contas à sociedade e conseqüentemente apresentar instrumentos que possam inferir a maneira de administração empreendida pelo gestor público, destacando qual a melhor maneira de alocar os recursos disponíveis ao órgão.

Ressalta-se que esta pesquisa apresentou certas limitações quanto ao levantamento de dados dos materiais de consumo, pelo fato do controle do almoxarifado ser feito manualmente; outra limitação foi a depreciação dos bens móveis pelo fato de certos móveis e equipamentos estarem sem a placa de identificação do inventário, e esta análise ter o levantamento com base na identificação destes bens pelo número do inventário, como forma de solução, buscou as Notas de Empenho para identificar os itens que faltavam e seus respectivos valores de aquisição. De modo semelhante, o bem móvel, considerado aqui como o prédio da instituição, não possuía o seu valor do imóvel na época da doação.

Assim, o custo total do IFPA- Abaetetuba com estes cursos apresenta um valor global de R\$ 3.117.501,76, destaca-se que a maior parte dos gastos foi realizada com as atividades ligadas diretamente à atividade educacional desenvolvida no *campus* Abaetetuba. Por meio da realização desta pesquisa é possível demonstrar aos gestores do referido instituto e à sociedade qual o valor de cada curso para o instituto, qual o gasto com serviços auxiliares e qual a percentagem que realmente é alocada diretamente para cada curso. A partir disso, pode-se analisar a maneira de gerir do gestor responsável se estar sendo conveniente com as normas de eficiência e eficácia, além de poder produzir indicadores e parâmetros de qualidade da gestão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, R.; JACOUD L.( ORG). **Estrutura e organização do poder executivo** – Volume 2. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública – ENAP, 1993.
- BRASIL. Lei nº 4320, de 17 de Março de 1964: dispõe sobre as **normas gerais do direito financeiro**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L4320.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4320.htm)>acesso em 15 de março de 2011.
- \_\_\_\_\_, Lei Nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008. **Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica**, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm)>. Acesso em: 28 Dezembro. 2010.
- BEUREN, I. M. (ORG.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BURTON, N. (2000) Costing initial teacher education: do institutions cost their primary provision? Higher Education Quarterly, v. 54, n. 3, p. 259-273.
- CHRISTIANSEN, Jeffrey C; MELLICK, Michael S..A 'new' program management information system. **transactions of ace international**. 1993.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria gerencial: teoria e prática**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- CORRÊA, A. C.; SANTOS, D. C. G.; SOUZA, E. S. M.; RODRIGUES, J. P. **Avaliação de desempenho baseado em valor: aplicação a uma unidade administrativa do IFPA**. In: IV Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Inovação Tecnológica, 2009, Belém. **Anais do IV Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Inovação Tecnológica**, 2009.
- DATAR, S. M; HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.: **Contabilidade de custos**. 9 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- DEPOLLO, Celso; CAVALCANTI, André Luiz. **Uma análise referente ao modelo GECON no setor público federal: estudo de caso**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2005 Disponível em: <http://www.contabeis.ucb.br/sites/000/96/00000117.pdf>>. Acesso em: 22 de Fevereiro de 2010.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. & MARION, José Carlos. **Curso de contabilidade para não contadores**. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- FARIAS, Helder Alexandre de Ávila; MADRUGA, Sergio Rossi. **Gestão de estratégica de custos: análise da metodologia da aeronáutica**. Revista Eletrônica de Contabilidade do Curso de Ciências Contábeis UFSM. VOL.1. 2005.
- LEONE, George S. G. **Contabilidade de Custos**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MAHER, M. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MAUSS, C. V.; Souza, M. A. **Gestão de Custos aplicada ao Setor Público**. São Paulo Atlas, 2008.
- MERTON, R. F. **Social Theory and Social Structure**. New York: Free Press of Glencoe, 1949.
- NUNES, Marcos Alonso. **Agências executivas: Estratégia de reforma administrativa**. Brasília. Ministério da administração e reforma do Estado 1997.
- SANTOS, Danielle C. G. dos. **Valor econômico gerado por instituições públicas: avaliação do IFPA campus Abaetetuba**, 2011.



## INCUBAÇÃO TECNOLÓGICA E EMPREENDEDORISMO

**Valdileno S. VIEIRA, Mi-karla S. FONSECA, Mariana PINHEIRO e Artur G. OLIVEIRA**

Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Mossoró

Valdileno.vieira@ifrn.edu.br – mi-karla.souza@hotmail.com

### RESUMO

O presente artigo trata de um estudo bibliográfico associado a estudos de campo realizados no IFRN- Campus Mossoró, visando o estímulo de alunos que tem a intenção de tornar ideias empreendedoras em negócios, difundindo, na comunidade acadêmica, a cultura empresarial e modernos instrumentos de gestão, contribuindo assim para a formação acadêmica, profissional e pessoal do público alvo, os alunos, bem como no processo dinâmico do mundo do trabalho, uma vez que estas ideias poderão abrir fronteiras para novos negócios, gerando empregos, rentabilidade, desenvolvimento social e tecnológico para o País através de novas e inovadoras empresas de base tecnológica. Para alcançar o objetivo principal, foram utilizados instrumentos eficazes para garantir o estímulo de futuros empreendedores, como palestras, onde foi exposto este estudo e aberto um espaço para acolher as ideias dos alunos participantes e assegurar-lhes apoio para o desenvolvimento de seus projetos e, até mesmo, ajudar àqueles que ainda não haviam conseguido idealizar um, garantindo que toda e qualquer possibilidade de empreendedorismo entre os alunos do IFRN- Campus Mossoró sejam concretizadas, contribuindo assim sócio e economicamente para a região e para o país.

**Palavras-chave:** Incubação Tecnológica, empreendedorismo, ideia, negócio.

## INTRODUÇÃO

Numa economia de caráter global, dinâmica e competitiva, o número de empresas de base tecnológica (EBTs) vem aumentando e se transformando numa fonte para o crescimento econômico do Brasil. Deste modo, para que estas empresas contribuam para o crescimento, as mesmas devem sobreviver às mudanças impostas pelo mercado, consolidando-se através do tempo. As incubadoras de empresas podem ser um dos meios para que isso se concretize, na medida em que elas se propõem a ser efetivos mecanismos para vincular centros de pesquisa e indústrias locais e, ainda, incentivar o empreendedorismo baseado em tecnologia e inovação. Portanto, as incubadoras são instrumentos que buscam reduzir a probabilidade de fracasso e acelerar o processo de consolidação de empresas, pois, nesta nova economia, as ETBs que ambicionem ter um sucesso econômico sustentável, deverão desenvolver capacidades estratégicas para sua ação empresarial. Segundo Reid e Garnsey (1997):

Os novos empreendimentos em seus primeiros anos de vida enfrentam elevados custos fixos porque seus produtos estão sendo desenvolvidos ou tentando ingressar no mercado, de tal modo, necessitam de estruturas como as incubadoras que além de reduzir esses custos ofereçam infra-estrutura e assessoramento que aumente suas chances de sobrevivência.

Considerando que as atividades de incubadoras são essencialmente empreendedoras, foram criados vários programas e órgãos de apoio à prática empreendedora, entre esses, pode-se citar as incubadoras de empresas que visam gerar um ambiente propício para o desenvolvimento de ações empreendedoras, através do incentivo à inovação. Segundo Smilor (1987, p.146) a incubadora procura unir efetivamente talento, tecnologia, capital, conhecimento e inovação, buscando transformar ideias em produtos ou serviços, impulsionando o talento empreendedor, agilizando a comercialização de tecnologia e além de motivar o aparecimento e desenvolvimento de novas empresas.

A escolha dessa temática se justifica por sua grande relevância para a área educacional do IFRN-campus Mossoró, onde jovens e adultos envolvidos no projeto terão a oportunidade de terem melhor entendimento sobre incubação tecnológica, empreendedorismo e mundo do trabalho. Poderão, também, refletir, exercitar e estimular o uso de valores como cooperação, autonomia, participação e criatividade, possibilitando a elaboração de projetos que transformem idéias em negócios, capacitando-os para a avaliação das oportunidades e promovendo a conjugação dos recursos necessários para a concretização de negócios empreendedores.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 CONCEITO DE INCUBADORA

Uma incubadora de empresas é uma forma interessante de estímulo ao empreendedorismo na medida em que fortalece e prepara pequenas empresas para sobreviver no mercado. Uma incubadora de empresas busca oferecer às pequenas empresas apoio estratégico durante os primeiros anos de existência.

Segundo Hackett e Dilts (2004) as incubadoras são espaços compartilhados que proporcionam às novas empresas recursos tecnológicos e organizacionais; sistemas que criam valor agregado; monitoramento e ajuda empresarial, com o objetivo de facilitar o sucesso dos novos empreendimentos, reduzindo ou eliminando o custo de potenciais falhas que se apresentam na criação do negócio e que são controladas no período de incubação.

Basicamente, o objetivo de uma incubadora é reduzir a taxa de mortalidade das pequenas empresas. Para isso, as incubadoras oferecem um ambiente flexível e encorajador onde são oferecidas várias facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos a um custo bem menor

do que no mercado, na medida em que esses custos são rateados e, algumas vezes, subsidiados. Outra razão para a maior chance de sucesso de empresas instaladas em uma incubadora, é que o processo de seleção capta os melhores projetos e seleciona os empreendedores mais aptos, o que, naturalmente, amplia as possibilidades de sucesso dessas empresas.

## 2.2 SURGIMENTO DAS INCUBADORAS

Por volta de 1959, surgiu, nos Estados Unidos, a primeira incubadora de empresas. A denominação “incubadora” originou-se, segundo Stone (2008, p.03), “de um empreendimento criado por Joseph Mancuso, com vários pequenos negócios, objetivando amenizar a crise econômica da época, nas instalações da Massey Ferguson, fechada 3 anos antes, entre os quais existia uma incubadora de pintos”.

Segundo histórico da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Investimentos de Tecnologias Avançadas - ANPROTEC (2010), a primeira experiência brasileira iniciou-se em 1982, através do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, órgão que criou o Programa de Inovação Tecnológica, através do qual se buscava aproximar universidades e empresas, visando colocar em prática os resultados das pesquisas e a geração de inovações tecnológicas.

As primeiras incubadoras de empresas do Brasil surgiram na década de 80 e, desde então, o número de incubadoras vem crescendo sensivelmente. Segundo dados da Anprotec - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologia Avançada existem hoje cerca de 150 incubadoras espalhadas pelo Brasil, em 1991 havia apenas 10. Estima-se em 1.100 o número de empresas residentes nessas incubadoras, o que representa a geração de cerca de 6.100 novos empregos.

De acordo com Nascimento & Souza (2005), o Programa de Inovação Tecnológica criado pelo CNPq em 1982 foi o primeiro passo para a implementação de incubadoras e parques tecnológicos no Brasil. O objetivo inicial era reunir a academia e os empreendedores. No Brasil e em várias partes do mundo, para enfrentar a escassez de empregos promissores e seguros no contexto de economia globalizada, a tendência é que cada vez mais pessoas tenham de gerar suas próprias oportunidades de trabalho. É nesse contexto que as incubadoras de empresas, criadas nas instituições de ensino, contribuirão com grandes oportunidades de negócios, pelo fato de serem empreendimentos inovadores, voltados a vários campos do conhecimento e a abrigar áreas das ciências e das artes como um todo e não apenas às áreas de maior demanda social ligadas à tecnologia e à informática.

## 2.3 O PROCESSO DE INCUBAÇÃO DE EMPRESAS

Dentro de um processo de incubação, as empresas devem passar por três fases: fase de implantação, fase de crescimento e consolidação, e, por último, a fase de graduação.

A fase de implantação inicia com a seleção das pessoas ou empresas que desejam instalar-se na incubadora. Conforme Bizzotto (2003) o processo de seleção objetiva a identificação das propostas de negócios que apresentam maior probabilidade de sucesso. Nesta fase, as dimensões relevantes ao desempenho na seleção têm uma tendência a selecionar uma empresa baseando-se em características administrativas, de mercado, de produto e financeiras (HACKETT e DILTS, 2004).

A seguir é apresentado um quadro com elementos do novo modelo de incubação de micro e pequenas empresas, conforme dados da ANPROTEC (2010).



Fonte: ANPROTEC, 2010.

Uma vez transcorrida a fase de implantação, as empresas iniciam a fase de crescimento e consolidação na qual, aproveitando-se da infra-estrutura e serviços que a incubadora oferece, estes empreendedores começam a desenvolver conhecimento que é cristalizado em produtos e serviços novos, começando com o desenvolvimento de protótipos, busca de clientes e investidores até chegar ao produto final para ser introduzido no mercado. Para Hackett e Dilts (2004), nessa fase, a equipe que trabalha para a incubadora, monitora, em tempo real, e ajuda às empresas incubadas em seu desenvolvimento e nos problemas iniciais, reduzindo custos e riscos que possam levar ao fracasso do negócio.

Após um tempo médio de três anos de incubação, as empresas se encontram na fase de graduação, prontas para sair da incubadora. Tendo passado por todo o período de incubação, no qual recebeu os serviços e programas, a empresa, agora, deixa a incubadora, estando preparada para desafios futuros e é encaminhada para sua consolidação no mercado de forma independente (BIZZOTTO, 2003).

Para Wiggins e Gibson (2003) existem cinco fatores críticos de sucesso que devem ser considerados para que o processo de incubação seja efetivo: estabelecer métricas claras de sucesso, prover capacidades empreendedoras e de liderança, desenvolver adequados sistemas de entrega dos serviços para as empresas incubadas e facilitar o acesso a recursos de capital para as empresas incubadas.

## 2.4 EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA (EBTS)

O aumento de investimento público e privado em atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) é uma das estratégias utilizadas no Brasil para criar e dominar novas tecnologias. A aplicação de tais tecnologias permite a geração de produtos, processos e serviços de alto valor agregado. Entretanto, nem sempre tecnologias de produto e de processo criadas nas universidades e institutos de pesquisa tecnológica são transferidas e incorporadas pelas empresas.

Existem dificuldades reconhecidas no processo de transferência de novas tecnologias do setor de pesquisa para as empresas do setor produtivo. As incubadoras de empresas, de base tecnológica, surgiram com o objetivo de acolher e incubar empresas nascentes, cujos processos produtivos empregam tecnologias inovadoras e conhecimento científico de alta densidade. Essa estratégia visa facilitar que as novas tecnologias disponíveis nas instituições de pesquisa e desenvolvimento possam ser acessíveis para potenciais empreendedores, que possuam motivação e um projeto explícito de criação de uma nova empresa industrial ou de serviços em setores de base tecnológica, sejam eles cientistas ou não.

As incubadoras de empresas facilitam a aproximação do empreendedor com outras organizações fomentadoras das atividades de pesquisa científica e tecnológica. Universidades e institutos de pesquisa podem oferecer laboratórios, espaço físico para pesquisa e a experiência de seus pesquisadores que praticamente são inacessíveis quando a pequena empresa busca de forma isolada e desarticulada. De maneira análoga, as grandes empresas podem oferecer sua experiência de mercado, recursos financeiros e tecnologia para a consecução dos projetos.

A Lei Federal nº 10.973, de 02 de dezembro de 2004, regulamentada pelo Decreto nº 5.563, de 11 de outubro de 2005, conhecida como Lei de Inovação, estabeleceu medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo. Dentre as medidas foram desenvolvidos mecanismos de gestão para as instituições científicas e tecnológicas e sua relação com as empresas. Desse modo, as universidades e institutos federais, definidos em lei como Instituição de Ciência e Tecnologia (ICT), se tornaram responsáveis por estruturar um órgão interno, chamado Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), com a função de gerir suas políticas de inovação. O objetivo principal da legislação é fomentar a produção de novas tecnologias e promover sua proteção, aumentando o número de depósitos de patentes brasileiras e, conseqüentemente, a competitividade em relação aos outros países. Nesse contexto, a atuação do NIT favorece a criação de um ambiente propício para a transferência de tecnologia e para a proteção do conhecimento na ICT. Dessa forma, o NIT passa a ser o mediador entre o setor privado, a instituição e a comunidade.

## 2.5 CAPACIDADES DE INOVAÇÃO

A capacidade de inovação consiste em uma série de fatores que as empresas possuem, ou não, e da maneira como os mesmos são combinados eficazmente para que o processo de inovação resulte na geração de novos produtos, serviços ou processos. Assim, o desenvolvimento de novos produtos é uma prática em muitas firmas, na primeira fase, no uso de suas capacidades dinâmicas (WINTER, 2003). Quando uma empresa produz um bem ou serviço, ou usa um método ou insumo que é novo para ela, está realizando uma mudança tecnológica, e, quando esses novos produtos ou serviços geram lucro no mercado são denominadas inovações. A inovação é um processo iterativo onde a empresa, além de adquirir conhecimentos mediante sua própria experiência (nos processos de desenvolvimento, produção e comercialização), aprende também em relações de parceria com fontes externas, como por exemplo, com seus fornecedores, clientes e várias instituições (Universidades, centros de P&D e até mesmo, suas concorrentes) (FREEMAN, 1989).

A capacidade inovadora é um atributo essencial para a competitividade das EBTs. Para Schumpeter (1988), as firmas mais competitivas são as que têm a capacidade de introduzir, permanentemente, inovações técnicas e organizacionais, desenvolvendo capacidades de aprendizagem que aumentem sua atividade inovadora com uma visão empreendedora que busca, constantemente, fazer coisas distintas de seus concorrentes para obter sucesso no mercado, criando com essas inovações uma ruptura no sistema econômico, mudando as estruturas produtivas das indústrias e instituindo fontes de diferenciação para as empresas. Conseqüentemente, a inovação é uma condição necessária, não só para aumentar a competitividade das PMEs, mas, principalmente, para assegurar a sua sobrevivência (CAPALO et al, 2003). É importante considerar que a capacidade inovadora das empresas não só depende de suas características internas, mas também, do ambiente econômico em que estas se situam. Segundo La Rovere e Hasenclerver (2002) para entender a atividade inovadora de uma empresa, é necessário considerar elementos relacionados com a cultura da firma, a organização do setor e o ambiente institucional no qual estão imersas.

## 2.6 O EMPREENDEDORISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL.

O empreendedorismo é essencial para a geração de riquezas dentro de um país, promovendo o crescimento econômico e melhorando as condições de vida da população. É também um fator importantíssimo na geração de empregos e renda.

A existência de pessoas empreendedoras é o requisito básico para o surgimento de qualquer ramo de iniciativa empresarial, a criação de novas empresas, a introdução de inovações nas empresas já existentes e mesmo a dinamização de uma instituição depende da forma empreendedora das pessoas.

Os estudos revelam que regiões que mais se desenvolveram são aquelas onde se encontram uma maior quantidade de empreendedores, uma vez que estes criam, inovam, dinamizam o processo de criação e comercialização de produtos, gerando empregos, crescimento econômico e social, geração de impostos etc.

Conforme SEBRAE (2009), os índices de mortalidades e sobrevivência das novas micros e pequenas empresas criadas no Brasil na última década, diferenciam em relação a sua origem entre não incubadas e incubadas, o quadro a seguir, mostra claramente estes índices.

### Taxa de Mortalidade de Micro empresas no Brasil

	Não Incubadas	Empresas Incubadas
2 Anos	49,4%	21%
3 Anos	56,4%	25%
4 Anos	59,9%	26%

Fonte: SEBRAE, 2009.

É nesse contexto que se ressalta a necessidade de estimular pessoas e ideias que tenham potencial gerador de negócios, através de projetos como este, que busca difundir a cultura do empreendedorismo no Instituto e na sociedade, tornando possível o desenvolvimento de idéias ainda em fase inicial e estimulando e informando pessoas que ainda não tenham os conhecimentos necessários sobre quais medidas tomar para gerir seu próprio negócio.

### 2.7 O PERFIL DO EMPREENDEDOR.

O potencial e as habilidades empreendedoras estão latentes em algumas pessoas que manifestam interesse em empreender, quer seja através da criação de uma nova empresa própria, ou mesmo empreendendo inovações e novos negócios para as empresas em que trabalham.

A contribuição ao desenvolvimento econômico e social é dada pelos empreendedores na medida em que criam empregos, geram impostos, fortalecem a concorrência, inovam e produzem riquezas. Por isto são chamados de agentes de desenvolvimento e de mudança. O empreendedor deve estar motivado pela auto-realização, desejo de assumir responsabilidades, independência e novos desafios, buscando, sempre, novas idéias, seguidas de ação.

As realizações em sua totalidade constroem a ação empreendedora para as pessoas com capacidade de agir, de tomar decisões para que seus sonhos, visões e projetos se transformem em realidade, utilizando a própria capacidade de combinar recursos produtivos – capitais, matéria-prima e trabalho - para a realização de obras, fabricando seus produtos ou prestando serviços destinados a satisfazer as necessidades das pessoas.

### 2.8 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As micros e pequenas empresas brasileiras estão sobrevivendo mais, mostra pesquisa do SEBRAE. Segundo o estudo, 78% dos empreendimentos abertos no período de 2003 a 2005 permaneceram no mercado. O resultado é considerado positivo quando comparado com o obtido em pesquisa anterior, em que esse índice foi de 50,6%, para empresas abertas entre 2000 e 2002. Os dados fazem parte do estudo 'Taxa de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas',

encomendado pelo SEBRAE à Vox Populi no fim de agosto em Brasília. O levantamento faz uma análise de vários aspectos em 14.181 empresas ativas e extintas de todas as regiões do País entre 2003 a 2005.

Para rastrear essas empresas, foram consultadas as bases de dados cadastrais de várias fontes, como a Relação Anual de Informações Sociais (Rais), Cadastro Central de Empresas do IBGE (Cempre), Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), Secretaria da Receita Federal, Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e Juntas Comerciais estaduais. As empresas extintas são aquelas que têm suas atividades paralisadas, não necessariamente fechadas legalmente. A margem de erro da pesquisa varia de 2,84% a 1,07%, para a análise das empresas ativas, e de 3,65% a 2,18%, para os dados das empresas extintas.

Em 15 unidades da Federação, o índice de sobrevivência das empresas ficou acima da média nacional. São elas: Espírito Santo, Minas Gerais, Sergipe, Piauí, Rio Grande do Norte, São Paulo, Pará, Bahia, Distrito Federal, Alagoas, Rio de Janeiro, Paraíba, Rondônia, Goiás e Mato Grosso do Sul. O Ceará possui a mesma média nacional. Abaixo da média ficaram o Maranhão, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Santa Catarina, Amazonas, Paraná, Mato Grosso, Tocantins, Amapá, Acre e Roraima.

Segundo a pesquisa, no período de 2003 a 2005, houve um aumento crescente no número de empregados com carteira assinada entre as empresas ativas. Em 2003 e 2004, esse número se manteve estável, com 64%. Em 2005, o número de brasileiros com carteira assinada saltou para 85%.

### 3. METODOLOGIA

Por se tratar de uma investigação científica, este trabalho utiliza-se de métodos científicos para garantir sua consolidação no campo da ciência. Sendo assim, Lakatos e Marconi (1996, p.39) vão afirmar que “[...] não há ciência sem o emprego de métodos científicos.”

Para a consecução dos objetivos deste estudo foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário, o mesmo foi aplicado na referida instituição nos dias 20 e 21 de agosto de 2011. Optou-se por um questionário composto por dez perguntas objetivas. A pesquisa foi realizada com 30 alunos que participaram de palestra sobre incubação tecnológica e empreendedorismo, tal palestra contou com a participação de alunos dos diferentes cursos oferecidos pela instituição.

No desenvolvimento deste trabalho, iniciou-se uma pesquisa bibliográfica (livros e páginas de internet) acompanhada de práticas vivenciais no IFRN – Campus Mossoró, onde o tema foi apresentado e discutido em forma de palestras conforme exposto acima, oportunizando assim a todos àqueles que não tinham contato com essa temática que se relacionassem com ela e levassem suas ideias às palestras, para que fossem discutidas, possibilitando uma posterior articulação e a geração de novos empreendimentos. Durante as palestras foi mostrado como incubar uma empresa passo a passo, assim como o ambiente de uma incubadora e o período de gestação com o objetivo de encorajar os que tinham uma ideia e precisavam de apoio para levá-la adiante.

4. Quanto aos seus objetivos este estudo se caracteriza como sendo do tipo exploratório e descritivo. Na fase exploratória, buscou-se coletar o maior número de informações pertinentes a temática em foco e nos níveis de motivação dos estudantes sobre os futuros projetos, na fase descritiva foram descritas as características e os fatos de modo a permitir-lhes aos pesquisados apresentar as suas razões e expressar as suas opiniões sobre a perspectiva, sobre o desenvolvimento dos projetos e a possibilidade de tornar real a transformação de suas ideias em produtos ou serviços, através da incubação tecnológica.

## 5. CONCLUSÃO

O projeto o qual este artigo foi baseado, ainda está em fase de desenvolvimento, devendo ser concluído no final de 2011 (portanto não existem dados suficientes para análise conclusiva do mesmo), porém, já se podem notar os resultados: alunos instruídos sobre como fazer seus próprios projetos, desenvolver suas próprias ideias, ter noção de planejamento e a visão necessária para obter sucesso no mundo do trabalho. Estes alunos pretendem atuar não somente como trabalhadores prestadores de serviços, mas, também, como autores de sua própria fonte de renda, agentes de desenvolvimento assumindo a postura necessária para se manterem firmes no processo dinâmico e constantemente inovado que é o mundo do trabalho. Atuando como líderes, assumindo riscos, tendo características de um empreendedor de sucesso, como persistência, rapidez na tomada de decisões, criatividade, capacidade de organização e planejamento, habilidade para trabalhar em equipe, saber ouvir as pessoas, facilidade de comunicação e expressão.

Estes alunos estão em fase de desenvolvimento de seus projetos e ideias, fazendo-as evoluir a cada encontro propiciado pelo presente projeto, e pretendem desenvolver essas ideias até que se transformem em algo sólido, pronto para ser incubado e lançar seus produtos ou serviços no mercado.

## REFERÊNCIAS

ANPROTEC-**Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores**, Brasília, 2010.

\_\_\_\_\_. A Real Options-Driven Theory of Business Incubation. **Journal of Technology Transfer**, Netherlands, v.29, n.1, p. 41-54, 2004b.

BIZZOTTO, Carlos Eduardo. **The Incubations Process..** InfoDev Incubator Support Center, Brasília, P. 1-45, set. 2003. Disponível em: <http://www.idisc.net>. Acesso em: 25 jul. 2011.

CAPALO, Guido; IANDOLI, Luca; RAFFA, Mario; ZOLLO, Giuseppe. The Evaluation of Innovation Capabilities in Small Software Firms: A Methodological Approach. **Small Business Economics**, v. 21, p. 343-354, 2003.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

FREEMAN, Christopher. **The economics of industrial innovation**. 2.ed. Cambridge: The MIT Press, 1989.

HACKETT, Sean M.; DILTS, David M. A Systematic Review of Business Incubation Research. **Journal of Technology Transfer**, Netherlands, v.29, p. 55-82, 2004a.

LA ROVERE, Renata L.; HASENCLEVER, Lía. **Inovação, competitividade e adoção de tecnologias da informação e comunicação em pequenas e médias empresas: Alguns estudos de caso sobre Brasil**. Instituto de Economia UFRJ, Rio de Janeiro, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

REID, Stuart; GARNSEY, Elizabeth. The growth of small high-tech firms: destinies and destinations of Innovation Centre 'graduates'. **New Technology, Work and Employment**, Oxford, v.12, n.2, p. 184-190, 1997.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, juro e ciclo econômico**. Coleção Os Economistas. 3. ed. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

STONE. **Avaliação das incubadoras de empresas no Brasil no período de 2000 a 2007**.



Disponível em: <<http://www.nesco.ufrj.br/esocite2008/trabalhos/35951.doc>> Acesso em 05/04/2010.

SMILLOR, R.; GILL, M. D. **The new business incubator: linking talent, technology, capital & know-how.** Massachusetts: Lexington Books. 1987.

SEBRAE, **Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas.** Brasília, 2009.

WIGGINS, Joel; GIBSON, David V.. Overview of US incubators and the case of the Austin Technology Incubator. **Entrepreneurship and Innovation Management**, Austin, v.3, n.½, p. 56–66, 2003.

WINTER, Sindy G.. Understanding Dynamic Capabilities. **Strategic Management Journal**, v. 24, n. 10, p. 991-995, 2003.

## O “DECRESCIMENTO ECONÔMICO” ATRAVÉS DA RELOCALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO: UMA ESTRATÉGIA PARA UM DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL

J. S. Gonçalves<sup>1</sup> e F. L. M. Souza<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universidade Regional do Cariri – URCA

jaqueline\_goncalves@yahoo.com.br – laudecimartins@yahoo.com.br

### RESUMO

O desenvolvimento econômico tem se configurado como a mola propulsora da sociedade. Contudo, quando esse desenvolvimento mostra-se difícil de determinar a sua sustentabilidade, o questionamento desse conceito passa a ser inevitável. Logo, o interesse pela realização desse estudo deve-se ao processo de mudança nos conceitos de desenvolvimento ao longo da história, cabendo neste momento uma reflexão sobre o surgimento de uma nova consciência em prol da natureza e do próprio homem. É nesse contexto em que as idéias de Serge Latouche se mostram relevantes na crítica à sociedade do crescimento e ao desenvolvimento alheio de limites físicos, mostrando-os sob um contexto de possibilidades limitadas, que para tanto, exigirão mudanças desde culturais até sociais para se rever de maneira profunda o atual modelo de progresso de uma sociedade do crescimento perpétuo. E tendo como base a preocupação por um desenvolvimento regional sustentável, introduzir o “decrescimento econômico” através do parâmetro da relocalização da produção apresentado por Serge Latouche, se mostra como uma estratégia em potencial para a mudança de paradigma econômico e de reintrodução de uma preocupação ecológica no âmago da preocupação social, política, cultural e espiritual na vida de um povo.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento econômico, Serge Latouche, Relocalização da produção

## 1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre desenvolvimento econômico ampliou-se de maneira cíclica ao longo da história. Contudo, um dos desafios atuais é melhorar a compreensão das complexas interações entre humanidade e biosfera. E uma das noções importantes da discussão sobre o desenvolvimento emergiu da abordagem do ecodesenvolvimento, depois renomeada desenvolvimento sustentável e vem sendo aprimorada, mas está longe de ter suplantado as velhas visões sobre o desenvolvimento.

Uma vez que ao buscar um desenvolvimento sustentável, fala-se hoje em um desenvolvimento, sobretudo, capitalista sustentável. Pois ao indagar sobre a questão básica de tal sustentabilidade, por vezes esse conceito, corre o risco de torna-se vazio, dando apenas legitimidade para a expansão insustentável do capitalismo (STAHEL, 2001). Para tanto a superação dos modelos de desenvolvimento está a exigir uma revisão da mudança econômica de longo prazo, uma vez que aborda um desenvolvimento em um contexto de possibilidades limitadas. E, se o desenvolvimento é um fenômeno único na história, uma alternativa sólida para ele tem que ser procurada (CAVACANTI, 2001).

É nesse contexto em que as idéias de Serge Latouche se inserem como uma verdadeira crítica à sociedade do crescimento pelo crescimento. De um sistema baseado na desmedida que nos conduz ao impasse, nas palavras de Latouche (2009, p. XIV) “um crescimento infinito é incompatível com um mundo finito e que tanto nossas produções como nossos consumos não podem ultrapassar as capacidades de regeneração da biosfera”.

Portanto, o conceito de decrescimento econômico tem como base a mudança de paradigma econômico a partir da lógica do crescimento, que por sua vez deve ser substituído por um decrescimento sereno, convival e sustentável. Para tanto o autor sugere tal mudança através da articulação sistemática de oito parâmetros que mutualmente se reforçam num “círculo virtuoso” de oito “erres”, capazes de desencadear esse processo (LATOUCHE, 2009).

Logo, em um contexto de desenvolvimento regional sustentável, observar o parâmetro da realocação se faz necessário. Para Latouche (2009) esse “erre” possui lugar central nesse projeto de sociedade. Pois a realocação busca renovar a velha concepção dos ecologistas do “pensar globalmente, agir localmente”, propondo assim, no decrescimento, uma inovação política e uma autonomia econômica, sobretudo, local.

Em outras palavras, a realocação produção implicará na busca da autossuficiência, sobretudo alimentar, depois econômica e financeira. Mantendo e desenvolvendo atividades básicas em cada região (LATOUCHE, 2009). Incentivando, assim o comércio e o desenvolvimento regional, mostrando que é possível uma organização local e entre si para uma melhora na qualidade de vida de uma sociedade, “que haverão de conjugar-se em formas solidárias na construção de outro mundo” (LEFF, 2001, p. 129).

## 2. MATERIAL E MÉTODO

O presente estudo objetiva apresentar a realocação da produção, a luz do conceito de decrescimento econômico, como estratégia para um desenvolvimento regional sustentável. Para embasar teoricamente o trabalho, será efetuado um levantamento das fontes bibliográficas que contribuirão para aumentar a literatura a respeito do conceito histórico de desenvolvimento, bem como do conceito de decrescimento econômico com especial atenção ao parâmetro da realocação da produção.

No levantamento bibliográfico, além de livros serão utilizadas fontes da Internet, bem como artigos publicados em revistas ou eventos científicos.

A referida pesquisa é classificada como sendo de natureza qualitativa, pois busca compreender as diversas conceituações de desenvolvimento ao longo da história na busca de apresentar o conceito de decrescimento econômico sustentável como utopia capaz de mudar o paradigma econômico de uma região através da realocização da produção. O tipo na qual a pesquisa se classifica é o descritivo, pois visa apenas descrever a realidade a respeito do tema já citado.

Enfim, a pesquisa tem uma finalidade básica, pois não visa aplicabilidade imediata, objetiva apenas um estudo aprofundado do tema proposto.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O desenvolvimento econômico tem se configurado como a mola propulsora da sociedade. Nesse sentido pode-se observar que existem diferentes correntes de pensamento econômico, uma que considera crescimento como sinônimo de desenvolvimento e outra que entende que o crescimento é condição indispensável para o desenvolvimento, mas não é condição suficiente (SOUZA, 2008).

Sachs é um dos pensadores que considera o desenvolvimento distinto do crescimento econômico, pois “os objetivos do desenvolvimento vão bem além da mera multiplicação da riqueza” (SACHS, 2004, p. 13). Para tanto, afirma que:

No contexto histórico em que surgiu, a idéia de desenvolvimento implica a expiação e a reparação de desigualdades passadas, criando uma conexão capaz de preencher o abismo civilizatório entre as antigas nações metropolitanas e a sua antiga periferia colonial, entre as minorias ricas modernizadas e a maioria ainda atrasada e exausta dos trabalhadores pobres (SACHS, 2004, p. 13).

Segundo Celso Furtado, num de seus derradeiros pronunciamentos: “só haverá verdadeiro desenvolvimento – que não se deve confundir com crescimento econômico, [...] – ali onde existir um projeto social subjacente” (SACHS, 2010, p. 9). Existem ainda correntes que consideram o desenvolvimento como uma simples ilusão, no sentido estrito do acúmulo de riqueza.

Baseado nessa ilusão, Furtado (1974 apud VEIGA, 2010, p. 28) diz que graças a essa idéia “tem sido possível desviar as atenções da tarefa básica de identificação das necessidades fundamentais da coletividade e das possibilidades que abre aos homens o avanço da ciência”.

Contudo, percebe-se que, na maioria dos discursos, o desenvolvimento sempre foi vinculado ao crescimento, constituindo uma idéia paradigmática à racionalidade moderna. E nessa questão, Leff (2001) reflete que a degradação ambiental apresenta-se como um sintoma de uma crise de civilização, marcada pelo predomínio de modelo de modernidade regido pela razão tecnológica sobre a natureza.

Nesse sentido Sachs (2010, p. 10) sintetiza que o desenvolvimento “não pode se limitar unicamente aos aspectos sociais e sua base econômica [...]”, pois há uma condicionalidade ambiental que é preciso respeitar. Assim, conforme Gonçalves (2002), no final da década de 1960 assistiu-se a um crescimento dos movimentos sociais, que criticavam não exclusivamente o modo de produção, mas essencialmente o modo de vida da humanidade.

No entanto, a trajetória que desemboca na revalorização da natureza é pontilhada por inúmeros acontecimentos importantes (BRESSAN, 1996). Desde a publicação de “Primavera Silenciosa” (1962) de Rachel Carson, e se expandiu nos anos seguintes (LEFF, 2001). Até se chegar à discussão da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento pelas Nações Unidas, que ficou conhecida como a Comissão de Brundtland (CAMARGO, 2010).

Nesta ocasião se definiu, sobretudo o conceito de desenvolvimento sustentável, “que incorpora o espírito ecológico de responsabilidade comum ao processo de desenvolvimento econômico praticado até então” (FOGLIATTI et al, 2008, p. 11). Nas palavras de Veiga (2010, p. 196), a publicação do Relatório de Brundtland “forneceu uma baliza internacional sem dúvida mais precisa que as tentativas precursoras”.

Contudo, até então, segundo Brüseke (2001) o conceito de desenvolvimento sustentável tem uma concepção extremamente positiva, que combina eficiência econômica com justiça social e prudência ecológica. No entanto, conforme Lemos (2008, p. 48), “o desenvolvimento só pode ser sustentável se estiver baseado em pessoas e tendo-as como primeiro referencial”.

Neste caso, para ser sustentável o sistema econômico precisa de um apoio estável, para tanto, as taxas de regeneração e absorção da biosfera devem ser respeitadas, caso contrário só restará ao processo econômico a insustentabilidade (CAVALCANTI, 1997).

De fato o desenvolvimento não pode ser mais considerado como uma obra desprovida de algum limite físico – tal como o definido pelas noções de matéria e energia, governadas como o são pelas implacáveis leis da natureza. Mas que medida o desenvolvimento pode realmente ser sustentável? Não seria mais apropriado abandonar-se a idéia do desenvolvimento e buscar-se uma nova forma de evolução do sistema econômico dentro dos confins fixados pelas leis da termodinâmica? (CAVALCANTI, 2001, p. 154).

Com base na segunda lei da termodinâmica, Georgescu assinala que “as atividades econômicas gradualmente transformam energia em formas de calor tão difusas que são inutilizáveis” (VEIGA, 2010, p. 111). Ou seja, a energia passa de uma condição de disponível para não-disponível, uma vez que a humanidade tira da natureza os elementos de baixa entropia que não permitem compensar a alta que ela causa.

Portanto, disso decorre, uma “impossibilidade de um crescimento infinito num mundo finito e a necessidade de substituir a ciência tradicional por uma bioeconomia, ou seja, pensar a economia no seio da biosfera” (LATOUCHE, 2009, p. 15-16). Logo, para Georgescu-Roegen (1976 apud VEIGA, 2010, p. 112), “em algum momento do futuro, a humanidade deverá apoiar a continuidade de seu desenvolvimento na retração, isto é, com o decréscimo do produto. O oposto do sucedido nos últimos dez mil anos”.

Conclui-se, portanto que, ao paradigma econômico dominante de desenvolvimento, entendido como a ênfase dada aos aumentos de produtividade e ao crescimento, sobretudo nas sociedades industriais, surge fatores limitantes a sua manutenção. Veiga (2010) observa que seja qual for o resultado de toda essa colossal polêmica, o que está evidente é que as medidas de crescimento adotadas pelo homem não estão em vias de conciliação com a conservação da natureza, e que essa ação não se trata de algo que se possa conseguir em curto prazo.

Portanto é preciso observar o desenvolvimento sob um novo paradigma econômico, que exigirá mudanças culturais, estruturais, políticas, econômicas e, sobretudo, sociais; portanto, para rever de maneira profunda o atual modelo de progresso de uma sociedade do crescimento perpétuo. Essas, entre outras, configuram algumas das idéias a que se propõe Serge Latouche em suas contribuições acerca do desenvolvimento.

De acordo com Latouche (2009), a sociedade atual partiu de uma sociedade englobada por uma economia cuja finalidade é apenas o crescimento pelo crescimento. Nesse ponto, Leff (2001) acredita que, a fatalidade consiste na negação das causas da crise socioambiental e na obsessão pelo crescimento que ultrapassa os fins da racionalidade econômica.

E nesse contexto o conceito de decrescimento surge como forma enfatizar o abandono pelo crescimento ilimitado, “cujo motor não é outro senão a busca do lucro por parte dos detentores do

capital, com conseqüências desastrosas para o meio ambiente e, portanto para a humanidade” (LATOUCHE, 2009, p. 4).

Por sua vez, segundo Latouche (2009, p. 4), o decrescimento “é um slogan político com implicações teóricas”, é, sobretudo provocador para “salir de esa mecánica infernal<sup>1</sup>” (LATOUCHE, 2004), ou seja, “que intenta romper con el discurso eufórico del crecimiento viable, infinito y sostenible. Intenta demostrar la necesidad de un cambio de lógica<sup>2</sup>” (LATOUCHE, 2010a), “que visa acabar com o jargão politicamente correto dos dragados do produtivismo” (ARIÈS, 2005 apud LATOUCHE, 2009, p. 4).

Sob uma outra óptica, Latouche (2009) propõe o decrescimento como o abandono da fé ou da religião da economia, do progresso e do desenvolvimento, da mesma forma como a palavra a-teísmo é usada, nesse caso o decrescimento em termos teóricos conviria ser então denominado a-crescimento, no sentido de rejeitar o culto irracional e que idolatra o crescimento pelo crescimento. Pois conciliar crescimento econômico e sustentabilidade é uma tarefa impossível.

Latouche (2010b) chama a atenção de que “o projeto de uma sociedade de decrescimento é radicalmente diferente do crescimento negativo”, pois isso apenas justificaria a dominação do imaginário do crescimento através do oximoro absurdo<sup>3</sup>. Como não existe “nada pior que uma sociedade trabalhista sem trabalho”, é ainda pior “uma sociedade de crescimento na qual não há crescimento” (LATOUCHE, 2009, p. 5). Contudo, essa condição é a que se faz presente caso não se mude de trajetória.

Por todas essas razões, o decrescimento só pode ser considerado numa “sociedade de decrescimento”, ou seja, no âmbito de um sistema baseado em outra lógica. Portanto, a alternativa é efetivamente: decrescimento ou barbárie! (LATOUCHE, 2009, p. 5).

Portanto, a proposta do decrescimento supõe que os atrativos de uma sociedade convivial combinada com o peso das exigências de mudança, podem favorecer uma “descolonização do imaginário” econômico e suscitar suficientes comportamentos “virtuosos” a favor de uma solução racional (LATOUCHE, 2009).

Latouche (2009) de forma bem realista, caracteriza o projeto do decrescimento como uma utopia, do ponto de vista da esperança e do sonho intrínseco. Longe do refugio irreal, explora suas possíveis aplicações, configurando-se numa “utopia concreta”, que pode ser representada pela articulação sistemática de oito mudanças que mutualmente se reforçam sintetizadas num “círculo virtuoso” de oito “erres”: reavaliar, reconceituar, reestruturar, redistribuir, realocar, reduzir, reutilizar, reciclar. Oito objetivos capazes de desencadear “um processo de decrescimento sereno, convivial e sustentável” (p. 42).

Para tanto, em um contexto de desenvolvimento regional sustentável, observar o parâmetro da realocação se faz necessário, a saber:

**Relocalizar:** Produzir localmente, no que for essencial, os produtos destinados à satisfação das necessidades da população, em empresas locais financiadas pela poupança coletada localmente. Toda produção que possa ser feita em escala local para necessidades locais deveria, portanto, ser realizada localmente (LATOUCHE, 2009, p. 49).

Para Latouche (2009) esse “erre” possui lugar central nesse projeto de sociedade. Pois a realocação busca renovar a velha concepção dos ecologistas do “pensar globalmente, agir

---

<sup>1</sup> “Sair dessa mecânica infernal”. (Tradução nossa).

<sup>2</sup> “Que tenta romper com o discurso eufórico do crescimento viável, infinito e sustentável. Tenta demonstrar a necessidade de uma mudança de lógica” (Tradução nossa).

localmente”, propondo assim, no decrescimento, uma inovação política e uma autonomia econômica, sobretudo, local.

Latouche (2009, p. 64) assim sintetiza a idéia do agir local:

Nessa perspectiva, o local não é um microorganismo fechado, mas um nó numa rede de relações transversais virtuosas e solidárias, visando experimentar práticas de consolidação democrática (entre as quais orçamentos participativos) que permitam resistir à dominação liberal.

De acordo com Sachs (2009), os ensinamentos de Gandhi também incorporam a lógica de realocar de Latouche. Neles contêm os preceitos do “contar consigo mesmos”, mostrando que é possível uma organização local e entre si para uma melhora na qualidade de vida de uma sociedade, “que haverão de conjugar-se em formas solidárias na construção de outro mundo” (LEFF, 2001, p. 129).

Em outra perspectiva, o programa da realocação implica a busca da autossuficiência, sobretudo alimentar, depois econômica e financeira. O comércio local assim será incentivado, uma vez que “um emprego precário gerado nas grandes redes de varejo destrói cinco empregos duradouros nos comércio de vizinhança” (JACQUIAU, 2006 apud LATOUCHE, 2009, p. 66).

Contudo, regionalizar (ou realocar) e reinserir a economia na sociedade local preserva o meio ambiente, que, em última instância, é a base de toda economia, propicia para cada um uma abordagem mais democrática da economia, reduz o desemprego, fortalecendo a participação (e, portanto a integração) e consolida a solidariedade, oferece novas perspectivas para uma região (HOOGENDIJK, 2003 apud LATOUCHE, 2009).

#### 4. CONCLUSÃO

Conclui-se, portanto que, ao paradigma econômico dominante de desenvolvimento, entendido como a ênfase dada aos aumentos de produtividade e ao crescimento, sobretudo nas sociedades industriais, surge fatores limitantes a sua manutenção. Veiga (2010) observa que seja qual for o resultado de toda essa colossal polêmica, o que está evidente é que as medidas de crescimento adotadas pelo homem não estão em vias de conciliação com a conservação da natureza, e que essa ação não se trata de algo que se possa conseguir em curto prazo.

Portanto é preciso observar o desenvolvimento sob um novo paradigma econômico, que exigirá mudanças culturais, estruturais, políticas, econômicas e, sobretudo, sociais; portanto, para rever de maneira profunda o atual modelo de progresso de uma sociedade do crescimento perpétuo. Essas, entre outras, configuram algumas das idéias a que se propõe Serge Latouche em suas contribuições acerca do desenvolvimento.

Contudo, regionalizar (ou realocar) e reinserir a economia na sociedade local preserva o meio ambiente, que, em última instância, é a base de toda economia, propicia para cada um uma abordagem mais democrática da economia, reduz o desemprego, fortalecendo a participação (e, portanto a integração) e consolida a solidariedade, oferece novas perspectivas para uma região (HOOGENDIJK, 2003 apud LATOUCHE, 2009).

## REFERÊNCIAS

- BRESSAN, Delmar. **Gestão racional da natureza**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BRÜSEKE, Franz Josef. O Problema do desenvolvimento sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis (org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. 2.ed. São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco, 2001. p. 29-40.
- CAMARGO, Ana Luiza de Brasil. **Desenvolvimento sustentável: dimensões e desafios**. 5.ed. Campinas, SP: Papirus, 2010. (Coleção Papirus Educação).
- CAVALCANTI, Clóvis. Política de governo para o desenvolvimento sustentável: uma introdução ao tema e a esta obra coletiva. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez; Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1997. p. 21-40.
- \_\_\_\_\_. Sustentabilidade da economia: paradigmas alternativos de realização econômica. In: CAVALCANTI, Clóvis (org.) **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco, 2001. p. 153-174.
- FOGLIATTI, Maria Cristina et al. **Sistema de gestão ambiental para empresas**. Rio de Janeiro: Interciência, 2008.
- GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **Os (des)caminhos do meio ambiente**. 10.ed. São Paulo: Contexto, 2002. (Temas atuais).
- LATOUCHE, Serge. Decrescimento ou barbárie! Entrevista especial com Serge Latouche. Revista IHU On Line. In: **Fórum Brasileiro de Economia Solidária** - 08/08/2010, 2010b. Disponível em <<http://fbes.org.br>>. Acesso em 23 Set. 2010.
- \_\_\_\_\_. **La Décroissance, une utopie?**: entretien avec Serge Latouche. Production: Editions Montparnasse, 2004. Disponível em <<http://www.editionsmontparnasse.fr/video?v=CNBDAq>>. Acesso em 03 Set. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- \_\_\_\_\_. In: **Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescência programada**. Guión y realización: Cosima Dannoritzer. Producción: Davina Breillet, 2010a. Disponível em <<http://www.rtve.es/>>. Acesso em 12 Jan. 2011. (Documentário).
- LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- LE MOS, José de Jesus Sousa. **Mapa da exclusão social no Brasil: radiografia de um país assimetricamente pobre**. 2.ed. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.
- SACHS, Ignacy. **A Terceira Margem: em busca do ecodesenvolvimento**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- \_\_\_\_\_. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- \_\_\_\_\_. Prefácio. In: VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010. p. 9-11.
- SOUZA, Nali Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- STAHEL, Andri Werner. Capitalismo e entropia: os aspectos ideológicos de uma contradição e a busca de alternativas sustentáveis. In: CAVALCANTI, Clóvis (Org.). **Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Recife, PE: Fundação Joaquim Nabuco, 2001. p. 104-127.
- VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.



## OS ARTESÃOS TRADICIONAIS E O IMPACTO FINANCEIRO EM PARINTINS

R. M. Sicsú<sup>1</sup> e R. M. F. Cavalcante<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência de Tecnologia do Amazonas - Campus Parintins  
davison.parintins@gmail.com – farias.rubia@gmail.com

### RESUMO

Esta pesquisa científica teve por objetivo geral compreender o cenário artístico parintinense, voltando-se para uma classe específica – a classe dos artesãos. A pesquisa abordou para dois tópicos importantes que foram: os artesãos tradicionais de Parintins e o impacto financeiro gerado por estes na economia municipal. A cultura amazonense, a influência indígena e tradição familiar caracterizam o trabalho dos artesãos em Parintins. Percebe-se que os referidos artesãos trabalham com a utilização de materiais alternativos extraídos, em sua grande maioria, da floresta Amazônia. Porém, os artesãos lutam por melhorias no trabalho e buscam oferecer uma vida mais confortável para suas famílias, pois há grandes entraves que os desfavorecem neste cenário econômico. A pesquisa revelou dados que se mostram importantíssimos para o quadro social e econômico no município, pois através deles pode-se criar políticas públicas que visem a melhoria da classe artesã e o investimento correto do poder público para com o artesanato comercializado no município de Parintins.

**Palavras-chave:** Tradição, Cultura, Economia, Produção.

## **1. INTRODUÇÃO**

A cultura parintinense expressa suas riquezas por infinitas formas, porém, algo tangível que merece destaque é: o artesanato e a classe de trabalhadores que o compõem (artesãos). Percebe-se que o artesanato influencia de forma direta em questões econômicas no município de Parintins, o que retrata a importância desta atividade no mesmo. Porém, a classe artesã ainda luta por melhores condições de trabalho e ajuda por parte do poder público local, ponto do qual 100% dos artesãos reclamam.

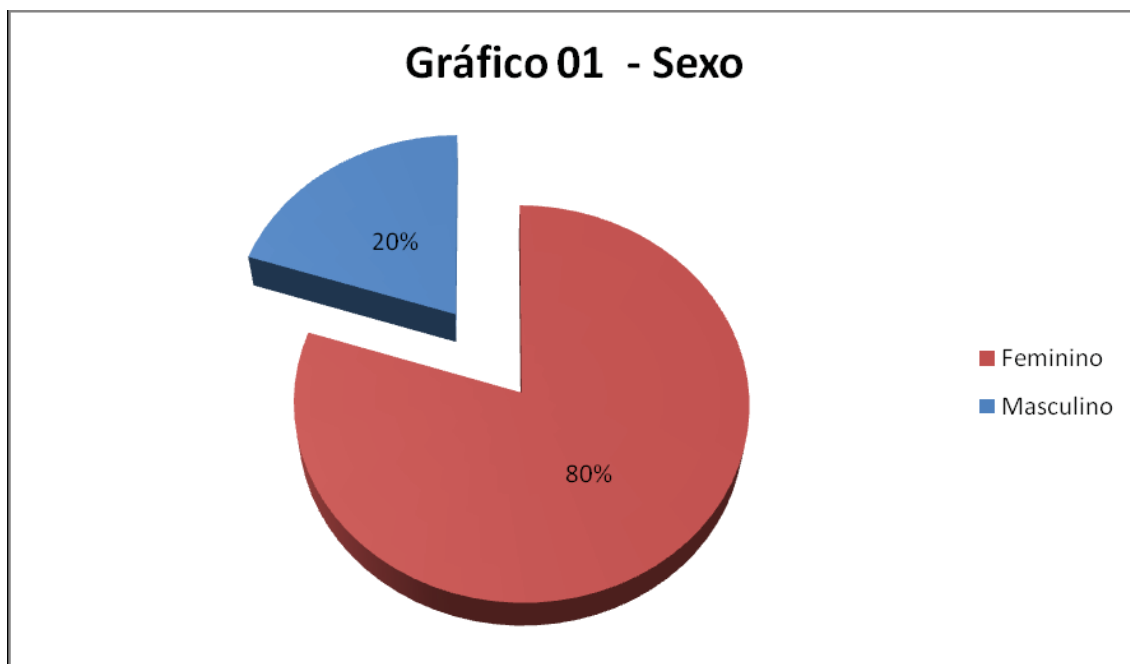
O uso de materiais alternativos extraídos da floresta Amazônia e a valorização que os artesãos dão a estes, retratam o compromisso desta classe abastarda para com a preservação e o desenvolvimento sustentável, pois este foi um preceito utilizado por entre as gerações, tendo em vista que a atividade artesã é passada de pais para filhos, o que a torna mais rica e surpreendente. Deve-se dizer que o ápice de vendas de artesanatos ocorre no período do Festival Folclórico de Parintins, evento no qual turistas de várias localidades do mundo, voltam seus olhos para a magnitude da cultura parintinense. Nesse período os artesãos conseguem atingir um ganho econômico de até R\$ 4.000,00. Porém, quando terminado o festival, os artesãos possuem renda muito variável, que não chega a assumir um quinto do arrecadado durante a festa folclórica.

Desta forma, acredita-se que somente haverá desenvolvimento e evolução se, e somente se, forem investidos recursos e criados programas que auxiliem a classe artesã na implementação de sua atividade econômica, valorizando acima de tudo os saberes tradicionais artistas. A partir deste momento, a sociedade deve se portar aos artesãos de maneira respeitosa, tendo em vista que seus trabalhos não são valorizados e sua profissão é vista como importante para o desenvolvimento do município de Parintins, o que expressa uma falácia empregada por muitos.

## **2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

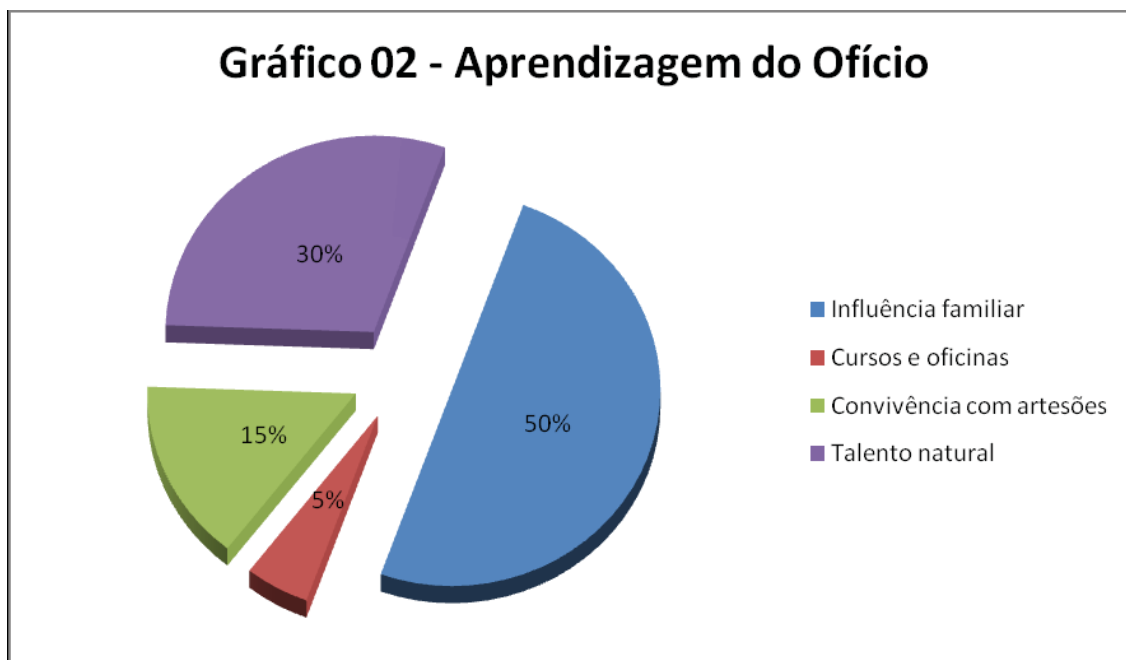
### **2.1 A importância do artesanato na vida das famílias dos artesãos**

De acordo com os depoimentos obtidos ao longo da pesquisa, a força de trabalho é predominantemente feminina, em que 80% são do sexo feminino e 20% são do sexo masculino. Há casos em que o papel do homem é desenvolver a comercialização dos produtos produzidos pelas mulheres.



Fonte: Roteiro de Entrevista, 2011

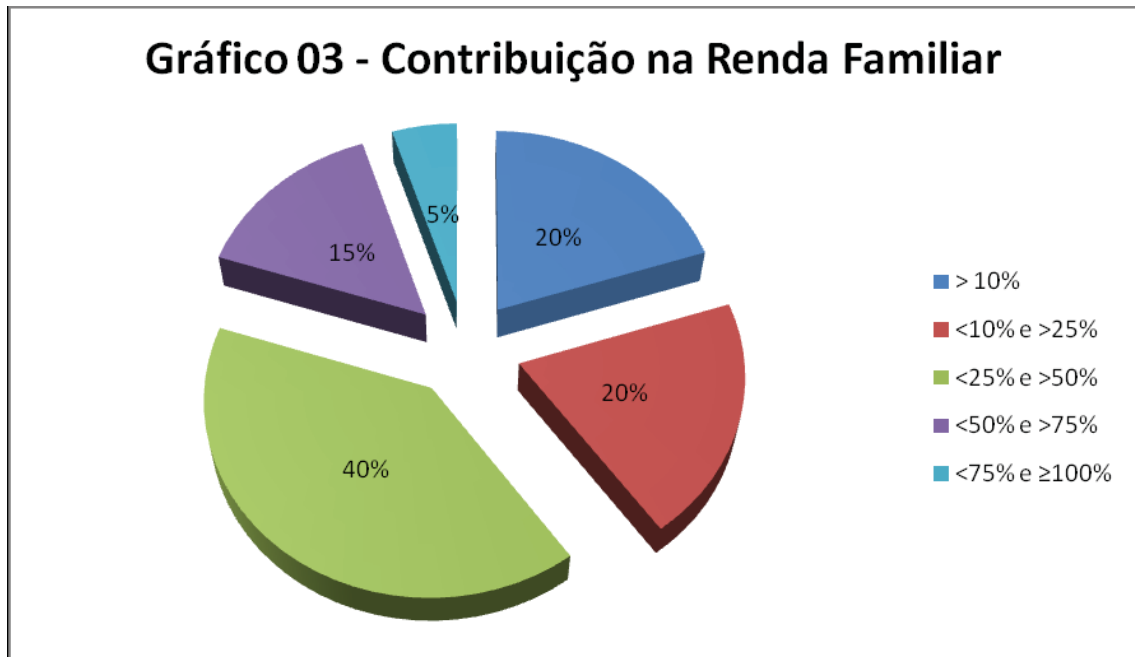
Segundo os entrevistados, a mão-de-obra familiar é um fator facilitador para a atividade artesanal. Os trabalhos são realizados pelos membros das famílias, não havendo necessidade de custos adicionais com funcionários. Isto é perceptível no gráfico, em que 50% da aprendizagem é de influência familiar, na contra mão desta constatação pode-se observar que apenas 5% lançaram mãos para cursos e oficinas para desenvolver suas habilidades artesanais.



Fonte: Roteiro de Entrevista, 2011.

O gráfico 03 apresenta os resultados relacionados à contribuição na renda familiar. Onde 40% dos entrevistados veem o artesanato como mecanismo de renda. A criatividade é fator essencial para

aquecer essa atividade econômica que ocasiona o aumento da renda. Estes resultados enfatizam como o artesanato pode ser uma atividade economicamente promissora para as famílias.



Fonte: Roteiro de Entrevista, 2011.

Como há grande entrave na venda regular da produção, os artesãos tendem a não se sentirem valorizados. Assim, ações que busquem aprimorar a capacidade de uma inserção mais competitiva e organizada no mercado (local ou não) seriam, sem dúvida, muito favoráveis aos agentes que participam da cadeia e à sua competitividade como um todo.

### 3. CONCLUSÃO

Em meio a grandes contrastes percebe-se o fato de haver prós e contras que retratam o histórico e fascinante trabalho dos artesãos parintinense. Esta classe de profissionais que lutam por um futuro de melhorias e transformações que os beneficiem em suas lutas cotidianas no sustento de suas respectivas famílias que encontram corriqueiros desafios que os afrontam.

O artesanato que é uma forma de manifestação cultural de um povo – repassada entre as gerações, leva o caboclo parintinense a valorizar os saberes, a tradição através de sua arte, da criação dos objetos que são produzidos a partir de seus sonhos e vivências, sendo que a maioria provém de materiais alternativos extraídos da floresta, levando o artesão a ter ciência e respeito com o meio que oferece possibilidade de sustento. Esses materiais ao receberem a marca do artesão, tornam-se produtos culturais, que se prestam a múltiplo uso.

Recomenda-se às autoridades, investir mais em programas de capacitação e qualificação dos artesãos parintinenses, disponibilizando cursos que ensinem a esses profissionais a aprimorar seus produtos, agregando a ele um maior valor comercial além do valor cultural. Visto que o artesanato sendo um setor da economia cujo crescimento possui alto potencial de geração de trabalho e renda, merece uma política de desenvolvimento sustentável, voltadas a melhoria do trabalho da classe artesã aprimorando as condições de inserção da atividade artesanal no município de Parintins. Assim, terá a certeza de que a cultura desenvolverá e haverá um respeito mútuo entre os pares desta classe e, a cima de tudo, se criará uma visão de carisma da sociedade para com os artesãos e a oferta de mercados serão maiores e mais rentáveis.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AMORIM, Maria A. **Artesanato: Tradição e Arte**. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, Revista Continente Documento n. 35, 2005. 72p.

DANTAS, Claudia; WERNECK, Antonio. **Artesãos do Brasil**. São Paulo: Ed. Abril/Casa Claudia, 2002. 205 p.

KELLY. Tom. **A Arte da Inovação**. São Paulo: Futura, 2002.

RIBEIRO, Berta G. **O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1983.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2 AB, 2002. 120 p.

## OS GASES DE EFEITO ESTUFA DA QUEIMA DE RESÍDUOS DO ALGODÃO NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DA ECONOMIA AMBIENTAL

A. C. A. Ximenes<sup>1</sup>; M. C. B. Figueirêdo<sup>2</sup>; F. L. Araújo<sup>3</sup>; M. E. D. Silva<sup>4</sup> e M. F. C. Vieira<sup>5</sup>

<sup>1,3,4,5</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – Campus Quixadá e <sup>2</sup> Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa Agroindústria Tropical  
anacarenina@ifce.edu.br; clea@cnpat.embrapa.br; flaviana.ar@hotmail.com  
elanny13@gmail.com; mariana.vieira15@hotmail.com

### RESUMO

O presente artigo constitui uma pesquisa teórica e documental acerca da problemática das mudanças climáticas em virtude dos efeitos dos gases de efeito estufa produzidos no setor econômico a agropecuária. Para tanto, estabeleceu-se como objetivo apresentar a relação do setor agropecuário e as emissões dos gases, considerando o caso brasileiro e as dinâmicas econômica, agrônômica e ambiental do cultivo do algodão no Brasil, cujo cultivo se compõe como um dos elos das cadeias produtivas estratégicas para a economia do País. Nesse sentido, necessitou-se explorar o marco regulatório sobre mudança climática no Brasil e o último inventário sobre as emissões da queima dos resíduos do algodão. Optou-se pelo de metodologia qualitativa e descritiva para a obtenção dos resultados esperados, onde foi possível identificar que a queima de resíduos de algodão herbáceo deixou de ser a prática comum a partir de 1990. Das áreas de algodão com queima de resíduos, a proporção de 50% de queima nesse ano foi reduzida linearmente até a sua completa extinção em 1995. No entanto, esta constatação não é suficiente para assegurar que o cultivo de algodão não polui, pois se faz necessária a realização de inventário no processo de cultivo que considere as emissões que ocorrem durante todas as etapas do cultivo e seus respectivos *inputs* e *outputs*.

Palavras-chave: cotonicultura, economia ambiental, externalidades ambientais, gases de efeito estufa, inventário ambiental, mudança climática, queima de resíduos.

## 1. INTRODUÇÃO

Os desdobramentos das negociações climáticas têm apontado para a necessidade de intensificação de esforços de mitigação em absolutamente todos os setores da economia mundial. Segundo Mozzer (2011), a reunião de Cancun (Conferência das Partes – COP 16/ Encontro das Partes – MOP 6) reforçou a urgência de ações contundentes para a diminuição das emissões de gases de efeito estufa - GEE da ordem de 24% a 40% abaixo dos níveis de 1990 até o ano de 2020 a fim de assegurar a estabilidade climática registrada no 4º Relatório de Avaliação de Mudanças Climáticas do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas – IPCC sob orientação do Grupo de Trabalho (GT 3).

Desse modo, conhecer os setores que emitem ou erradicaram significativamente os GEEs nos países desenvolvidos e em desenvolvimento e pensar políticas que se materializem em ações concretas de mitigação dos GEEs são objetivos que vêm sendo introduzidos na pauta e agenda dos governos e no setor acadêmico.

Este artigo tem como objetivo apresentar uma elaboração teórica sobre a relação do setor agropecuário e as emissões dos GEEs, considerando o caso brasileiro e a dinâmica econômica, agrônômica e ambiental do cultivo do algodão no Brasil. Para tanto, a segunda seção do artigo apresenta os princípios que norteiam as externalidades ambientais; a terceira seção desvenda o conceito de avaliação de impactos ambientais; a quarta seção descreve a relação entre a agropecuária e os GEEs e o contexto brasileiro; a quinta seção apresenta um breve relato metodológico; a sexta seção aborda o cultivo do algodão no Brasil e sua participação nas emissões dos GEEs; e, os aspectos conclusivos encontram-se na sétima seção.

## 2. AS EXTERNALIDADES AMBIENTAIS

A população sofre com constantes ameaças do aumento da escassez dos recursos naturais e os riscos da poluição. A perspectiva é de um cenário mundial pessimista desenhado como consequência da mudança climática, extinção de espécies devido à desertificação e a degradação da terra, que alimentam as preocupações expressas por chefes de estado, cidadãos, comunidade empresarial e governos de todo o mundo. Tal constatação vem do frágil equilíbrio entre natureza e atividade econômica.

Uma maneira de equacionar os problemas ambientais é por meio da teoria da externalidade. Essa abordagem especifica o mercado relevante como um bem cuja produção ou o consumo gera danos ambientais fora da transação de mercado. Segundo Pinho & Vasconcelos (2004, p. 583), pode-se considerar ocorrência de externalidade “quando a produção ou o consumo de um bem acarreta efeitos sobre outros indivíduos, e esses custos não se refletem no preço”.

Conforme afirmam Thomas & Callan (2010), a teoria microeconômica defende que o preço é o principal mecanismo de sinalização e regulação nos mercados de modo que o preço de equilíbrio (demanda igual à oferta) comunica o valor marginal que os consumidores designam para um bem e os custos marginais provenientes das empresas que o produziram. Às vezes, no entanto, o preço não captura todos os benefícios e custos de uma transação de mercado. Estas falhas de mercado ocorrem quando um terceiro é afetado pela produção ou pelo um consumo de um bem. Assim, se a consequência externa gerar custos a um terceiro será uma externalidade negativa. Se o efeito externo gerar benefícios a um terceiro, tem-se uma externalidade positiva. Tradicionalmente, estuda-se a externalidade negativa associada às funções de produção, ou seja, quando os custos incorridos por terceiros fora da transação

de mercado não são incluídos nos preços. As externalidades ambientais são aquelas que afetam o mar, a água, ou a terra, todos os quais possuem características de bens públicos, ainda que se tenha em consideração um regime fundiário privado. Embora os bens públicos e as externalidades não sejam o mesmo conceito, estão intrinsecamente relacionados. Com efeito, se a externalidade afetar um amplo contingente da sociedade e se seus efeitos forem “não-rivais e não-excludentes”, a externalidade será um bem público. “Tecnicamente, se a externalidade proporcionar benefícios a uma grande proporção da sociedade, será um bem público; se o contrário for verdadeiro, a externalidade será um ‘mal’ público” (THOMAS & CALLAN, 2010, p. 76). Se, no entanto, os efeitos externos forem sentidos por um restrito grupo de indivíduos ou empresas, tais efeitos serão mais adequadamente considerados como uma externalidade.

Nesse sentido, a ocorrência de externalidades tem influenciado um número significativo de pesquisadores em todo o mundo que se dedicam a investigar a Avaliação dos Impactos Ambientais – AIA nas diversas partes do planeta. No Brasil, os pesquisadores também têm se dedicado à AIA apesar da histórica dificuldade de recursos.

### 3. A AIA NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

Na década de 70, o Brasil testemunhou os primeiros estudos ambientais concomitante ao crescimento significativo da atividade econômica, com a progressiva incorporação à economia de mercado de grandes áreas dos cerrados e da Amazônia.

No meio acadêmico se iniciavam pesquisas sobre os impactos ambientais de grandes projetos estruturantes, como por exemplo, as barragens no baixo curso do rio Tietê, São Paulo. Tundisi (1978 *apud* SANCHÉZ, 2008) montou um experimento, que levou anos para ser concluído, visando estabelecer uma linha de base das condições ecológicas antes da construção de dois reservatórios para ser comparada com as condições após a inundação. Também em 1978 foi realizado um seminário sobre os Efeitos das Grandes Represas no Meio Ambiente e no Desenvolvimento Regional, e Garcez (1981 *apud* Sanchéz, 2008) contrapôs qualitativamente os “efeitos benéficos e prejudiciais das grandes barragens” (SANCHÉZ, 2008, p.63).

Como afirma Sanchéz (2008, p. 64), o processo de consolidação institucional da aplicação da AIA no Brasil, influenciado por várias fontes, levou o Poder Executivo a formular o projeto de lei sobre Política Nacional do Meio Ambiente, aprovado pelo Congresso em 31 e agosto de 1981, que incluiu a avaliação de impacto ambiental como uma das ferramentas para alcançar os objetivos dessa lei, que propunham, sobretudo [art. 4º]: equacionar o desenvolvimento econômico e social com a proteção ambiental; definir áreas prioritárias para a ação governamental; criar critérios e padrões de qualidade ambiental e normas para utilização e manejo de recursos ambientais; preservar e restaurar os recursos ambientais “como vistas à sua utilização racional e disponibilidade permanente, concorrendo para a manutenção do equilíbrio ecológico propício à vida”; e, obrigar os agentes poluidores e predadores a recuperar e/ou indenizar os danos ambientais.

Por meio das legislações estaduais, a AIA chegou ao Brasil com o objetivo de implementar um sistema estadual de licenciamento de fontes de poluição, porém não se obteve êxito até 1983. Nesse período, o Estado do Rio de Janeiro criou a Comissão Estadual de Controle Ambiental - Ceca que, de forma pioneira no País, exerceu seu poder de exigir um relatório de impacto ambiental. Contudo, isso ocorreu somente duas vezes, e nos dois casos, com resultados pífios para o Estado. Ressalta-se, contudo, que os



profissionais da AIA desenvolveram no Brasil um programa de capacitação técnica, que incluiu intercâmbios internacionais e proporcionou ao grupo participante um significativo conhecimento dos métodos de avaliação de impactos. Segundo Wandesforde-Smith & Moreira (1985 *apud* SANCHÉZ, 2008) o programa gerou visibilidade e competência ao grupo.

A efetivação da AIA no Brasil ocorreu através das legislações federais que a efetivou, estabelecendo que, no processo de avaliação de impacto ambiental seriam necessários dois documentos: o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e o Relatório de Impacto Ambiental (Rima), documento destinado á informação e consulta pública e que, por isso, deve ser redigido em linguagem acessível e não técnica e trazer as conclusões do EIA. Dentre os impactos ambientais que se tornaram objeto de pesquisas acadêmicas e preocupações governamentais, encontram-se as emissões dos Gases de Efeito Estufa – GEE que e a participação relativa dos setores econômicos nas respectivas emissões. No Brasil, dentre os setores encontra-se a agropecuária como significativo emissor de GEE, necessitando de estudos que aprofundem a AIA das diversas tipologias de culturas e rebanhos.

#### **4. A AGROPECUÁRIA E OS GASES DE EFEITO ESTUFA**

A Cúpula da Terra celebrará o seu 20º aniversário em 2012, coordenando uma nova reunião na cidade do Rio de Janeiro (Rio+20), cuja finalidade principal será a discussão sobre como desenhar e aplicar um novo paradigma ao modelo econômico global. Espera-se com isso, que a incorporação da sustentabilidade nos processos econômicos deverá consolidar e difundir conceitos do novo modelo de economia verde, implicando na implementação de processos orientados para a produtividade e para a eficiência no consumo energético e em todos os elos da cadeia produtiva, incluindo o uso de matérias-primas e o ciclo de vida dos produtos. A adoção de padrões mais sustentáveis envolve a execução de inventário de emissões de gases de efeito estufa e a estruturação de um plano sistematizado para o seu monitoramento e, por fim, a aplicação de soluções, muitas vezes já disponíveis em prateleiras da academia ou em órgão especializados (MOZZER, 2011).

Para a quase totalidade dos setores econômicos, o principal componente em termos de emissões de GEE é o consumo direto e indireto de combustíveis fósseis. Neste cenário, fazer a transição para uma economia verde implicará mudar os padrões de consumo de combustíveis fósseis, adotando novas fontes energéticas e melhorando a eficiência do consumo. Nesse sentido, a agricultura é um setor que apresenta um desafio diferenciado devido a suas contribuições em termos de emissões de GEE, motivadas pelo consumo de combustíveis fósseis, pelas emissões dos rebanhos bovinos e ovinos, pelos processos de decomposição anaeróbica associados a sistemas produtivos alagados e ao tratamento e à disposição de resíduos animais, além dos potenciais efeitos deletérios da atividade agropecuária que não acessam e praticam o manejo adequado do solo e dos sistemas florestais.

No âmbito internacional, a participação dos setores produtivos não tem sido assimétrica nas estratégias, práticas e prioridades da política internacional sobre mudança do clima devido a estratégia adotada durante a implementação do Protocolo de Quioto, durante a COP 3 em 1997. Nesse ano, a prioridade residia em desenvolver um instrumento multilateral que viabilizasse posturas decisivas no que se refere ao enfrentamento das mudanças climáticas. No entanto, Quioto demonstrou que esta tarefa é no mínimo complexa, o que é agravado pelo fato de nações, mesmo as desenvolvidas, encontrarem-se em condições diferenciadas no que tange o interesse da população e a vontade política para buscar soluções adequadas à questão.

#### 4.1. As Emissões de Gases no Setor Agrícola Brasileiro

No 2º Inventário Brasileiro de Gases de Efeito Estufa, publicado em 2010 pelo Ministério da ciência e Tecnologia – MCT com dados referentes até 2005, o setor agrícola se manteve como o segundo mais relevante em termos globais de emissões de GEE no Brasil durante os últimos 16 anos. Neste período, o setor agrícola chegou a representar 24,75% das emissões nacionais em 1991, tendo decrescido sua importância durante os cinco anos seguintes quando alcançou sua menor representação relativa em 1995 (12,90%), coincidindo com o pico de emissões decorrentes do desmatamento, próximo a dois milhões de toneladas (t) de carbono equivalente (MOZZER, 2011).

O Brasil desenvolve uma política específica para promover a transição do modelo de pecuária tradicional, extensivo, ineficiente e pouco produtivo para um modelo mais eficiente, com melhores taxas de uso do solo e capaz de promover mais produtividade com menores taxas de emissões de GEE. A expectativa para o setor agrícola é reduzir 166 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>eq ao fim de dez anos, o que representa 43% dos esforços de mitigação nacional, deduzido o componente de redução de 80% da taxa de desmatamento na Amazônia e 40% no Cerrado, que sozinho representa 669 milhões de toneladas do CO<sub>2</sub>eq. Como apresenta Mozzer (2011, p. 120 – 121), as estratégias de mitigação propostas para o setor agrícola são as seguintes:

- Recuperação de pastagens degradadas: recuperar uma área de 15 milhões de hectares (ha) de pastagens degradadas por meio do manejo adequado e adubação, o que corresponde à redução de 83 a 104 milhões tCO<sub>2</sub>eq.
- Integração lavoura – pecuária – floresta (iLPF): aumentar a área com o sistema iLPF em 4 milhões de ha, reduzindo de 18 a 22 milhões de tCO<sub>2</sub>eq .
- Sistema Plantio Direto (SPD): ampliar a utilização do SPD na palha em 8 milhões de ha, correspondendo à redução de 16 a 20 milhões de tCO<sub>2</sub>eq.
- FBN: ampliar o uso da fixação biológica em 5,5 milhões de ha, correspondendo à redução de 10 milhões de tCO<sub>2</sub>eq. [...]
- Promover ações de reflorestamento, expandindo a área com florestas plantadas [...] em 3 milhões de ha, passando de 6 milhões de ha para 9 milhões de ha.
- Ampliar o uso de tecnologias para tratamento de 4,4 milhões de m<sup>3</sup> de dejetos de animais para geração de energia e produção de composto orgânico.

Com a finalidade de oferecer incentivos econômicos e financiamento aos produtores para implementar as atividades do plano, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA desenvolveu um programa para promover a implementação de boas práticas agrícolas denominado de Agricultura de Baixa Emissão de Carbono – ABC. O programa pretende estabelecer um amplo processo de diálogo entre os atores envolvidos no sistema produtivo nacional, conduzindo um processo de capacitação e de transferência de tecnologia em âmbito nacional, regional e local. Para isso, o Plano Agrícola e Pecuário 2010-2011 incorporou as premissas definidas no programa ABC, ressaltando a intenção do MAPA em estimular a criação de uma linha de crédito específica para financiar a produção rural comprometida com a redução dos GEEs. Na prática, as ações propostas no Plano Agrícola e Pecuário 2010-2011 destacam, no âmbito do programa ABC, a destinação de R\$ 2 bilhões para financiar manejos adequados, tecnologias

adaptadas e sistemas produtivos eficientes que contribuam para a mitigação da emissão dos GEEs. Destacam-se também outras linhas de crédito rural disponíveis para financiar as atividades previstas no plano setorial da agricultura (Programa de Plantio Comercial e Recuperação de Florestas – PROPFLORA, Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF Floresta, Linha de Crédito para Investimento em Energia Renovável e Sustentabilidade Ambiental – PRONAF Eco).

Em termos de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, constata-se que, apesar das tecnologias disponíveis para as ações previstas, será necessário o fomento continuado, para as ações de pesquisa, desenvolvimento e inovação, visando a avanços nos arranjos tecnológicos previstos no plano. O monitoramento da aplicação desses investimentos e de sua eficácia em termos de mitigação de emissões de GEE ficará a cargo do Ministério da Fazenda - MF que para isso tem trabalhado em parceria com a Embrapa, que por sua vez, está desenvolvendo linhas de pesquisa específicas para o tratamento do tema mudança do clima para o setor da pecuária, de grão e de floresta. Os projetos estão sendo elaborados com o intuito de possibilitarem a inclusão de assuntos transversais, por exemplo, a fixação de carbono no solo e a padronização e a comparabilidade metodológica (MOZZER, 2011).

## 5. METODOLOGIA

O artigo foi elaborado a partir de uma pesquisa descritiva que investigou, como estudo de caso, o impacto das externalidades ambientais dos GEEs originados do cultivo de algodão no Brasil a partir do último inventário ambiental editado em 2010 pelo Ministério de Ciência e Tecnologia em parceria com a EMBRAPA.

Segundo Trivinõs (1987), nas ciências sociais aplicadas, um estudo de caso qualitativo possui sua complexidade determinada pelo aporte teórico que serve de orientação aos pesquisadores bem como a utilização de dados que legitime a teoria e as hipóteses da pesquisa. Assim, optou-se neste trabalho, pela realização de uma pesquisa teórica e documental sobre a cotonicultura brasileira, seu perfil econômico, suas características agronômicas e as externalidades provocadas pela queima de resíduos dessa cultura. A definição do eixo teórico, explicitado nas seções 2, 3 e 4, permitiu, então, caracterizar o artigo como uma abordagem interdisciplinar que apresenta e confronta as disciplinas de Economia Ambiental e Gestão Ambiental. Soma-se a isso, o uso de dados secundários extraídos do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola, publicado pelo IBGE (2011).

## 6. O ALGODÃO NO BRASIL: ASPECTOS AGRONÔMICOS, ECONOMIA E EXTERNALIDADES

### 6.1. Elementos Agronômicos e o Processo de Cultivo

O desenvolvimento vegetativo ideal do algodão requer uma significativa quantidade de calor e umidade. A semeadura é aconselhável em regiões ou épocas em que as temperaturas permaneçam entre 18º e 30ºC, nunca ultrapassando o limite inferior de 14ºC e superior a 40ºC, como citado em Doorenbos *et al.* (1979 *apud* EMBRAPA, 2003). O final do ciclo pode coincidir com período seco para possibilitar a secagem do capulho, que por sua vez, poderá interferir na qualidade da fibra. Temperaturas inferiores a 20ºC diminuem o comprimento da fibra e outras características tecnológicas, pois reduzem o metabolismo celular. Recomenda-se então, as seguintes condições climáticas para a produção máxima de algodão herbáceo: temperatura média do ar variando entre 18 e 40ºC; precipitação anual variando entre 700 e 1.300mm; umidade relativa média do ar em torno de 60%; nebulosidade inferior a 50%; inexistência de inversão térmica; e, inexistência de alta umidade relativa do ar associada à alta temperatura (ARAÚJO *et al.*, 2005 *apud* VIDAL & CARNEIRO, 2006).

Por se tratar de uma planta oleaginosa, o algodoeiro herbáceo (*Gossypium hirsutum* L.r *latifolium* Hutch), afirma-se como exigente em relação ao solo, preferindo aqueles de textura média, profundos, ricos em

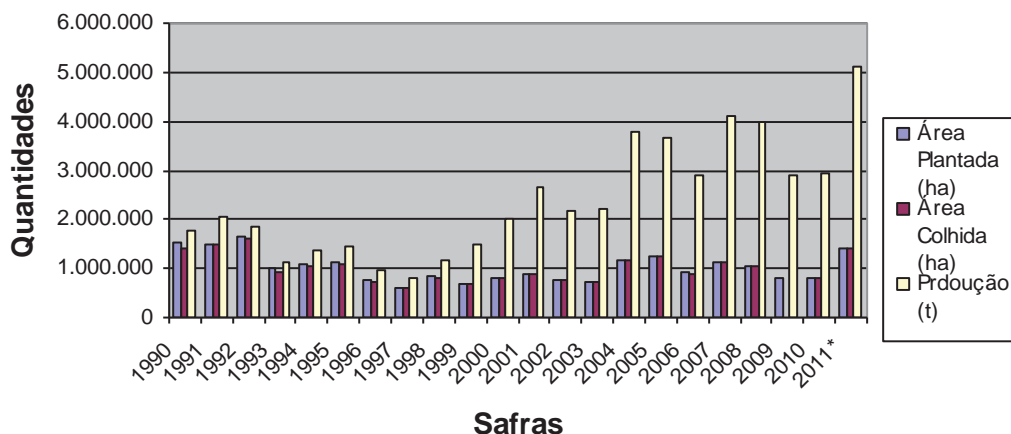
matéria orgânica, permeáveis, bem drenados e de boa fertilidade. No entanto, trata-se de uma cultura de larga adaptação, no que se refere às condições edáficas, podendo ser cultivada em diversos tipos de solo de características físicas adversas e menos férteis, desde que sejam efetuadas as devidas correções, de forma que passem a apresentar características suficientes para atender às necessidades básicas ao seu pleno desenvolvimento por outro lado, solos rasos, excessivamente arenosos e/ou pedregosos, demasiadamente argilosos e/ou siltosos e de baixa permeabilidade, devem ser evitados por suas características de difícil correção. Áreas sujeitas a encharcamento também são desfavoráveis ao cultivo do algodoeiro por não suportarem baixa oxigenação no ambiente radicular. Segundo a EMBRAPA (2003, p. n/d) “os solos de cerrado, em geral, por serem profundos, apresentam características de valor elevado em capacidade de infiltração de água, em acidez hidrolítica, em toxidez de alumínio, na capacidade de fixação de fósforo e baixos níveis de potássio, cálcio e magnésio trocáveis [...]”. Conforme ressalta Richetti (2005 *apud* VIDAL & CARNEIRO, 2006), as altas produtividades verificadas nos cerrados brasileiros revelam o elevado potencial dos solos desta região para o cultivo do algodoeiro. Nestes solos, predominam latossolos álicos, de textura média a arenosa, areias quartzosas e associações. Nos solos são realizadas calagens com calcário e gesso para neutralizar a toxidez do alumínio em profundidade.

O cultivo do algodão nos cerrados nordestinos possui sistema de produção com características semelhantes ao da região Centro-Oeste. O algodão é plantado por empresários que também exploram a cultura da soja. Vidal & Carneiro (2006) citam que o plantio começa no mês de dezembro quando se inicia o período chuvoso, estendendo-se até abril. É comum a prática do plantio direto e semi-direto. O plantio é realizado em rotações com a soja. No Cerrado, predomina o cultivo do algodoeiro sobre palha de milho, que é semeado no início da estação das chuvas e em seguida dessecado com herbicidas para a futura semeadura. Antes da semeadura do milho, o solo é intensamente revolvido, sobretudo com grades. Esses produtores plantam o algodão após alguns anos de exploração da área com soja, quando o solo já está bem trabalhado. Isso se dá porque o algodão é mais exigente em fertilidade que a soja, que fixa nitrogênio no solo o que beneficiará o algodão no próximo plantio (LAMAS, 2008).

Chiavegatto (2005 *apud* VIDAL & CARNEIRO, 2006) afirma que o sistema de produção do algodão, apresenta-se ainda como uma atividade de risco elevado, pois exige um crescente do número de aplicações de inseticidas, principalmente para o controle de pulgões e a aplicação de fungicida eleva os custos de produção. Para a colheita do algodão, utiliza-se colheitadeiras automotrizes de 4 e 5 linhas, que descarregam o algodão colhido em reboques basculantes tratorizados. Os reboques transportam o algodão até uma prensa enfardadeira. Por medida de segurança, as colheitadeiras são acompanhadas por carro-pipa, por ser o algodão um produto altamente inflamável.

## 6.2. O Contexto Econômico

Até o início da década de 90, a cotonicultura no Brasil concentrava-se nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul. Após esse período, aumentou significativamente a participação do algodão produzido nas áreas de cerrado, basicamente da região Centro-Oeste. Esta região, que em 1990 cultivava apenas 123.000 há (8,1% da área de algodão do País) passou para 501.761 ha em 2010, correspondendo a 60,8% do total da área nacional. O Gráfico 1 apresenta uma série histórica da produção de algodão no Brasil no período de 1990 a 2011 (EMBRAPA, 2003; IBGE, 2011).



**Gráfico 1 - Indicadores Econômicos do Cultivo do Algodão Herbáceo no Brasil no Período de 1990 a 2011.**

**Fonte: IBGE (2011).**

\* Dados anuais estimados em Ago de 2011.

Os estados do Centro-Oeste, produtores de algodão herbáceo, são Mato Grosso, Goiás e Mato Grosso do Sul. Outros estados brasileiros que também estão produzindo algodão no Cerrado são Bahia e Maranhão na região Nordeste, cujos sistemas de produção apresentam características semelhantes às do Centro-Oeste.

O deslocamento da produção de algodão para a região dos cerrados, principalmente do Centro-Oeste, foi resultante das condições favoráveis para o desenvolvimento da cultura e da utilização de variedades adaptadas às condições locais, tolerantes a doenças e com maior potencial produtivo, aliadas às modernas técnicas de cultivo. Soma-se a isso, a expressiva elevação dos preços internos no primeiro semestre de 1997, o estreito suprimento do produto no mercado interno e o estímulo dos governos estaduais, através de programas especiais de incentivo ao plantio do algodão (EMBRAPA, 2003).

A região Centro-Oeste responde por 60,8% do algodão produzido no Brasil. Somando-se a produção do Centro-Oeste com a da Bahia e do Maranhão, o algodão do cerrado representa mais de 80,0% da produção nacional. Outro fator determinante da evolução da cultura do algodão no Centro-Oeste é a produtividade. Enquanto no Sul, representado pelo estado do Paraná, a produtividade em 2010 foi de 2.051 kg/ha e no Sudeste, de 3.272 kg/ha de algodão em caroço, a média do Centro-Oeste foi de 3.548 kg/ha (IBGE, 2011).

De acordo com os dados do IBGE (2011), a produção nacional de algodão, prevista para agosto de 2011, foi de 5.094.257 toneladas, maior 73,8% do que a alcançada na safra passada. Com um rendimento médio esperado de 3.636 kg/ha, o aumento da área plantada (69,8%) foi o grande responsável pelo ganho na produção em relação a 2010. O maior produtor do País, o Estado do Mato Grosso, plantou área de 718.636 ha em 2011 e espera colher 2.562.510 toneladas. Mato Grosso do Sul que tem cerca de 70% do algodão colhido, informou, baseado em reavaliações, rendimento médio de 3.820 kg/ha, com o que pode encerrar a colheita totalizando 232.727 toneladas. Esta previsão é para uma área plantada de 60.958 ha. O preço médio pago ao produtor do algodão em caroço está variando entre R\$ 22,00 e R\$ 25,00 a arroba.

O Estado de Goiás aumentou sua área plantada, em relação a 2010, em 159,7% e espera colher 423.358 toneladas. No Nordeste, a Bahia deverá colher 1.578.522 t de algodão em 2011. Este volume estimado de produção é 58,5% superior ao colhido em 2010, devido, sobretudo, ao aumento da área plantada. O

Piauí, que em 2011 aumentou significativamente sua área plantada com a cultura (189,9%), espera colher 57.414 toneladas de algodão, representado um incremento de 175,4%.

### **6.3. Externalidades Algodoeiras: o Declínio das Emissões de Gases Poluentes Devido à Queima de Resíduos do Algodão**

Jallow (1995 *apud* MCT, 2010) estima que cerca de 40% dos resíduos agrícolas produzidos anualmente nos países em desenvolvimento (425 Tg de biomassa seca) recorrem às queimadas no campo para, dentre outros motivos, combaterem a broca da raiz, a lagarta rosada e o bicudo, como parte do manejo integrado de pragas na cottonicultura.

A queima de resíduos, como os resíduos de algodão, produz significativa liberação de CO<sub>2</sub> (gás carbônico), o qual, no entanto, não é considerada como uma emissão líquida, pois o CO<sub>2</sub> emitido foi absorvido previamente na cultura através da fotossíntese. Porém, durante o processo de combustão, outros gases, além do CO<sub>2</sub>, são produzidos. As taxas de emissão desses gases dependem do tipo de biomassa e das condições da queima. Na etapa de combustão com chama são gerados os gases N<sub>2</sub>O (óxido nitroso) e NO<sub>x</sub> (óxido de nitrogênio), sendo que os gases CO (monóxido de carbono) e CH<sub>4</sub> (metano) são formados sob condições de queima com predomínio de fumaça (IPCC, 1996).

No Brasil, o Decreto Federal nº 24.114, de 12 de abril de 1934, estabelecia que as providências quanto às medidas de defesa agrícola a serem aplicadas nos territórios visando à profilaxia, enquanto atribuía a proteção das lavouras locais aos estados e municípios. Isso resultou na criação de leis estaduais nos Estados produtores de algodão que regulamentam a obrigatoriedade da destruição de restos culturais da planta. Devido à maior intensificação tecnológica na cultura do algodão, a prática de queima teria sido substituída por métodos mecânicos e químicos dos resíduos da colheita e pela adoção de outras medidas para controle de pragas e doenças a partir de meados da década de 90. A legislação também se estendia às indústrias de beneficiamento, as quais deveriam destruir, pelo fogo, todos os resíduos provenientes do algodão (RIGHI *et al.*, 1965 *apud* MCT, 2010).

Segundo informações obtidas junto a especialistas, a Região Nordeste seria exceção à regra, onde os restos de cultura são geralmente destinados à alimentação animal, sobretudo as cápsulas, ricas em proteínas. Assim, para fins das estimativas de emissão de gases de efeito estufa, a produção de algodão na Região Nordeste do Brasil não foi considerada, uma vez que a prática de queima dos resíduos dessa cultura foi considerada nula na região.

No relatório de referência do Primeiro Inventário Nacional pelo Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT em 2004, para o período de 1986 a 1996, convencionou-se que uma fração de 50% da área colhida nos Estados produtores ainda era submetida à queima (exceto os da região Nordeste) considerando a legislação vigente, uma vez que não existiam estatísticas oficiais que permitissem uma avaliação da fração queimada de resíduos. Reavaliou-se a prática de queima como método de erradicação e eliminação dos restos culturais no período posterior a 1990. Não obstante a legislação vigente na maioria dos Estados, a qual permite a queima, mas não a obriga, a prática comum tem sido o de roçar e gradear os restos culturais, incorporando os resíduos ao solo. O tratamento químico é mais utilizado em casos de rebrota (MCT, 2010).

No Segundo Inventário Nacional, a queima de resíduos de algodão foi diferentemente considerada nas estimativas de emissão de gases de efeito estufa, uma vez que, de acordo com especialistas, ficou convencionado que a queima de resíduos de algodão herbáceo deixou de ser a prática comum a partir de 1990. Das áreas de algodão com queima de resíduos, a proporção de 50% de queima nesse ano foi reduzida linearmente até a sua completa extinção em 1995.

## 7. CONCLUSÃO

A constatação de que há grande potencialidade na adoção de um novo modelo agrícola, capaz de fomentar o aumento de eficiência produtiva, e na melhor gestão do solo, na medida em que reduz as taxas históricas de emissões de GEE, tem motivado vários atores e centros de pesquisas envolvidos no processo produtivo, em especial em países desenvolvidos, para os quais o setor agrícola tem significativa importância relativa, a promoverem uma campanha para viabilizar sua adoção internacional.

A quantificação do passivo ambiental advindo das práticas agrícolas deverá em médio prazo ser incorporado ao comércio internacional na forma do conceito de “pegada de carbono” ou no impacto que uma determinada atividade gera em termos de contribuição para o aquecimento global. Deste modo, quanto maior a pegada de carbono de uma determinada atividade, maior será o passivo climático gerado. O Brasil tem adotado um discurso vigoroso em defesa do equilíbrio de tratamento entre adaptação e mitigação no contexto da negociação da Aliança Global de Pesquisa sobre Gases de Efeito Estufa na Agropecuária no âmbito da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima - CQNUMC, cujo principal objetivo é promover o intercâmbio de conhecimento científico e potencializar ações de mitigação no setor agrícola, mas até o fechamento deste trabalho o País ainda não havia formalizou sua adesão a esta iniciativa.

Ainda que o cultivo do algodão brasileiro tenha apresentado diminuição nas emissões de GEEs, um estudo mais aprofundado do cultivo dessa oleaginosa dever ser realizado com o emprego da ferramenta de Avaliação do Ciclo de Vida – ACV nos maiores Estados produtores para de fato inventariar a quantidade de energia, água etc, que são processados neste cultivo.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMBRAPA. EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Cultura do algodão no Cerrado**. Campina Grande – PB: Embrapa Algodão, 2003. Disponível em: <http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Algodao/AlgodaoCerrado/importancia.htm>. Acessado em 02/ 05/ 2010.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Levantamento Sistemático da produção agrícola**. Pesquisa mensal de previsão e acompanhamento das safras agrícolas no ano civil. Vol. 24. N° 08. Rio de Janeiro – RJ: IBGE, Ago/ 2011, p.1-82.

IPCC. INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE. **Guidelines for national greenhouse gas inventories: reference manual**. Vol. 3. Braknell - UK: IPCC, 1996. Disponível em: <http://www.ipcc-nggip.iges.or.jp/public/gl/invs6.html>. Acessado em 22/ 08/ 2011.

LAMAS. F. M. **Manejo cultural do algodoeiro nas condições do Cerrado**. In: BELTRÃO, N. E. M.; AZEVEDO, D. M. P. (Eds.). O agronegócio do algodão do Brasil. Vols. 1 e 2. 2ª ed. Brasília – DF: Embrapa/ Informações Tecnológicas, 2008.

MCT. MINISTÉRIO DA CIÊNCIA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. **Emissões de gases decorrentes da queima de resíduos agrícolas.** Segundo Inventário Brasileiro de Emissões e Remoções Antrópicas de Gases de Efeito Estufa: Relatórios de Referência. Brasília- DF: MCT/ EMBRAPA, 2010. Disponível em: <[http://www.mct.gov.br/upd\\_blob/0215/215794.pdf](http://www.mct.gov.br/upd_blob/0215/215794.pdf) > Acesso em 17/ 09/ 2011.

MOZZER, B. **Agropecuária no contexto da economia de baixo carbono.** In: MOTTA, R. S.; HARGRAVE, J.; LUEDEMANN, G.; GUTIERREZ, M. B. S. (Orgs.). Mudança do clima no Brasil: aspectos econômicos, sociais e regulatórios. Brasília – DF: Ipea, 2011.

PINHO, D. B; VASCONCELLOS, M. A. S. (Orgs.). **Manual de economia: equipe de professores da USP.** 5ª edição. São Paulo: Saraiva, 2004.

SANCHEZ, E. L. **Avaliação de impacto ambiental: conceito e métodos.** São Paulo - SP: Oficina de Textos, 2008.

THOMAS, M. J; CALLAN, J. S. **Economia Ambiental: aplicações, políticas e teoria.** São Paulo - SP: Cengage Learning, 2010.

TRIVNÕS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo – SP: Atlas, 1987.

VIDAL, M. F.; CARNEIRO, W. M. A. **Cotonicultura nos cerrados nordestinos: produção, mercado e estruturação da cadeia produtiva.** Série Documentos do ETENE. N°13. Fortaleza – CE: Banco do Nordeste do Brasil, 2006.



# Planejamento Urbano e Regional

## A CRIANÇA ORIUNDA DA FAVELA QUE PASSA A VIVER EM ESPAÇOS BENEFICIADOS PELO PLANEJAMENTO URBANO NO DISTRITO DE GUAIBIM EM VALENÇA NA BAHIA

C. M. Leão<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade do Estado da Bahia - UNEB  
carlaagenda@yahoo.com.br

### RESUMO

O presente artigo analisa as condições em que viviam as crianças que moravam nas palafitas, favela do distrito do Guaibim, em Valença na Bahia e que passam a viver no Loteamento Nova Canaã, bairro criado a partir do Programa de planejamento e desenvolvimento urbano *Morada de Todos Nós* do Estado da Bahia. Tendo por objetivos analisar a condição de vida das crianças que lá viviam, bem como, entrevistar 50 delas com idade entre 06 e 12 anos sobre o que mudou em suas vidas quando passaram a viver em casas populares em um bairro urbanizado. A proposta do trabalho é a de tentar compreender em que medida suas vidas mudaram e que benefícios trouxe o Programa de planejamento e urbanização do Estado da Bahia *Morada de Todos Nós* para a realidade desses menores. O trabalho se desenvolveu através de uma pesquisa de caráter exploratório, que de acordo com Gil consiste em caracterizar um problema ou um espaço, quanto a sua classificação e definição. Optou-se por uma abordagem qualitativa utilizando o método de estudo de caso.

**Palavras-chave:** criança. favela. planejamento urbano.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo analisa as condições em que viviam as crianças que moravam nas palafitas, favela do distrito do Guaibim, em Valença na Bahia e que passam a viver no Loteamento Nova Canaã, bairro criado a partir do Programa de planejamento e desenvolvimento urbano *Morada de Todos Nós* do Estado da Bahia.

Tendo por objetivos analisar a condição de vida das crianças que lá viviam, bem como, entrevistar 50 delas com idade entre 06 e 12 anos sobre o que mudou em suas vidas quando passaram a viver em casas populares em um bairro urbanizado. Na tentativa de compreender em que medida a vida dessas crianças mudou e que benefícios trouxe o Programa de planejamento e urbanização do Estado da Bahia *Morada de Todos Nós*.

Este trabalho nasce da inquietação de tentar compreender a condição de vida de crianças que residem em áreas de periferia, neste caso, em favelas. Possibilitando realizar uma análise sobre seus direitos e garantias, preconizado na Constituição de 1988 e reiterado no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. E em que medida esses direitos e garantias são asseguradas, visto serem as crianças e adolescentes, as maiores vítimas da pobreza e da desigualdade social em todo o mundo. Permitindo ainda, observar mais atentamente os programas sociais fruto de políticas públicas, voltadas para a melhoria da qualidade de vida de famílias em condição de pobreza.

A primeira parte do trabalho preocupa-se em discutir a situação da criança na pobreza no Brasil e no mundo, buscando entender a evolução dos direitos e garantias, preconizados pelas organizações mundiais responsáveis pela defesa desses direitos, discorrendo sobre as políticas públicas brasileiras voltadas para as crianças e para o planejamento dos espaços onde habitam esses menores. A segunda parte do artigo descreve a trajetória metodológica percorrida para a construção do trabalho. A terceira parte analisa os resultados da pesquisa realizada com crianças entre 06 e 12 anos que moravam nas palafitas, favela do distrito de Guaibim em Valença na Bahia, e que passam a morar no loteamento Nova Canaã, no mesmo município. A quarta e última parte discorre sobre as conclusões deste trabalho.

## 2. A SITUAÇÃO DA CRIANÇA NA POBREZA NO BRASIL E NO MUNDO

A situação de pobreza para cerca de 50% dos dois bilhões de crianças que vivem no mundo, segundo Relatório da Situação Mundial da Infância de 2005, publicado pela UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância), demonstra que as desigualdades sociais, roubam das crianças o direito a sobrevivência, saúde e nutrição, educação, proteção, habitação e a participação na sociedade da qual fazem parte.

Desde 1948, uma Assembleia Geral das Organizações das Nações Unidas aprovou a Declaração Universal dos Direitos Humanos, afirmando no Artigo 25 que a criança tem direito a cuidados e assistência especiais. Mas apenas 54 anos depois, em 2002, é que acontece uma Assembleia Geral da ONU, com uma Sessão Especial para discutir as questões relacionadas à criança, e pela primeira vez líderes mundiais firmam o compromisso de construir “um mundo para as crianças”. Reiterando que a família “detém a responsabilidade primária pela proteção, pela educação e pelo desenvolvimento da criança e tem o direito de receber ampla proteção e apoio”.

Mesmo diante de um acordo quase universal da Convenção sobre os Direitos da Criança, os governos ainda não criaram condições claras e reais para que esses direitos sejam validados. Considerando que, de acordo com dados do relatório da UNICEF de 2005, cerca de 29 mil crianças

menores de 5 anos morrem diariamente de causas facilmente evitáveis. A pobreza arruína a vida de um bilhão de crianças, mesmo diante de toda riqueza das nações.

A Constituição Brasileira de 1988, no artigo 227 afirma que:

[...]é dever da família e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (BRASIL, 1988, p.176).

Princípios reiterados pelo Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, em seu artigo quarto. Entretanto, esses direitos e garantias não estão assegurados na prática.

### **Políticas Públicas Brasileiras e suas garantias para as crianças em situação de pobreza**

Nos países em desenvolvimento, mais de uma em cada três crianças não dispõe de abrigo adequado, uma em cada cinco crianças não tem acesso à água limpa, e uma em cada sete não tem acesso a nenhum tipo de serviço essencial à saúde. (UNICEF, 2005, p.10). O mesmo relatório aponta que uma em cada três crianças do mundo, nos países em desenvolvimento, totalizando mais de 500 milhões de crianças, não tem acesso a nenhuma instalação sanitária, sendo que o problema é acentuado em áreas rurais. A ausência de saneamento básico aumenta o risco de doenças, que comprometem seu aproveitamento escolar.

Há ainda o problema da privação de abrigo, que sofrem mais de 640 milhões de crianças, totalizando mais de 14% das crianças dos países em desenvolvimento. Reiterando que, para as crianças das áreas rurais essa probabilidade é quatro vezes maior segundo dados do relatório da UNICEF de 2005.

Com a Constituição Federal de 1988 e o Estatuto dos Direitos das Crianças e dos Adolescentes – ECA, o Brasil avançou muito em relação à gestão das políticas voltadas ao atendimento e a garantia dos direitos das crianças. Mas ainda não foi criada uma política nacional capaz de realizar uma intervenção social eficaz. É neste contexto nacional de déficit habitacional e de grandes disparidades sociais que nasce o Programa do Governo Federal, vinculado ao Ministério das Cidades, Pró-Moradia, que visa financiar conjuntos habitacionais, urbanizar e regularizar áreas de favelas, através de recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS e recursos do Banco Internacional de Desenvolvimento - BID, programa este destinado aos governos estaduais e municipais brasileiros.

No Estado da Bahia, o Programa ganha o nome de *Projeto Morada de Todos Nós*, e nasce com o propósito de garantir a proteção às famílias em situação de vulnerabilidade decorrente da condição de pobreza, inserindo, por sua vez, uma política voltada à habitação de interesse social (Diretrizes 05, Infraestrutura Social, Estado da Bahia). É também objetivo do Projeto discutir junto à comunidade beneficiada, todas as etapas a serem implementadas, desde sua concepção à conclusão, para garantir seu crescimento e sustentabilidade.

O *Projeto Morada de Todos Nós* é dirigido às famílias participantes do Programa Bolsa Família – PBF, também do Governo Federal, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento Social – MDS, e que por sua vez, tem como propósito articular as ações de moradia às atividades socioproductivas, visando à inclusão social das famílias atendidas.

Em Valença, na Bahia, cidade de população estimada pelo IBGE em 2004 de 82.936 mil habitantes, no baixo-sul do Estado, o *Projeto Morada de Todos Nós* foi implementado no Distrito de Guaibim (Povoado na Praia de Guaibim, localizado a 17 km da sede, considerado como zona rural) e atendeu a 116 famílias em 2008, que até então eram moradores das palafitas, favela constituída em área de manguezal.

### **Palafitas, a favela, do Distrito de Guaibim, e as condições de existência presentes nela.**

As palafitas no Distrito de Guaibim surgem a partir do crescimento da comunidade, em região de Praia, no baixo sul da Bahia. Crescimento que se dá devido às transformações do local que já era naturalmente bonito, mas que passa a ser também atrativo turístico. A partir de modificações estruturais que vão acontecendo gradativamente na comunidade, como: a valorização do local a partir da inauguração de uma estrada nova, a construção de pousadas e hotéis, bem como, a chegada de energia elétrica e de água encanada e tratada para toda população. Entretanto, junto a este desenvolvimento, cresceram os problemas de urbanização e planejamento urbano, motivados pela chegada de pessoas que vinham de outros municípios em busca de trabalho e oportunidades de crescimento.



**Figura 1** – As palafitas do Distrito de Guaibim

**Fonte:** Cloves Luz, 2004, apud, PIRES, 2010.

As palafitas do Distrito do Guaibim surgem em uma área de manguezal (Área de Proteção Ambiental - APA do Pratigi) sujeitas ao movimento da maré, daí sua denominação. Sem qualquer condição de salubridade, esse passa a ser um local que não oferece rede de esgoto, água encanada ou energia elétrica legal. Os pontos de energia presentes eram oriundos de ligações clandestinas, ou seja, de “gatos”. E todo dejetos produzido pela população que habitava a área era jogado diretamente no mangue, a exemplo: lixo e esgoto, que provocavam mau cheiro, tornando o ambiente propício para o surgimento de diversas enfermidades para a população e, sobretudo para as crianças que ali viviam.

Nigro (2007, p.86) apresenta a favela como um processo de insustentabilidade urbana, configurada pelo desequilíbrio do sistema ambiental urbano e por sua vulnerabilidade. E que de acordo com estudiosos do assunto, todos os municípios brasileiros que declararam a existência de favelas, surgiram em decorrência de grupos de pessoas desassistidas, que não tendo outra opção, foram se aglomerando nas periferias e em áreas impróprias para moradia.

A favela tem sido apresentada como um processo de anti-urbanização no conceito de Bernardi (2007, apud NIGRO, 2007), por representar “a falência de uma sociedade que não é capaz de ofertar condições de igualdade a todos os cidadãos que a compõem”. Bernardi aponta a desigualdade social como uma das principais causas para o surgimento desses espaços urbanos desordenados, conhecidos como favelas. E reitera que, “a favela traz todas as mazelas da vida urbana e que demonstra a falência da sociedade capitalista em seu propósito de assegurar aos moradores da cidade aquilo que é um direito fundamental: a habitação com dignidade”. (BERNARDI, 2007, apud NIGRO, 2007)

Direito fundamental esse também não assegurado às crianças que moravam nas palafitas, mesmo que ainda reforçado pela Constituição Federal em seu artigo 227, que preconiza que a família e o Estado devem assegurar à criança o direito à dignidade, ao lazer, ao respeito, à liberdade, à convivência familiar e comunitária, dentre outros, mas que deve também colocá-los a salvo de toda forma de negligência e opressão. É difícil de imaginar que uma criança que viva em uma favela, especialmente no caso em questão, nas Palafitas do Guaibim tivessem esses direitos garantidos.

## ENCONTROS E DESENCONTROS: A TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

O interesse pelo estudo da condição de vida de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade surgiu com a minha experiência como Gestora Municipal do Fundo dos Direitos da Criança e Adolescente no município de Valença, em 2005, ocasião em que ainda cursava Pedagogia.

É neste cenário que nasceu o interesse para realizar a pesquisa de caráter exploratório, que de acordo com Gil “consiste em caracterizar um problema ou um espaço, quanto a sua classificação e definição, sendo desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. (GIL, 2008, p.27).

Priorizamos a abordagem qualitativa utilizando o método estudo de caso que de acordo com Yin apud Gil (2007, p.73) “é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade”.

A investigação teve início com o estudo das condições de moradia das crianças que outrora viviam nas palafitas do distrito de Guaibim e que posteriormente vão morar no Loteamento Nova Canaã, Projeto Morada de Todos Nós. Esta pesquisa contempla um levantamento bibliográfico que teve como finalidade conhecer mais sobre o tema pesquisado. Sendo que o trabalho se desenvolveu em dois momentos, o primeiro que contemplou o estudo sobre a temática que ocorreu nos meses de julho a setembro de 2010, a aplicação dos questionários, realizada no período de outubro de 2010. O objetivo inicial era de aplicar 50 questionários, mas só obtivemos 32.

Os questionários foram aplicados *in loco*, oportunidade em que pudemos conhecer as crianças da comunidade e indagá-las a respeito de suas experiências na moradia antiga e na atual. Na primeira visita realizada, procuramos o líder da associação do bairro para informar do trabalho e de sua finalidade, bem como, para solicitar autorização para realizar a atividade de pesquisa. Na mesma oportunidade, visitamos algumas residências para falar com pais de crianças, informando ao tempo que solicitávamos a autorização para aplicar os questionários com seus filhos.

O questionário foi redigido anteriormente, contendo 10 perguntas. No momento da elaboração do mesmo foi considerado o fato do público alvo se tratar de crianças na faixa etária entre 06 e 12 anos de idade.

Com as respostas obtidas nos questionários, passamos para uma leitura minuciosa dos dados e para a posterior análise do pesquisador. Constituindo como uma das etapas mais ricas e importantes deste trabalho. Visto ser o momento de confronto e diálogo entre o já consagrado na literatura e as percepções e confirmações dos sujeitos da pesquisa. Uma vez de posse dos questionários procedemos à

tabulação, através de uma análise qualitativa dos dados. A análise pormenorizada segue no próximo capítulo.

## **CASA NOVA, VIDA NOVA: O QUE MUDOU NA VIDA DAS CRIANÇAS QUE PASSAM A VIVER NAS CASAS POPULARES DO DISTRITO DO GUAIBIM EM VALENÇA NA BAHIA**

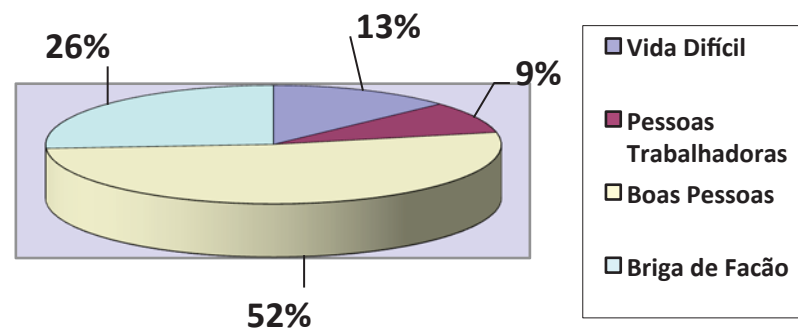
A gestão e o planejamento urbano tem sido considerados instrumentos importantes para a implementação dos direitos fundamentais de todos os cidadãos, de acordo com Bernardi, que aponta que "independente de local ou hierarquia social, devem estar presentes em todos os espaços urbanos a infraestrutura básica, garantindo a diminuição das desigualdades sociais através da universalização do acesso aos bens que a urbanização oferece" (BERNARDI, 2007, p. 53).

O estudo em questão aborda como políticas públicas, incluindo programas de planejamento urbano melhoraram a qualidade de vida de crianças que outrora se encontram em situação de vulnerabilidade social. Com o objetivo de melhor expor a análise optamos por dividir em eixos que nortearam a pesquisa: Eixo I – As condições de Vida nas Palafitas do Distrito do Guaibim e a perspectiva de qualidade de vida no Loteamento Nova Canaã; Eixo III – O que mudou na vida dessas crianças? Citamos algumas falas, identificando-as como P=Participante e enumerando-os como P1.,P2.,P3, etc.

### **Eixo I – As condições de Vida nas Palafitas do Distrito de Guaibim em Valença na Bahia e a perspectiva de qualidade de vida no Loteamento Nova Canaã**

A figura a seguir demonstra o que acham as crianças sobre as pessoas que moram em palafitas (favelas)? As respostas revelam que 13% das crianças têm a imagem de que pessoas que vivem em favelas têm uma vida difícil, mas que, contudo, são pessoas trabalhadoras, afirmaram 9% delas. Ainda que, 26% das crianças tenham citado a incidência de brigas com facão, o que demonstra em algum momento sua incerteza sobre o que pensar em relação à comunidade que fazem parte, a grande maioria, 52%, tem uma imagem positiva sobre os moradores, afirmando serem estas boas pessoas.

### O que você acha das pessoas que moram em palafitas (favelas)?



**Figura 2**

Fonte: Carla Matos Leão, 2010

Para melhor entender as condições de vida nas palafitas foi preciso indagá-los de forma subjetiva, para que cada um, a sua maneira pudesse expressar da maneira mais natural e verdadeira possível, aquilo que sentia em relação ao ambiente e às condições de existência presentes.

As crianças foram questionadas se para elas fazia diferença morar em uma casa ou em uma palafita na favela, e as respostas foram dadas com muita clareza e objetividade conforme a participante 9 afirma que “faz muita diferença, lá na favela a casa era de tábua, a água entrava. Até a ponte ficava embaixo da água. As pessoas andavam pela lama”.

As organizações mundiais responsáveis em pensar as questões que envolvem os direitos humanos, sobretudo os de crianças e adolescentes, a exemplo da União das Nações Unidas a ONU e o Fundo das Nações Unidas para a Infância – UNICEF, afirmam no Relatório que expõe a Situação Mundial da Infância de 2005, que:

[...] reduzir a pobreza infantil significa garantir às crianças o direito aos bens e serviços necessários para sua sobrevivência e para crescimento e desenvolvimento normais. Significa também melhorar as oportunidades de participação na sociedade para crianças desprivilegiadas. Essas duas preocupações apoiam-se mutuamente; juntas, elas oferecem uma plataforma para atacar a pobreza infantil como uma questão de direitos humanos. É impossível falar de oportunidades iguais sem antes atender os direitos das crianças em termos de sobrevivência, saúde e educação, sem oferecer bens e serviços essenciais, tais como acesso a água limpa ou nutrição adequada. No entanto, mesmo que esses direitos sejam atendidos, as crianças ainda continuarão relativamente excluídas se não puderem desfrutar de oportunidades iguais (UNICEF, 2005, p.06).

Na figura abaixo apresentamos as principais afirmações das crianças quando questionadas sobre a diferença entre morar em uma casa e em uma palafita na favela.

A dimensão que mais chama atenção está relacionada ao direito da criança de “ser criança” e isso fica explícito nas falas, quando 35% afirmam que morar no Loteamento Nova Canaã é melhor porque lá elas podem brincar. Tem espaço para correr, é fácil fazer amigos, também dá para brincar de



boneca. Algo tão simples e que deveria ser corriqueiro, passa a ser motivo de comemoração e exaltação para crianças que outrora não reconheciam a possibilidade de vivenciar essa dimensão do “ser criança”.

Outro aspecto interessante observado é em relação à noção e diferenciação que elas fazem do espaço onde não há qualquer ordem ou organização urbana, neste caso, a favela, que é definida por Nigro (2007, p.86) como sendo uma situação que nasce de um desequilíbrio do sistema ambiental urbano, e que fica evidenciado nas falas quando afirmam 25% delas que faz diferença entre morar na favela e no bairro urbanizado, porque lá tinha esgoto, o que não acontece no Loteamento Nova Canaã. Elas também reforçam essa ideia da valorização do espaço organizado, quando 20% afirmam que é melhor morar no Loteamento porque a casa tem banheiro e 10% porque a casa é de cimento. Todas essas seriam afirmações inócuas se essas crianças tivessem vindo de outro espaço também organizado e urbanizado. Entretanto, cada detalhe para elas é exaltado e comemorado.

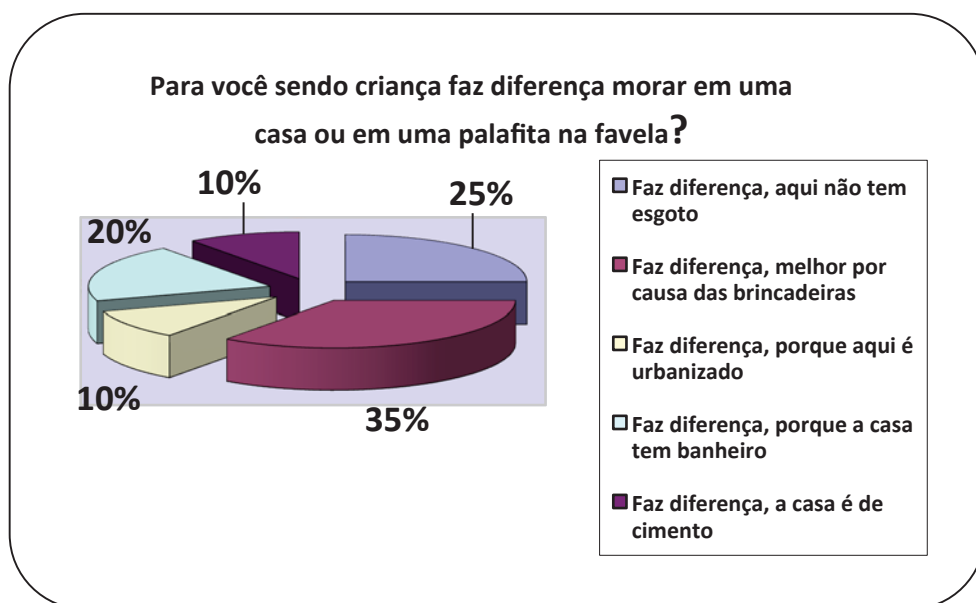
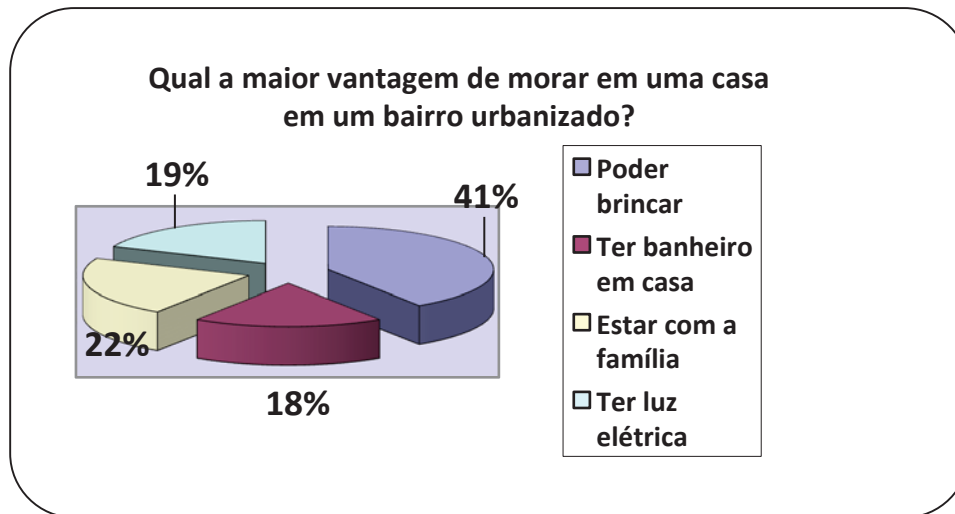


Figura 3

Fonte: Carla Matos Leão, 2010

Foi para tentar compreender em que medida que as mudanças nas condições de moradia das crianças das palafitas do distrito de Guaibim transformaram a perspectiva de vida desses menores. E em todo momento da análise das respostas dadas aos questionamentos realizados, ficou claro de como existe uma certeza para cada um deles de que a vida realmente mudou para melhor. E isso se evidencia na fala da participante 20 que afirma que “agente não precisa ter medo de bactéria, porque aqui andamos calçados e não tem lama. Só tem que ter cuidado com a pista”.

Eram as preocupações que povoavam os pensamentos das crianças que viviam na favela, essa mesma preocupação é transformada em certeza de segurança para eles quando perguntados sobre Qual a maior vantagem de morar em uma casa em um bairro urbanizado? E nas inúmeras respostas dadas, ficou a certeza de que muitos medos foram deixados pra trás junto às antigas habitações que deixaram de existir. É o que ilustra a figura a seguir.



**Figura 4**

**Fonte:** Carla Matos Leão, 2010

Fica explícito na fala de 41% das crianças que o maior bem que elas adquiriram foi a garantia de ter uma infância feliz e livre, quando afirmam que a maior vantagem de morar no bairro novo é a possibilidade de poder brincar, correr à vontade, andar de bicicleta, brincar de boneca, ter amigos, ter uma vida saudável. O segundo aspecto mais citado por 22% delas, foi estar com a família. As crianças deixaram explícito o quanto esta passou a ser uma prática mais constante, o estar em família. E consequentemente, o quanto isto as faz se sentir seguras, protegidas. O terceiro e quarto aspecto mais destacados dizem respeito às condições de infraestrutura urbana que mudaram bruscamente. Por isso, 19% citam a importância de ter banheiro em casa e outras 19% citam também a importância de ter luz elétrica, o que nos remete também às questões de infraestrutura urbana que promoveram melhorias visíveis para as crianças fruto desta pesquisa.

### **Eixo III – O que mudou na vida dessas crianças?**

As mudanças promovidas na qualidade de vida das crianças pesquisadas são visíveis e foram sendo relatadas à medida que as questionávamos sobre a antiga e a moradia atual. Mas, para além das constatações nas mudanças físicas que se relacionam a melhora da moradia, perguntamos também como essas crianças se sentiam morando em uma casa e sobre o que as deixa mais feliz por estarem morando ali, na intenção de compreender um pouco quais as mudanças mais profundas ocorridas neste processo de transformação positiva no cotidiano desses brasileirinhos.

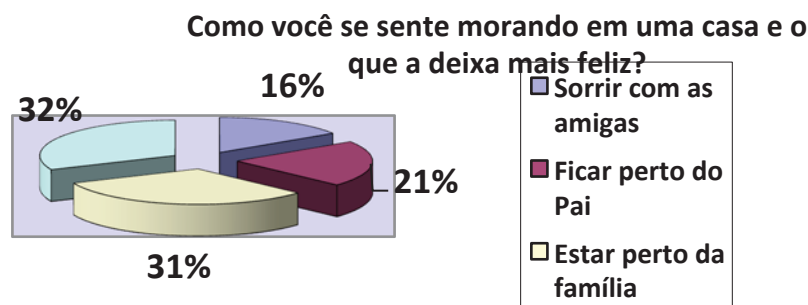
Quando perguntada sobre o que mudou em sua vida quando passou a morar em uma casa, a Participante 20 nos relatou “que a vida é melhor porque agora eu tenho um quarto. Os vizinhos não olham mais pelo buraco da parede. Não tem mais poluição. Aqui é melhor, agora tem até quintal”.

Observa-se na fala a importância da criança ter sua privacidade garantida, explícita quando ela diz que agora tem um quarto e que não é mais possível que os vizinhos olhem pelo buraco da parede. A mesma participante responde quando perguntada, sobre o que mais gosta no Loteamento Nova Canaã, “que gosta das pessoas, da convivência. Que ali não tem perigo de estupro. Antes eu tinham que pegar um barco para voltar pra casa quando a maré enchia e era perigoso”.

A criança na condição de pobreza é privada de muitos dos seus direitos, dentre eles da proteção contra danos e exploração. A pobreza as deixa em situação de completa vulnerabilidade e a única forma de arrebatá-las dessa situação, é cessando a condição social de exclusão a que foram expostas. E isso só

é possível se seus direitos e garantias forem colocados em prática.

A figura abaixo demonstra as mudanças mais profundas e significativas explicitadas pelas crianças quando perguntadas Como se sentem morando em uma casa e o que as deixa mais felizes por estarem ali.



**Figura 5**

**Fonte:** Carla Matos Leão, 2010

Ficou evidenciado através de 32% das respostas dadas pelas crianças que voltar a ser criança foi a maior conquista delas ao ganharem sua nova moradia no Loteamento Nova Canaã, quando afirmam que a melhor coisa para elas nessa vida é poder brincar. 31% delas relatam que o melhor é estar perto da família, uma vez que, nas antigas condições de vida da favela, muitas famílias se desestruturavam por não conseguirem lidar com as problemáticas que os cercavam. Ainda, 21% das crianças afirmam que o melhor é poder estar perto do pai, o que reforça a ideia de que com a melhoria da qualidade de vida proporcionada pela moradia, muitos problemas de convivência foram minimizados, alguns até finalizados, como nos disse uma das crianças que seu pai havia até parado de beber depois que mudou para a casa nova. E por último, 16% das crianças afirmaram que o melhor de morar no novo bairro é poder “sorrir com as amigas”.

Na Convenção sobre os Direitos da Criança onde participaram 192 países, ficou acordado que:

a criança tem direito de sobreviver, de receber alimentação e nutrição, de dispor de serviços de saúde e de ter abrigo. A criança também tem direito de ser estimulada e educada, tanto informal quanto formalmente, desde o nascimento. A criança tem direito de viver em um ambiente familiar carinhoso e compreensivo, em que a primeira preocupação sejam seus interesses; que forneça orientação adequada para suas capacidades em desenvolvimento; e que a prepare para uma vida individual em sociedade, em espírito de paz, dignidade, tolerância, liberdade, igualdade e solidariedade. A criança tem direito de ter recreação e de brincar, e de envolver-se em atividades esportivas e culturais – e deve ter a oportunidade de usufruir desse direito, em vez de ser submetida à violência e exploração (UNICEF, 2005, p. 11).

Quando o imaginado, o desejado, os tão almejados direitos humanos são colocados em prática, mesmo que em pequena escala, os desdobramentos positivos são vistos a olhos nus. O que só reforça a necessidade de que as políticas públicas sejam cada vez mais ostensivas a todos que delas necessitem verdadeiramente.

## CONCLUSÃO

Esta pesquisa trouxe dados sobre as condições de vida de crianças que viviam na favela, palafitas no distrito de Guaibim em Valença na Bahia e que passaram a viver em um bairro urbanizado, através de um Programa do Governo Federal, política pública, extensiva aos Estados e Municípios.

Foi possível também analisar as diferentes e expressivas nuances dos espaços onde há a presença da ordenação urbana e dos espaços onde este termo inexistente, neste caso, as favelas, que crescem motivadas pelas desigualdades impostas pelo modelo econômico capitalista, que expõe milhares de pessoas a uma condição de extrema pobreza. O que as impede de consumir, os então “produtos” deste mercado capitalista.

Este trabalho explorou a evolução dos direitos humanos, aproximando o olhar para as questões que afligem crianças em todo o mundo. Mas, apontando, sobretudo, as problemáticas a que estão expostas as crianças brasileiras. Buscando em nossa legislação o lastro para embasar a discussão em torno da condição de miséria e exclusão a que se submetem milhares de brasileiros.

O trabalho é uma amostra de como políticas públicas voltadas ao bem estar da coletividade e que tenham o fim precípuo de melhorar e transformar efetivamente a vida das pessoas que mais necessitam delas podem proporcionar transformações significativas. Não queremos com isso dizer que já é o bastante, mas sim, afirmar que o caminho da construção de uma sociedade melhor, de um país melhor, de um mundo mais igualitário e justo, passa pela compreensão de que toda e qualquer pessoa é um cidadão de direito que precisa ter sua dignidade garantida.

## REFERÊNCIAS

- BERNARDI, Jorge Luiz. **A organização municipal e a política urbana**. Curitiba: Ibpeex, 2007;
- BRASIL. Constituição da República Federativa de 1988. **Diário Oficial da União**, de 05 /10/1988. Brasília: Gráfica do Senado, 1988;
- BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm). Acesso em: 05 jun. 2011;
- DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 25ª Ed. Revista e atualizada. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.;
- Fundo das Nações Unidas para a Infância, 2005;
- NIGRO, Carlos Domingos. **(In) Sustentabilidade Urbana**. Curitiba: Ibpeex, 2007.

## AGRICULTURA FAMILIAR E SUA INTERFACE COM A DIMENSÃO ECONÔMICA: UM ESTUDO NA REGIÃO DO MATO GRANDE (RN)

M. M. Silva<sup>1</sup>; G. L. P. Camelo<sup>2</sup>; N. R. S. Paiva<sup>3</sup> e G. A. Spinelli<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Natal-Central

mel.marotta@hotmail.com.br – gerda.camelo@gmail.com – naty-paiva@hotmail.com – gi-spinelly@hotmail.com

### RESUMO

Em um cenário cada vez mais globalizado, de demandas pelo desenvolvimento sustentável, da crescente participação dos atores sociais nos processos decisórios, a realidade local requer estudos que analisem sua capacidade de avanços econômicos, sociais, políticos e ambientais. O presente artigo tem por objetivo analisar a interface entre a dimensão econômica e a agricultura familiar numa perspectiva de contribuir com o desenvolvimento local sustentável. O estudo foi realizado na região do Mato Grande (RN), em uma comunidade que tem como atividade econômica preponderante o cultivo do abacaxi. Por meio de um estudo exploratório descritivo, coletando dados via questionário aplicado junto aos integrantes da Cooperativa dos referidos agricultores, realizou-se a pesquisa de campo e após foi feita uma análise dialogada com os aportes teóricos. Corroborando com a análise são apresentados enfoques de Porto Gonçalves (2004), Clóvis Cavalcanti (2009), Carneiro *apud* Cruz (2007).

**Palavras-chave:** Agricultura familiar. Dimensão Econômica. PRONAF. Região Mato Grande (RN). Agroecossistema do Abacaxi.

## 1. INTRODUÇÃO

A crescente participação da sociedade civil, a consolidação dos movimentos organizados do campo, o incremento do desenvolvimento econômico e a busca pelo desenvolvimento sustentável são algumas das ferramentas que se entrelaçam na perspectiva de contribuir com o planeta e o avanço da consciência da sociedade brasileira.

Diante da busca de um modelo de desenvolvimento mais justo socialmente e equilibrado ambientalmente emerge do Estado uma articulação voltada para a construção de um Projeto Nacional que seja do interesse da maioria e não mais em função dos interesses das elites.

O desenvolvimento da agricultura familiar é um fator primordial para o desenvolvimento agrícola, pois esta incorpora um papel social de grande relevância, tanto pela redução do êxodo rural, quanto pelo desenvolvimento da produção, como forma de garantia de sobrevivência, sendo capaz de auxiliar no combate à pobreza e à miséria no campo.

A região Nordeste sempre teve a atividade agrícola como setor estruturador do desenvolvimento econômico. Porém, a atual forma e estágio de exploração dos recursos naturais praticada pelos sistemas agrícolas vigentes estão levando a escassez desses recursos e a conseqüente inviabilização econômica dos sistemas agrícolas de produção.

Urge com isso, uma forma de aplicação das políticas públicas nos municípios brasileiros, por meio do Programa de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais, a articulação de municípios com características semelhantes de solo, clima e vegetação e de comportamentos comuns no âmbito social, ambiental, econômico, político e institucional.

Portanto, absorve-se que o município é uma instancia decisiva de controle social, mas é insuficiente para responder ao estímulo de uma resposta de desenvolvimento (SCHNEIDER, 2004; SDT, 2003). É, então, necessária e suficiente à concepção territorial para a aplicação de práticas públicas destinadas ao desenvolvimento sustentável do território, em especial o Mato Grande (RN) em estudo no presente artigo.

A agricultura familiar é um dos desafios mais urgentes a ser superado na perspectiva ambiental. Traçar estratégias sustentáveis, por meio da utilização dos recursos naturais na agricultura, com vistas a manter a capacidade de resposta dos agroecossistemas no médio e longo prazo e ir além da preservação do ambiente rural é de extrema importância para agricultura familiar no meio rural brasileiro viabilizada dentro de um futuro tanto mais dinâmico quanto maior for à capacidade de diversificação da economia local impulsionada pelas características de sua agricultura (VEIGA ET AL. 2001).

Neste sentido, Gliessman (2001) salienta a importância de utilizar ferramentas que permitam a análise do agroecossistema. Segundo Guimarães (1998), a essência dos indicadores é traçar na sua construção pontos que definam eficiência e efetividade. A aplicabilidade dos conceitos de indicadores na avaliação de sustentabilidade e sua operacionalização viabilizam o entendimento dos agroecossistemas e permite elaboração de novas propostas de desenvolvimento.

Diante do exposto, identificam-se necessidades de estudos no que se refere à análise da dimensão econômica. Este estudo, realizado na região do Mato Grande (RN), em uma comunidade que tem como atividade econômica preponderante o cultivo do abacaxi, tem por objetivo analisar a interface entre a dimensão econômica e a agricultura familiar numa perspectiva de contribuir com o desenvolvimento local sustentável.

Por meio de um estudo exploratório descritivo, coletando dados via questionário aplicado junto aos integrantes da Cooperativa dos referidos agricultores, realizou-se a pesquisa de campo e após foi feita uma análise dialogada com os aportes teóricos. Corroborando com a análise são apresentados enfoques de Porto Gonçalves (2004), Clóvis Cavalcanti (2009), Carneiro *apud* Cruz (2007).

Além da introdução, este artigo apresenta mais cinco tópicos: o item 2 Desenvolvimento Local Sustentável; o item 3 Agricultura familiar; o item 4 Programa Nacional de Agricultura Familiar; o item 5 Dimensão econômica e sua interface na realidade local; o item 6 Amostra da área e dos participantes do

estudo; o item 7 Fatores econômicos e suas reais implicações; e para finalizar são apresentadas considerações finais e as referências utilizadas para embasar o artigo.

## **2 DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL**

A definição de desenvolvimento sustentável, de acordo com a Comissão Brundtland, é “aquele que satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (CMMAD,1988). Esta formulação propõe responder aos problemas e desigualdades sociais, na busca da satisfação das necessidades de uma parcela significativa da população mundial e também ao processo de degradação ambiental proveniente do estilo de crescimento, que tende a limitar as oportunidades das gerações futuras.

Ações coletivas diversas, reativas ou de resistência, formam-se no cenário público, expressando novas formas de produção, novas relações sociais de trabalho, sinalizando novas formas de relacionamento dos atores.

A rapidez da informação, ou seja, a compreensão do espaço-tempo apresenta o resultado dos avanços tecnológicos que possibilitaram o surgimento de um novo tipo de “globalização” econômico-financeira, implicando uma reestruturação da organização social, no aparecimento de novas dinâmicas sociais e na recomposição do espaço local.

Essas transformações de composição política, geográfica, econômica, social e cultural que vem acontecendo no mundo têm afetado direta ou indiretamente a sociedade, demandando novos paradigmas de desenvolvimento. No contexto dessas transformações, o ambiente mundial sinaliza novas tendências, com destaque para uma verdadeira revolução técnico-científica, necessitando de significativa reestruturação dos paradigmas produtivo, tecnológico e gerencial, na perspectiva do desenvolvimento sustentável e humano.

Esse movimento de mundialização tende a diminuir a força do Estado, atribuindo-lhe novos papéis e fazendo surgir outras instituições. Em conseqüência, emerge a necessidade dos organismos locais intervirem em seus ambientes, para a mobilização da sociedade e para exploração de suas potencialidades, como forma de se relacionarem com autonomia diante da internacionalização da economia.

A partir da Constituição de 1988, o Brasil assiste à transferência de funções e de responsabilidades da União para os Estados e Municípios e dos Estados para os Municípios, assim como o desafio da sociedade em assumir a tomada de decisão, a execução de atividades, a gestão de recursos e a prestação de serviços anteriormente realizados pelo Estado brasileiro. Essa nova concepção do papel do Estado, a nova institucionalidade, requer a implementação de processos de descentralização, de uma Municipalização e de desconcentração territorial.

Nesse cenário, a sociedade passa a assimilar novas concepções e outros conceitos e a reformular entendimentos já discutidos. No caso particular do Brasil, mais especificamente no espaço rural, identificam-se novas tendências que demonstram a importância da agricultura no desenvolvimento socioeconômico do país.

Esse movimento descentralizador contribui nas questões políticas, administrativas, territoriais, ambientais, socioeconômicas. A dimensão política da descentralização amplia a necessidade da produção de poder ou “empoderamento”, como elemento fundamental do desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável só será possível quando da quebra de subalternidade existente. A perda desta dependência depende das transformações pessoais promovidas pela educação, da abertura política que permita a participação e estimule a criatividade do povo. Quando as instituições sociais e as próprias formas de vida incentivam a participação, aumentam as possibilidades do surgimento de novas lideranças.

A descentralização consiste não apenas na transferência de competências para agentes e agências locais, mas no reconhecimento formal das suas capacidades para tomar decisões e, especialmente, na real possibilidade de distribuição do poder acumulado, enquanto a centralização apresenta uma situação de acumulação de poderes de decisão nas mãos da autoridade central.

### 3 AGRICULTURA FAMILIAR

As políticas voltadas para a agricultura familiar vêm sendo fomentadas pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário trazendo para a área rural nova perspectiva de cultivo e manejo nos agroecossistemas, assim como incentivos para empresas de pesquisa agropecuária recursos financeiros para projetos de transferência e inovação tecnológica para os agricultores familiares.

A definição de propriedade familiar consta no inciso II do artigo 4º do Estatuto da Terra, estabelecido pela Lei nº. 4.504 de 30 de novembro de 1964, com a seguinte redação: “propriedade familiar: o imóvel que, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalhado com a ajuda de terceiros” e na definição da área máxima, a lei nº. 8629, de 25 de fevereiro de 1993, estabelece como pequena os imóveis rurais com até 4 módulos fiscais e, como média propriedade, aqueles entre 4 e 15 módulos fiscais. GONÇALVES e SOUZA (2005)

Nesse cenário a agricultura familiar vem assumindo uma nova perspectiva no Brasil. As competências e dimensões que lhe têm sido atribuída nos últimos anos no Brasil, apresenta formato de inovação capaz de adaptarem-se as dimensões social, econômica, ambiental e político-institucional.

Todavia, essas modificações na agricultura familiar moderna ainda não possibilitaram uma ruptura total e definitiva com as formas praticadas pelo estilo clássico camponês e em conformidade com (WANDERLEY, 2002, p.21):

“A agricultura familiar não é uma categoria social recente, nem a ela corresponde uma categoria analítica nova na sociologia rural. No entanto, sua utilização, com o significado e abrangência que lhe tem sido atribuído nos últimos anos, no Brasil, incorpora papel de novidade e renovação.”

Os avanços da agricultura familiar é um fator primordial para o desenvolvimento agrícola, pois esta incorpora um papel social de grande relevância, tanto pela redução do êxodo rural, quanto pelo desenvolvimento da produção, como forma de garantia de sobrevivência, sendo capaz de auxiliar no combate à pobreza e à miséria no campo.

Segundo Schneider (1999), além das estratégias de ocupar a mão-de-obra familiar em atividades agrícolas e não-agrícolas, os agricultores familiares freqüentemente conciliam a mão-de-obra familiar com a contratada (temporária ou permanente) nas atividades produtivas dentro das propriedades, quando há carência de mão-de-obra familiar, sendo que isso geralmente ocorre em casos como quando os filhos não estão em idade de participar das atividades agrícolas, a mão-de-obra familiar já perdeu seu potencial produtivo (predominância de idosos) e quando a propriedade pratica atividade produtiva altamente intensiva em mão-de-obra.



O mesmo autor afirma que a composição das estratégias da Agricultura Familiar depende de aspectos importantes que compõem o meio no quais os agricultores familiares estão inseridos. Diante do exposto, e ao se definir a agricultura familiar contemporânea, devem-se levar em conta todas as formas que essa categoria social apresenta, seja ela baseada no trabalho familiar não-agrícola (pluriatividade) ou com a participação do trabalho assalariado, mas que a essência da mão-de-obra familiar (agrícola ou não-agrícola) seja preservada.

#### **4 PROGRAMA NACIONAL DE AGRICULTURA FAMILIAR – PRONAF**

A implementação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), em 1994 surge a partir da pressão direta do sindicalismo de trabalhadores rurais. Dois fatores foram determinantes na definição das diretrizes do referido Programa: o primeiro em torno das Instituições financiadoras de crédito e dos mecanismos de operacionalização com vistas a direcionar a aplicabilidade dos recursos aos agricultores efetivamente. Outra premissa necessária e determinante refere-se a dimensão territorial e segundo Vieira (2006), o enfoque territorial do desenvolvimento requer

um processo de descentralização para os espaços regionais e locais, minimizando a atuação do âmbito federal. Para tal faz-se necessária maior participação dos atores sociais, assim como uma nova formatação do inter-relacionamento entre as esferas decisórias dos referidos espaços, integrando o planejamento e a gestão com as características locais.

Integram o Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF os produtores rurais como beneficiários de linhas de crédito rural quando atendem aos seguintes requisitos: sejam proprietários, posseiros, arrendatários, parceiros ou concessionários da Reforma Agrária; residam na propriedade ou em local próximo; detenham, sob qualquer forma, no máximo 4 (quatro) módulos fiscais de terra, quantificados conforme a legislação em vigor, ou no máximo 6 (seis) módulos quando tratar-se de pecuarista familiar; com 80% da renda bruta anual familiar advinda da exploração agropecuária ou não agropecuária do estabelecimento e mantenham até 2 (dois) empregados permanentes – sendo admitida a ajuda eventual de terceiros.

A distância entre a população e seus representantes pode resultar uma falta de comunicação. Boaventura de Souza Santos (2002) ressalta que os caminhos da democracia participativa trazem questionamentos pertinentes quanto ao papel da democracia representativa no mundo atual, onde o ato de votar já não mais representa sozinho a democracia:

A partir daí surge a possibilidade de transformações e realizações sociais, devido a novos atores que surgem nesta época e segundo (Santos, 2002, p.13)

“A democracia representativa ou liberal já não garante mais do que uma democracia de baixa intensidade, muitos são hoje os movimentos e experiências em que as classes populares lutam por formas mais intensas de democracia baseadas na idéia de democracia participativa”.

O autor comenta que a democracia participativa dá lugar a iniciativas com maior capacidade de confrontar situações de dominação como o patriarcado e o estrangimento dos diferentes.

#### **5 DIMENSÃO ECONÔMICA E SUA INTERFACE NA REALIDADE LOCAL**

A Dimensão Econômica se vincula com a capacidade produtiva e o potencial econômico dos territórios rurais, visualizados desde uma perspectiva multissetorial, que envolve as interfaces das atividades primárias com aquelas próprias do processamento e o comércio, assim como o uso das bases dos recursos naturais. Integram também as atividades intermediárias relacionadas ao processamento de produtos voltados para determinadas cadeias agroalimentares e, portanto, se incluem atividades produtivas primárias e secundárias de diversos setores da economia. (SEPÚLVEDA, 2005)

Ao focar-se no cenário produtivo como unidade de análise fundamental, esta dimensão abarca técnicas e tecnologias específicas, a exemplo, insumos e maquinários, utilizados na produção agropecuária. Acrescido a isso, esta dimensão ainda incluem tecnologias utilizadas para a transformação, processamento e transporte, apropriado destes produtos.

O autor ainda ressalta a capacidade de gestão dos produtores como um componente fundamental na transição das formas tradicionais a modelos mais modernos da produção. Contudo, o fator de capacidade de manejo eficiente e competitivo das unidades produtivas, no contexto de mudanças drásticas, desde a oferta (produção) como desde a demanda (mercados), é decisivo para garantir maiores possibilidades de êxito da transformação produtiva. Diante disso, fatores como a caracterização dos atores sociais e dos agentes de desenvolvimento presentes no território, tanto em termos de sua participação real na produção agrícola dos territórios rurais, como em razão de seu potencial de interferência no aprimoramento dos processos evolutivos nos agroecossistemas.

Nos âmbitos global, nacional e local as pessoas em situação de pobreza estão estreita e crescentemente ligadas à sociedade por meio dos mercados de trabalho e dos bens e serviços que compram e vendem. Os mercados podem permitir às pessoas sair da pobreza e transformar suas vidas. (Green: 2009). No entanto, em muitos casos, a concentração de poder nos mercados impede que os benefícios do crescimento sejam usufruídos por pessoas afetadas pela pobreza. A redistribuição de poder nos mercados em todos os níveis é essencial para que o crescimento favoreça os pobres.

Segundo (Green: 2009) os mercados não podem, por si só, superar os desafios da pobreza, da desigualdade e da degradação ambiental. Fazem-se necessária atuação de Estados efetivos e cidadãos ativos que tomem medidas necessárias para que o mercado produza um tipo de crescimento que beneficie pessoas em situação de pobreza. É necessária uma economia do século XXI, que disponibilize ferramentas que permitam aos países lograr um crescimento ambientalmente sustentável; que reconheça a importância do trabalho não remunerado, predominantemente realizado por mulheres; e que ataque a pobreza e a desigualdade. Para tanto, uma nova abordagem econômica deve ser adotada, baseada nos direitos e no bem-estar de pessoas e comunidades, tendo a atuação cidadã como fator determinante na transformação da realidade.

O status de cidadão é adquirido a partir da conquista de direitos civis (liberdade individual, direito à propriedade e direito à justiça), direitos sociais (bem-estar econômico e segurança) e direitos políticos (participação no exercício do poder político) (Marshall, 1967:63).

A extensão dos direitos de cidadania nos países de desenvolvimento capitalista alcançou sua maior expressão institucional com a universalização do sufrágio e no Brasil, segundo Carvalho (2002), “os direitos políticos foram os primeiros a serem adquiridos” ainda no século XIX (p.25), os direitos civis surgem “apenas na lei” (p.45), enquanto os direitos sociais avançam no período de 1930-1945 (p.61).

Neste sentido, o conceito de democracia de cidadania (PNUD, 2004) que, mais do que um conjunto de condições para eleger e ser eleito trata de uma maneira de organizar a sociedade com o objetivo de assegurar e expandir direitos que os indivíduos são portadores. Desta forma, democracia de cidadania implica não só em cidadania política, mas também em cidadania civil e social reconhecida pelo Estado.

No caso brasileiro, a democracia eleitoral e suas liberdades básicas, foram alcançadas e agora tende a ampliar para os direitos civis e sociais. Por outro lado, o conceito de cidadania como “um tipo de igualdade básica associada ao conceito de pertencimento a uma comunidade, que em termos modernos é equivalente aos direitos e obrigações que todos os indivíduos estão dotados em virtude de pertencer a um Estado nacional” (PNUD: 2004:57).

Em síntese, o drama que a maioria dos países latino-americanos tem de enfrentar é o de consolidar suas democracias em contextos de desigualdades persistentes e profundas, estendendo os direitos civis e sociais, para escapar da condição de cidadania de baixa intensidade, onde os indivíduos são não apenas materialmente pobres, mas também legalmente pobres.

Diante do exposto, entende-se que o termo cidadania ativa, definido como o exercício dos direitos para melhorar a qualidade de vida política ou cívica por meio de uma maior participação na vida econômica e política, nas ações coletivas vem historicamente permitindo que pobres e excluídos sejam participantes das diversas etapas dos processos (GREEN, 2009). Diante do exposto, o próximo tópico contextualiza a amostra da pesquisa que no caso específico terá como universo o agroecossistema do abacaxi no Rio Grande do Norte, especificamente nos Territórios Rurais definido no PDTRS (2010), como Território Rural do Mato Grande e como amostra o estudo será realizado na Comunidade Canabrava no Município de Pureza (RN), integrante do Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável, com os atores sociais que integram a Cooperativa do Abacaxi e os demais participantes dos diversos processos.

## **6 AMOSTRA DA ÁREA E DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO**

Segundo o Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável (2010), a região do Mato Grande (RN) abrange uma área de 5.986,20 Km<sup>2</sup> e é constituída por 16 municípios: Bento Fernandes, Caiçara do Norte, Ceará-Mirim, Jandaíra, João Câmara, Maxaranguape, Pedra Grande, Poço Branco, Pureza, Rio do Fogo, São Bento do Norte, São Miguel do Gostoso, Taipu, Touros, Parazinho e Jardim de Angicos.

No município de Pureza/RN começou a produção de abacaxi pérola na década de 90. O “Abacaxi Pura Pérola” produzido por agricultores familiares, em uma área de 400 hectares, sendo 300 hectares com plantio de sequeiro e 100 hectares com plantios irrigados. Vale ressaltar que no referido

Município está localizada a Comunidade Canabrava onde está inserida a Cooperativa com os seus respectivos cooperados (agricultores familiares) participantes da pesquisa.

Segundo dados da Empresa de Pesquisa Agropecuária do RN - EMPARN e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, a região produz o abacaxi pérola mais durável e mais doce do Brasil. Possui o melhor BRIX, que é o teor de açúcar nas frutas.

De acordo com os dados do PTDRS (2010), a população regional é superior a 200 mil habitantes, dos quais 52% vivem na área rural, apresentando um IDH de 0,61 e com 80% do território com baixo dinamismo econômico.

Estando, historicamente, ligada a atividade econômica da pecuária e do algodão, posterior exploração do sisal e da agricultura de sequeiro em alguns dos municípios, a região que está inserida, predominantemente, no contexto semi-áridonorte-riograndense, pela decadência dessas atividades hoje se apresenta com novas perspectivas, entre elas a fruticultura, no cenário econômico regional.

As organizações mais voltadas ao segmento econômico em conjunto com o poder público, têm incentivado três principais atividades no território como: a cajucultura, a mandiocultura, e a apicultura, em consonância com as culturas tradicionais (milho e feijão) e com a fruticultura (PTDRS 2010). É importante ressaltar que, em relação à fruticultura, o abacaxi merece destaque.

## **7 FATORES ECONOMICOS E SUAS REAIS IMPLICAÇÕES**

Assim, para se ter uma dimensão mais verdadeira acerca dos acontecimentos e problemas que afligem a localidade, deve-se considerar a opinião dos que fazem efetivamente a economia se desenvolver na região: os produtores e os praticantes da agricultura familiar. Estes são os que acompanham de perto os mecanismos da produção os que percebem na prática o que realmente é aplicável para aquele ambiente, utilizando de métodos e de conhecimentos adquiridos com o tempo de forma informal. Porém nem sempre esse conhecimento é adequado e/ ou suficientes e por isso muitas culturas agrícolas nas localidades passam por dificuldades e crises por não saberem a melhor forma de enfrentá-la. É então nesse momento que pesquisas e o apoio técnico na região devem ser propostas para orientar os agricultores como agir corretamente, não só de maneira a se beneficiar economicamente, mas também numa perspectiva de conseguir uma terra que perdure e com culturas diferentes, mantendo uma prática sustentável, pois, assim como afirma Clóvis Cavalcanti (2009) o

crescimento sempre se dá à custa de alguma agressão ao meio ambiente. O que pode ser feito é tentar diminuir ao máximo essa agressão, o que não acontece quando em uma vasta área onde é cultivada várias culturas, por vários diferentes produtores que não recebem acompanhamento e monitoramento para manter o ambiente de forma sustentável.

E é dessa forma que se compreende a importância de que o governo, ou as autoridades em questão, mantenham uma prática de respaldo a este desenvolvimento, apoiando e participando da produção em si, indo de encontro às famílias praticantes da cultura.

Ao considerar o fator de importância que os produtores de cultura detêm, realizou-se uma pesquisa que viabilizava esclarecer os graus de importância que os praticantes da agricultura familiar, na região do Mato Grande, davam a determinantes aspectos econômicos.

É importante então agregar o conhecimento científico ao conhecimento popular local, para que juntos assim possa se obter a eficiência na produção, com maiores beneficiamentos, lucros e crescimento e menos desperdício e prejuízo.

Para se ter uma dimensão mais verdadeira acerca dos acontecimentos e problemas que afligem a localidade, deve-se considerar a opinião dos que fazem efetivamente a economia se desenvolver na região: os produtores e os praticantes da agricultura familiar. Estes são os que acompanham de perto os mecanismos da produção os que percebem na prática o que realmente é aplicável para aquele ambiente, utilizando de métodos e de conhecimentos adquiridos com o tempo de forma informal. Porém, nem sempre esse conhecimento é adequado e/ou suficientes, e por isso muitas agriculturas familiares na localidade passam por dificuldades e crises por não saberem a melhor forma de enfrentá-la.

Diante do exposto, o apoio técnico e pesquisas na região devem ser feitos para orientar os agricultores como agir corretamente, não só de maneira a se beneficiar economicamente, mas também de conseguir uma terra que perdure e com culturas diferentes, mantendo uma prática sustentável, pois, assim como afirma Clóvis Cavalcanti o crescimento sempre se dá à custa de alguma agressão ao meio ambiente. O que pode ser feito é tentar diminuir ao máximo essa agressão, o que não acontece quando em uma vasta área onde é cultivada várias culturas, por vários diferentes produtores que não recebem acompanhamento e monitoramento para manter o ambiente de forma sustentável. E é dessa forma que se compreende a importância de que o governo, ou as autoridades em questão, mantenham uma prática de respaldo a este desenvolvimento, apoiando e participando da produção em si, indo de encontro às famílias praticantes da cultura.

Ao considerar o fator de importância que os produtores de cultura detêm, realizou-se uma pesquisa que viabilizava esclarecer os graus de importância que os praticantes da agricultura familiar, na região do Mato Grande, davam aos determinantes econômicos. Os indicadores, distribuídos por grau de importância, dimensionam os interesses econômico-sociais da população.

Os entrevistados demonstraram bastante interesse na questão do desenvolvimento local, quando em sua maioria deram grau máximo ao indicador ativação da economia local e regional. Por sua vez o indicador percentual do consumo produzido na propriedade também pode explicar isso, uma vez que ao receber pouca consideração, fica comprovado que a agricultura familiar deixou de ser vista apenas como agricultura de subsistência, ou seja, de consumo interno. Ela detém uma fatia importante no impulsionamento do crescimento local, gerando riqueza com a exportação da sua produção. Entretanto só a vontade de contribuir com o destaque da economia local não são suficientes. Outros indicadores apontam que os procedimentos que vem sendo feitos para chegar a esse objetivo, não têm sido impostos das melhores formas possíveis.

A área por habitante é um indicador de grau máximo para a maior parte dos entrevistados (75%), e percebe-se que agregado a este, fatores como produtividade (quantidade./ habitante.),

número de produtos, capacidade de gerar emprego, ocupação e riqueza a produtividade econômica, ganham destaque subentendendo-se que para a maioria dos produtores, a questão território é determinante para os demais.

Observa-se ainda que aspectos como benfeitorias produtivas (n°), autonomia financeira (n° de financiamentos), análise do grau de endividamento e utilização de linhas de crédito, recebem grau máximo de relevância pela maioria dos produtores, demonstrando assim a carência de ações intermediárias de cunho assistencial a esses produtores.

Um fator curioso percebido a partir dos dados coletados é o fato de que, a maioria dos entrevistados deixa em segundo plano, aspectos tais como: autoconsumo familiar, mão de obra familiar e a divisão de trabalho e renda dos trabalhadores, o que é contraditório pois por serem teoricamente praticantes da agricultura familiar tais aspectos deveriam ser considerados prioridade. Logo se faz necessária uma pesquisa que venha a esclarecer esta questão antagônica e entender quais são os reais objetivos desses produtores e assim poder saber onde atingi-los e poder ajudá-los.

Nota-se também que, mais do que o processo produtivo e os meios de produção, o agricultor se preocupa muito com a maneira que, e a que preços as mercadorias chegam ao consumidor final, a forma como é distribuída, custo total e o lucro total. Percebe-se isso ao avaliar o grau de importância dado por eles a indicadores como: preço do produto em relação ao custo de produção, variação de preços dos produtos durante o ano, número de produtos beneficiados para a comercialização garantia de produção de alimentos, melhoria da renda familiar e estabilidade na produção e na produtividade, que receberam elevado grau de interesse.

Porém, quando indicadores como: meios de produção, preocupação com as formas de redução dos gastos com energia não renovável e insumos externos, redução das externalidades negativas que implicam em custos para a recuperação do agroecossistema, que são de caráter especulativo ao manejo sustentável, receberam, em sua maioria, pouco prestígio.

E quando ainda se questiona sobre os gastos com insumos, 56 % dos agricultores retornaram com elevado grau de importância. Ou seja, preponderantemente os agricultores não demonstram consideração suficiente a práticas sustentáveis, não há receio dos inconseqüentes desperdícios, mas apenas que os

resultados lucrativos almejados sejam obtidos. Isso é preocupante, pois de acordo com Porto Gonçalves (2004) em longo prazo são aqueles que trabalham na agricultura que sofrem o impacto direto do uso desses insumos externos que, a fim de garantir a produtividade, se submetem a sérios riscos a saúde e danos ao ecossistema.

Juntamente a isso, ainda baseado na entrevista, é visível a falta de notoriedade dada a pluriatividade. Graus de importância 1 e 2 dados a aspectos como: número de produtos comercializados, número de atividades desenvolvidos na propriedade e presença de estratégias de pluriatividade provam isto. Vale salientar que a pluriatividade é uma prática que garante a produtividade integral de uma família e dessa forma seu crescimento, e por isso deveria ser vista como algo essencial para atingir um potencial positivo no desenvolvimento e rentabilidade da sua economia. Tendo conhecimento disso, medidas de planejamento desenvolvimentista poderiam ser aplicadas na região de forma a fazer com que as famílias passem a cultivar as práticas de pluriatividade, porém assim como cita Carneiro *apud* Cruz (2007) “ao se montar um plano de desenvolvimento, mais que considerar as possibilidades de inclusão de novas atividades, deve-se atentar para as potencialidades da comunidade em despertar a pluriatividade” (p.40). Entende o autor, que não só basta promover a pluriatividade, é preciso ainda para que haja o sucesso desta, estudos que identifiquem a competência de cada produtor de desenvolver uma cultura diferente, e se ele poderá adquirir a aptidão necessária para propagá-la.

Partindo disto podemos afirmar a relevante importância e necessidade que os produtores locais têm de acompanhamento e de receber medidas de conscientização preventiva de modos a se realizar

um agronegócio sustentável, para que o aspirado desenvolvimento local se concretize verdadeiramente, ou seja, com condições de ter segurança em se conservar e se manter duradouramente.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contribuíram na definição dessa dimensão, os seguintes indicadores de sustentabilidade: Área (ha.); Produtividade (kg/ha.); Produtos (nº.); Capacidade de gerar emprego/ocupação (nº.); Capacidade de gerar riqueza (R\$); Produtividade econômica (R\$/ha.); Benfeitorias produtivas (nº.); Autonomia financeira (nº. de financiamentos); Autoconsumo familiar; Tamanho da propriedade; Tipo de mão de obra; Divisão de trabalho e de renda entre os trabalhadores; Grau de endividamento; Preço do produto em relação ao custo de produção; Variação de preços dos produtos durante o ano; Utilização de linhas de crédito; Gastos com insumos; Meios de produção; Número de produtos comercializados; Número de atividades desenvolvidas na propriedade; % do consumo produzido na propriedade; Nº. de produtos beneficiados para comercialização.

Por meio da pesquisa a obtenção da sustentabilidade como um pré-requisito necessário para o bom funcionamento de sistema político e econômico estável contou com a participação dos atores sociais. Portanto, formular política para o desenvolvimento sustentável requer análise pormenorizada das diferenças entre a tecnologia, a estrutura de capital, a demanda final e o estado da natureza, tanto no presente quanto em relação à meta operacional. Diante do exposto, entende-se que o papel da política será de: garantir a adequada reestruturação do estoque de capital, excluir técnicas ultrapassadas e adotar novas técnicas; propor a “renovação” da natureza de modo que possibilite uma atividade econômica sustentável, mediante a mudança institucional.

### REFERÊNCIAS

- BONNAL, P., CAZELLA, A., & MALUF, R. **Multifuncionalidade da Agricultura e Desenvolvimento Territorial: Avanços e Desafios para a Conjunção de Enfoques.** Rio de Janeiro: Estudos, Sociedade e Agricultura. 16(2), 185-227. (2009).
- CAVALCANTI, Clóvis. **Desenvolvimento e Natureza: estudos para uma sociedade sustentável.** 5ª. ed. São Paulo. 2009.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- CMMAD (Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento). **Nosso Futuro Comum.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.
- CRUZ, Aurélio Souza da. **Dimensões do desenvolvimento sustentável em projetos do PRONAF —.** Brasília. 2007. - Dissertação de mestrado. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília.

- GONÇALVES, J. S.; SOUZA, S. A. M. Agricultura familiar: limites do conceito e evolução do crédito. Artigos: políticas públicas. Instituto de Economia Agrícola Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=2521>>. Acesso em 25 jul. 2005.
- GREEN, Duncan. **Da pobreza ao poder**: como cidadãos ativos e estados efetivos podem mudar o mundo. São Paulo: Cortez; Oxford: 2009.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <http://wp.ufpel.edu.br/consagro/>. Acesso em: 14.03.2011.
- MARSHALL, T.H., **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- MARZALL, K. **Indicadores de sustentabilidade para agrossistemas**. Rio Grande do Sul, Porto Alegre: Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1999. 130p. (Dissertação de mestrado).
- PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, **La Democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos** (Lima-Perú: Quebecor World Perú S.A., abril de 2004).
- PORTO GONÇALVES, Carlos Walter. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro. 2009.
- REIS, L.B. dos.; FADIGAS, E. A. A.; CARVALHO, C.C. E. **Energia, Recursos Naturais e a prática do desenvolvimento sustentável**. Barueri, SP: Manole, 2005.
- REIS, Fábio Wanderley, Política, “Democracia e a ‘questão social’”, **Teoria & Sociedade**. Número Especial: “Políticas Sociais e Democracia no Brasil”. Dezembro de 2005.
- SANTOS, Boaventura de Souza. (org.) **Democratizar a Democracia**: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e pluriatividade**. 1999. 470p. Tese (Doutorado em Sociologia) – UFRGS, Porto Alegre, 1999.
- SEPÚLVEDA, Sergio, CHAVARRIA, Hugo, CASTRO, Adriana, ROJAS, Patrícia. **Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible en espacios territoriales**. Coronado: IICA, 2005.
- VIEIRA, Liszt. **Cidadania e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Os argonautas da cidadania**: Associação civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- VIEIRA, P. F. (2005). **Rumo ao desenvolvimento territorial sustentável**: esboço de roteiro metodológico participativo. e desenvolvimento territorial sustentável: conceitos, experiências e desafios teórico-metodológicos. Florianópolis, 4(especial), dezembro.
- WANDERLEY, M.N.B. Territorialidade e ruralidade no Nordeste: por um pacto social e pelo desenvolvimento rural. In: SABOURIN, E.; TEXEIRA, O. (orgs.) **Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais**: conceitos, controvérsias e experiências. Brasília: EMBRAPA Informação Tecnológica, 2002, p. 41-52.

## ANÁLISE DOS RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS NO MUNICÍPIO DE PICUÍ/PB

A. A. Pinheiro<sup>1</sup>; T. A. Silveira<sup>2</sup>; J. P. O. Silveira<sup>3</sup>; F. C. Pereira<sup>4</sup> e H. J. S. Santos<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal - Campus Picuí/PB

araceliaazevedo@gmail.com – thyago.silveira@gmail.com – joaopaulojp2009@gmail.com –  
fredcampos2000@yahoo.com.br – jadson@hotmail.com

### RESUMO

Um dos principais problemas mundiais no âmbito ambiental enfrentado pelas cidades é a deposição adequada dos resíduos sólidos, que muitas vezes são depositados no meio ambiente, no entorno dos aglomerados urbanos, ou nas zonas rurais. O tratamento dado atualmente aos resíduos sólidos é a coleta e o amontoamento desordenado nos populares lixões. Essa é a realidade de muitas cidades brasileiras de pequeno porte localizadas no semiárido nordestino, que desprovidas de infraestrutura precisam resolver a problemática dos lixões, em virtude dos impactos ambientais negativos causados pela possibilidade de poluição das micro-bacias hidrográficas que comportam riachos e rios intermitentes existentes, podendo comprometer o armazenamento da água em açudes e barragens que atendem a população nos meses de estiagem. A cidade de Picuí, localizada no Estado da Paraíba, tem enfrentado problemas semelhantes relacionados à destinação dos resíduos sólidos de origem comercial, hospitalar e doméstica. Nesse sentido, o presente trabalho apresenta um estudo de campo que teve por objetivo quantificar o volume de resíduos sólidos diários destinados ao lixão da cidade de Picuí, bem como identificar a origem e classificação dos materiais visando detectar possíveis contaminações em microbacias hidrográficas regionais. Para tanto, foi desenvolvida uma metodologia que primeiro buscou caracterizar a problemática do lixão em Picuí, e posteriormente contabilizou e analisou o lixo depositado. Os resultados mostraram que o lixo caracterizam-se por ser do tipos reciclável e orgânico.

**Palavras-chave:** Resíduos sólidos; meio ambiente; Seridó.



## 1. INTRODUÇÃO

Ao passo que a população mundial foi se concentrando em centros cada vez mais urbanizados, o modo de vida foi se adaptando a produção e consumo cada vez mais rápido de bens, que acarretaram problemas diversos causados pela destinação irregular de resíduos, tanto sólidos quanto líquidos, que paulatinamente foram tornando-se cada vez mais visíveis e incômodos (Júnior e Peliconi, 2000).

Os resíduos sólidos são problemas sanitários e ambientais tanto das grandes cidades, quanto das pequenas cidades interioranas. No semiárido, zona rural, a situação se agrava ainda mais, fazendo com que a população utilize áreas próximas a microbacias hidrográficas, rios e espaços a céu aberto para colocar seu lixo, acarretando uma série de doenças, poluição nos corpos hídricos e no solo. Desse forma, as comunidades localizadas nas zonas rurais sofrem com o mau cheiro, condições de higiene e a degradação ambiental devido à proximidade com o lixo.

Assim, as implicações ambientais e de saúde são graves, tendo em vista que os resíduos oferecem alimento e abrigo para muitos vetores de doenças, além disso, a decomposição dos resíduos pode levar a contaminação do solo, das águas superficiais (microbacias) e subterrâneas com substâncias orgânicas, microorganismos patogênicos e inúmeros contaminantes químicos presentes nos diversos tipos de resíduos.

## 2. RESÍDUOS SÓLIDOS

De acordo com a Agenda 21 (2000) os resíduos sólidos compreendem todos os restos domésticos e resíduos não perigosos, tais como os resíduos comerciais e institucionais, o lixo da rua e os entulhos de construção. Em alguns países, o sistema de gestão dos resíduos sólidos também se ocupa dos resíduos humanos, tais como excremento de esgoto. Os resíduos que manifestam características perigosas devem ser tratados como resíduos perigosos (CNUMAD, 1997).

Entre as conseqüências ambientais resultantes da produção de resíduos podem-se citar (AGENDA 21, 2000):

- Aspectos desagradáveis;
- Alto potencial de riscos a saúde humana associado com a putrefação do conteúdo no interior de garrafas e latas, ou organismos patogênicos em seringas descartadas;
- Riscos à fauna aquática;
- Organismos patogênicos ou tóxicos como metais pesados, envenenando a cadeia alimentar de vida aquática e possivelmente atingindo os humanos;
- Significantes custos para as autoridades locais para as conduções nas operações de autolimpeza.

Os impactos decorrentes da falta de gestão de resíduos sólidos são classificados por Ferreira e Anjos (2001) em físicos, químicos e biológicos. Os físicos correspondem ao odor, mal estar, cefaléia e náuseas nos trabalhadores e populações próximas; os químicos referem-se aos metais pesados como chumbo, cádmio e mercúrio, que podem ser incorporados à cadeia alimentar e provocar várias doenças, especialmente distúrbios no sistema nervoso; e os biológicos compreendem as doenças transmitidas por vetores ou pelo contato direto com o material contaminado, o qual podem desencadear impactos sob a saúde humana (MORAES, 2007).

Jardim et al. (1995), enumeram uma série de problemas na gestão ambientalmente correta dos resíduos no Brasil, que implicam em extensa degradação ambiental: inexistência de uma política brasileira de limpeza pública; limitação financeira, dada por orçamentos inadequados, fluxo de caixa

desequilibrado, tarifas desatualizadas, arrecadação insuficiente e inexistência de linhas de crédito; falta de capacitação técnica; descontinuidade política e administrativa; e falta de controle ambiental.

Há quase total inexistência de capacitação técnica, tanto de profissionais para desenvolvimento de estudos e pesquisas que vinculem ao gerenciamento dos resíduos sólidos as questões ambientais e de saúde, como de pessoal para operar os sistemas de limpeza urbana (Skinner, 1997).

### **3. LIXÕES E SUAS PROBLEMÁTICAS NOS MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE**

#### **3.1 Contaminação de bacias hidrográficas (microbacias) pelo lixo**

De acordo com Magalhães (2008) a problemática resultante da geração dos Resíduos Sólidos Urbanos - RSU, aqueles gerados no ambiente municipal, é cada vez mais preocupante devido ao grande crescimento populacional e ao desenvolvimento tecnológico das últimas décadas, o que levou ao aumento do consumo de bens e, conseqüentemente, da geração de lixo.

A gestão da limpeza pública e dos RSU é de responsabilidade das prefeituras. A destinação adequada dos resíduos, aquela que garante menores impactos ao meio ambiente, tem se tornado um desafio, principalmente para as cidades de pequeno porte, devido à carência de recursos humanos qualificados, tecnológicos e financeiros, sem mencionar o problema ocasionado pelas descontinuidades administrativas relacionadas aos RSU, típico de políticas municipais brasileiras (MAGALHÃES, 2008).

Quando os resíduos sólidos são manejados de forma inadequada podem causar impactos ambientais. E quando leva-se em consideração a saúde pública, esses problemas são bastante graves, como a contaminação de bacias hidrográficas através do chorume.

O chorume é formado pela solubilização de componentes do lixo na água, principalmente da chuva. Essa água fica em contato com o lixo durante certo período e, por ação natural da gravidade, percola através da porosidade existente até encontrar uma camada impermeável do solo, formada por rochas, ou mesmo superfícies previamente preparadas para receber o lixo, onde acumula e escoar em bacias hidrográficas.

A poluição das águas pelo chorume pode provocar endemias ou intoxicações, se houver a presença de organismos patogênicos e substâncias tóxicas em níveis acima do permissível (SISINNO, 2000).

A bacia hidrográfica foi definida segundo Guerra (1978), como um conjunto de terras drenadas por um rio principal e seus afluentes. Inúmeros esquemas ou representações gráficas deixam também de apresentar, por exemplo, os limites internos do sistema de uma bacia hidrográfica, por onde circula e atua grande parte da água envolvida. Para não ocorrer em tais equívocos, é possível definir bacia hidrográfica como:

“um sistema que compreende um volume de materiais, predominantemente sólidos e líquidos, próximos à superfície terrestre, delimitado interno e externamente por todos os processos que, a partir do fornecimento de água pela atmosfera, interferem no fluxo de matéria e de energia de um rio ou de uma rede de canais fluviais. Inclui, portanto, todos os espaços de circulação, armazenamento, e de saídas de água e do material por ela transportado, que mantêm relações com esses canais” (Rodrigues e Adami, 2005).

## 4. METODOLOGIA

### 4.1 Caracterização da área de estudo

O município de Picuí está localizado na mesorregião da Borborema, na microrregião do Seridó Oriental Paraibano, com uma área de 734,1 km<sup>2</sup>, a uma altitude de 439 metros acima do nível do mar, com latitude - 6°31'19" e longitude -36°20'14". Limita-se, ao norte, com os municípios de Campo Redondo e Coronel Ezequiel (RN); ao Sul, com os municípios de Pedra Lavrada e Nova Palmeira (PB); ao Leste, com os municípios de Nova Floresta, Cuité e Baraúna (PB); e ao Oeste, com o município de Frei Martinho (PB) e o município de Carnaúba dos Dantas (RN). Atualmente, de acordo com o IBGE (2010), a população total do município é de 18.226 habitantes.

Caracteriza-se por elevadas temperaturas (média de 27°C) e chuvas escassas (em torno de 750 mm/ano), irregulares e mal distribuídas ao longo do ano. Há períodos em que a massa equatorial atlântica (superúmida) chega ao litoral norte de Região Nordeste e atinge o sertão, causando chuva intensa nos meses de fevereiro, março e abril.

#### 4.1.1 O lixão em Picuí

O lixão de Picuí está ativo desde 1978, e possui aproximadamente 15 hectares. Fica localizado próximo a rodovia PB155, distante apenas 700 metros da área urbana.

Como na maioria dos municípios brasileiros, Picuí não dispõe de infra-estrutura adequada para disposição do lixo, e os resíduos sólidos do município são manejados de forma inadequada, e sua geração acontece nas atividades urbanas, tipicamente de origem residencial, comercial e institucional.

Não existe coleta seletiva para nenhum resíduo específico. Os resíduos são coletados e misturados, alguns são compactados antes de ser depositados no lixão.

### 4.2 Quantificação dos resíduos sólidos

A quantificação dos resíduos do lixão ocorreu nos meses de fevereiro e abril de 2011. Foram realizadas visitas *in loco* com objetivo de observar os principais resíduos sólidos depositados naquele ambiente.

Identificou-se que os resíduos sólidos domiciliares são compostos principalmente de recicláveis e matéria orgânica, e possuem grande capacidade de atrair vetores, por que sua decomposição provoca mau cheiro e chorume.

## 5. RESULTADOS E DICURSSÕES

A coleta, o transporte e a destinação desses resíduos é programada para acontecer três vezes por semana (segundas, quartas e sextas), e os veículos escolhidos para o transporte do lixo são um trator tipo carroção, um caminhão basculante e um caminhão adaptado com compactador.

A população costuma colocar os resíduos domésticos em sacolas plásticas, sem nenhum controle ou seleção do lixo reciclável (seco) ou orgânico (molhado). Posteriormente os caminhões de coleta recolhem todo lixo, e levam os resíduos para o lixão.

Os principais resíduos sólidos secos detectados no lixão foram: sacolas plásticas, restos de calçados e

sandálias, garrafas pet, papelão, caixas tetrapac, óleo, papel, pilhas e baterias (material radioativo), ferro velho de oficinas mecânicas, cobre e latão.

Com relação aos resíduos sólidos molhados foi observada uma quantidade significativa de restos de animais, de comida, e de vegetais. Sendo este último, resíduos possivelmente advindos das podas urbanas realizadas pela Prefeitura Municipal de Picuí.

Observa-se que quanto a forma de disposição dos resíduos sólidos, não há quaisquer cuidado para a redução de possíveis impactos ambientais, proporcionando diversos pontos negativos como a proliferação de vetores e o aparecimento de doenças, podendo provocar poluição do solo, do ar e das águas, como a contaminação de bacias hidrográficas através do chorume.

## 6. CONCLUSÃO

A produção de lixo nas cidades brasileiras é um fenômeno inevitável que ocorre diariamente em quantidades e composição que dependem do tamanho da população e do seu desenvolvimento econômico. Os sistemas de limpeza urbana, de competência municipal, devem afastar o lixo das populações e dar um destino ambiental e sanitariamente adequado.

Observa-se que os resíduos sólidos do município de Picuí são manejados de forma inadequada, podendo causar vários danos ao meio ambiente, tendo em vista que o mesmo é depositado em um espaço a céu aberto, sem quaisquer controles sanitários.

A infra-estrutura precária na coleta de resíduos sólidos urbanos, assim como no seu acondicionamento e destino final associados à falta de um efetivo programa de educação ambiental refletem nos resultados auferidos a grande quantidade de Resíduos sólidos disposto em um ambiente inóspito, acarretando possíveis contaminações nas bacias hidrográficas da região.

Os resultados obtidos servem como apoio para tomada de decisão dos gestores municipais que devem reestruturar sua política ambiental de forma integrada e priorizar a educação e mudança de valores e comportamento da população, iniciando atividades pela própria Prefeitura Municipal de Picuí que deverá introduzir em sua gestão a relevância da conservação ambiental e, disseminar esta importância para seus cidadãos promovendo a educação ambiental.

Salienta-se que este trabalho não está finalizado, e tem ainda previstas as etapas de análise do fluxo da bacia hidrografia, e a análise física e química do solo e da água da região do lixão de Picuí para serem realizadas, tendo em vista a possível contaminação da área pelo chorume.

## REFERÊNCIAS

**Agenda 21 Brasileira 2000.** Brasília, 2000. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/ag21bra/doctematicos.html>>. Acesso em fevereiro de 2011.

CNUMAD. **Conferência da Organização das nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.** Agenda 21. São Paulo: Secretaria de Estado do Meio Ambiente, 1997.

GUERRA, A. T. **Dicionário geológico-geomorfológico.** Rio de Janeiro: IBGE, 1978.

FERREIRA, João Alberto; ANJOS, Luiz Antonio dos. **Aspectos de saúde coletiva e ocupacional associados à gestão dos resíduos sólidos municipais.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 17(3):689-696, mai-jun, 2001 IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.** População recenseada e estimada, segundo os municípios - Paraíba - 2007. Disponível em:

[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem\\_final/tabela1\\_1\\_12.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_12.pdf)  
Acesso em 16 de setembro de 2010.

JÚNIOR, A. P.; PELICONI, M. C. F. **Alguns pressupostos da Educação Ambiental**. In: JÚNIOR, Arlindo Philippi; PELICONI, Maria C. F. Educação Ambiental: desenvolvimento de cursos e projetos. São Paulo: Universidade de São Paulo. Faculdade de saúde Pública. Núcleo de Informações em saúde Ambiental: Signus editora, 2000. P. 3-5

JARDIM, N.S.; WELLS, C.; PRANDINI, F.L.; D'ALMEIDA, M.L.O.; MANO, V.G.T. (cords.) **Lixo Municipal: Manual de Gerenciamento integrado**. São Paulo: IPT/CEMPRE, 1995.

MORAES, L. R. S. **Acondicionamento e coleta de resíduos sólidos domiciliares e impactos na saúde de crianças residentes em assentamento Peri urbanos de Salvador, Bahia, Brasil**. Caderno de Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 23, suplemento 4, p. 5643-5649, 2007.

PHILIPPI JR, A.; MALHEIROS, T. F. **Saneamento e saúde pública: integrando homem e meio ambiente**. In: PHILIPPI JR, A. Saneamento saúde e ambiente: fundamentos para um desenvolvimento sustentável. Barueri, SP: Manole, 2005.

MAGALHÃES, D,N. **Elementos para o diagnóstico e gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos no município de Dores de Campos-MG**. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/analiseambiental/.../Déborah-Neide-de-Magalhães.pdf>>. Acesso em 17 de Mar de 2011.

RODRIGUES, C; ADAMI, S. **Técnicas fundamentais para o estudo de bacias hidrográficas**. In: VENTURI, L. A. B. (org). Praticando Geografia: técnicas de campo e laboratório em geografia e análise ambiental. São Paulo: Oficina de Textos, 2005, p. 147 a 166.

SISINNO, C. L. S., et al., **Resíduos Sólidos, Ambiente e Saúde: uma Visão Multidisciplinar**. Editora FIOCRUZ, Rio de Janeiro, p. 62, 2000.

SKINNER, J. H., 1997. **Solid Waste Management – The Environmental Issue of the 90's**. In: Latin American – Swedish Seminar on Solid Waste Management, Proceedings, pp. 115-118. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental/Lund University.

## AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES SANITÁRIAS DO MUNICÍPIO DE BARRO DURO - PI

Ceci Albertina Cisne Tomaz<sup>1</sup> e Zilva Natália Coelho Fernandes Mendes<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina Central e <sup>2</sup>Instituto Federal do Piauí – Campus Teresina Central  
Ceci\_cisne@hotmail.com – zilvanataliacelho@hotmail.com

### RESUMO

O seguinte trabalho fala das condições sanitárias dos municípios de Barro Duro e de seus povoados. E este visa identificar os pontos negativos que tragam malefícios para a população, encontrar soluções que suavizem situações como a precariedade e falta de conhecimento do saneamento da região e caracterizar o processo de ocupação dos povoados que aconteceu de forma irregular mostrando a exclusão social. A coleta de dados foi feita com aplicação de questionários e registros fotográficos das residências.

**Palavras-chave:** Barro Duro, Condições sanitárias, ocupação irregular.

## 1. INTRODUÇÃO

No contexto brasileiro, as cidades cresceram vertiginosamente sem o devido acompanhamento de infraestrutura básica, gerando ambientes insalubres e exclusão social.

Ainda sobre conceitos e categorias analíticas básicas, considera-se igualmente importante destacar que o termo ambiente, por seu turno, é difuso, reducionista e aborrecedor para Santos (2003), pela generalização oca presente na linguagem esotérico-fundamentalista de ambientalistas e teóricos da complexidade, quando discorrem sobre questões que têm considerado grau de dificuldade. Aliás, não é demasiado expor que termos aborrecedores têm marcado lugar-comum na linguagem romântico-modernosa desse ser genérico no qual se tornou significativa contingente dos sanitaristas e profissionais da área de saúde coletiva que atuam no setor. Por exemplo, o termo políticas públicas passeia numa teia de confusão conceitual que vai do reducionismo focalista à mera distorção entre o todo estratégico e as partes, em generalidades sobre as ações programáticas da política setorial de uma questão específica, tornando sua significância tangível às especificidades nela contida. O entendimento de política pública tem em sua carga conceitual todas as estratégias que o Estado utiliza para conduzir e intervir numa questão que se materializa nos atos explícitos, formais ou não, do discurso escrito, falado e o não dito. Uma sistematização secundada em Andrade (1997) traz a compreensão de que não há uma única explicação para a formulação e finalidades dessas políticas. Elas se explicam pela combinação, natureza e o número dessas combinações, origens históricas de cada estrutura, dos determinantes, da conjuntura, da forma política e de sua função social específicas. Que não há um corte dicotômico, claro, entre as necessidades sociais do capital e do trabalho e mais, que qualquer política pode servir a ambas. (ESCODA, 2005).

Com essa concepção é considerado reducionista avaliar efetividade de uma política isoladamente. No caso do saneamento básico, seu desempenho expresso apenas nos resultados epidemiológicos é impreciso pela estreita correlação entre as variáveis dependentes e intervenientes na questão, se desconsiderada a transversalidade produzida pelas suas ações e nestas pelas demais ações das políticas intersetoriais é de compreensão minimalista a sua intervenção. O saneamento básico trata-se também de questão duplamente periférica em países de desenvolvimento tardio, desigual e combinado, de atraso em sua cultura política como o Brasil que, mesmo emergente em suas relações de mundialização econômica, tem pífios indicadores de saneamento básico que são uma das mais vexatórias expressões de suas iniquidades. (ESCODA, 2005).

O conceito de saneamento básico na abrangência de suas dimensões, utilizado pelo estudo originário deste texto, está contido em Heller (1994), que o concebe no ciclo completo da água: em sua distribuição, frequência e qualidade; no esgotamento e tratamento sanitário; e na coleta e disposição dos resíduos sólidos. Considere-se ainda tratar-se de lugar complexo nas vias das políticas estruturantes de saúde, cuja amplitude na avaliação de efetividade de suas ações consiste em correlacionar variáveis dependentes e intervenientes de sutil permeabilização numa análise de efetividade na teia da intersetorialidade de gestão e financiamento de ações de saúde, de educação e de urbanização. (ESCODA, 2005).

A análise de saneamento do município de Barro Duro e de seus povoados mostrou bastante preocupação em reação as condições sanitárias da região, pois é de bastante precariedade a estrutura de planejamento urbano e é visivelmente perceptível a exclusão social de uma maioria existente nesta área.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo a FUNASA (2007), o conceito de Saneamento Ambiental é o conjunto de ações socioeconômicas que têm por objetivo alcançar Salubridade Ambiental, por meio de abastecimento de água potável, coleta e disposição sanitária de resíduos sólidos, líquidos e gasosos, promoção da disciplina sanitária de uso do solo, drenagem urbana, controle de doenças transmissíveis e demais serviços e obras especializadas, com a finalidade de proteger e melhorar as condições de vida urbana e rural para a população.

O conceito de saúde entendido como um estado de completo bem-estar físico, mental e social, não restringe ao problema sanitário ao âmbito das doenças. Hoje, além das ações de prevenção e assistência, considera-se cada vez mais importante atuar sobre os fatores determinantes da saúde (FUNASA, 2007).

O saneamento básico trabalha, especialmente, com um bem da vida. A água, apesar de ser conceituada, também, sob os mais diversos pontos de vista, acima de tudo é um bem cujas propriedades são essenciais para a existência dos seres vivos. Sendo assim, a disponibilidade de água em cada local habitado no planeta é pré-requisito para a continuidade da vida (OLIVEIRA, 2004).

A utilização do saneamento como instrumento de promoção da saúde pressupõe a superação dos entraves tecnológicos políticos e gerenciais que têm dificultado a extensão dos benefícios aos residentes em áreas rurais, municípios e localidades de pequeno porte (FUNASA, 2007).

À parte os problemas climáticos e geográficos, que sofrem menos influência da ação humana, é evidente que o uso dos recursos hídricos ocorra de forma otimizada em localidades onde há escassez de água. O saneamento básico adequado é fundamental para que se realize esta otimização do uso. Mas, a falta de saneamento, além de abrir espaço para a difusão de doenças, compromete os recursos disponíveis devido ao uso inadequado (OLIVEIRA, 2004).

Oliveira (2004), com relação ao saneamento básico destacar dois importantes aspectos. O primeiro é que os serviços de saneamento apresentam economias de escala, de forma que quanto maior for o tamanho da companhia encarregada do serviço, menor serão os seus custos por domicílio e, portanto, mais justas poderão ser as tarifas cobradas pelos serviços. O segundo aspecto é a necessidade de que os serviços alcancem municípios cujos investimentos, comprovadamente, não se apresentem viáveis, não apenas pela localização geográfica, mas também pela disponibilidade a pagar dos consumidores.

## 3. OBJETIVOS

### 3.1. Geral

Analisar as condições sanitárias do município de Barro Duro – PI e de seus povoados.

### 3.2. Específicos

Identificar o perfil de saneamento básico do município;

Destacar os parâmetros sanitários que sobressaem nas localidades estudadas;

Caracterizar o processo de ocupação das áreas mais atingida pelos problemas identificados.

## 4. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o município de Barro Duro, Piauí, localizado a 97 Km da Capital, originou-se do povoado Cantinho, então pertencente a Água Branca, por volta de 1924. Em 1934, foi elevado à categoria de povoado de Água Branca e com o movimento de emancipação política foi elevado à categoria de município, por força da lei estadual nº



2360/62, instando-se oficialmente a 30 de dezembro do mesmo ano, conservando o nome de Barro Duro.

O município está localizado na Microrregião: Centro-Norte Piauiense, Microrregião Médio Parnaíba Piauiense. Localiza-se a uma latitude 05°49'01" sul e a uma longitude 42°30'47" este, estando a uma altitude de 200 metros. De acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2010), a população total do município 6.607 é de habitantes, sendo 3.230 homens e 3.377 mulheres, com uma densidade demográfica de 50,39 hab/km<sup>2</sup>. Possui uma área de 131,119 Km<sup>2</sup>.

Segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano/PNUD (2000), o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) passou de 0.542 em 1991 para 0.624 em 2000.

## 5. METODOLOGIA

A inspeção na região foi feita com a aplicação de questionários no município de Barro Duro - PI e de seus povoados sendo acompanhado por uma agente de saúde em cada residência.

Os questionários tinham a finalidade de verificar de forma simplificada as condições de saneamento domiciliar. Onde além de verificar o número de habitantes, esse questionário foi dividido em três partes, onde a primeira parte tratava do abastecimento de água contendo as seguintes questões:

- Rua com rede de água;
- Se a residência era ligada à rede;
- Poço próprio;
- Se o abastecimento se dava de outras formas;
- Se havia banheiros;
- Se havia reservatório de água;
- Lavatórios;
- Tanques de lavar roupas;
- Pia de cozinha;
- Filtro doméstico.

A segunda parte do questionário, diz respeito ao destino dos dejetos, onde era formado pelas seguintes questões:

- Rua com rede de esgoto;
- Residência ligada à rede de esgoto;
- Privada com fossa seca;
- Privada com vaso sanitário;
- Tanque séptico;
- Sumidouro (poço absorvente);
- Outras formas de destino.

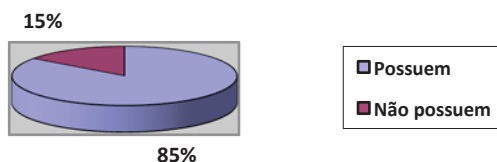
E a terceira parte do questionário era formada por duas perguntas relacionadas ao lixo, onde se perguntava se na rua existia coleta pública do lixo e se a residência possuía recipiente de lixo.

Foi feito um registro fotográfico nas residências para se ter conhecimento sobre sua estrutura. Os dados colhidos foram baseados na inspeção proposta pela FUNASA (Fundação Nacional de Saúde).

## 6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

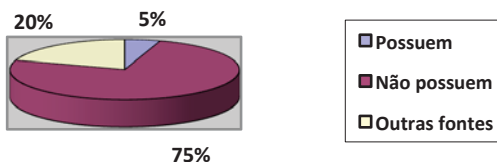
No município de Barro Duro, foi investigada a localidade Brejo do Baixo, sendo que foi constatado um total de 75 habitantes nesta área. Havia 20 (vinte) residências neste bairro e todas

contavam com algum membro da família para responder ao questionário. No tocante ao abastecimento de água, foi verificado que do total de 20 (vinte) domicílios, 17 (dezessete) beneficiavam-se do abastecimento coletivo, mas que não era ligado à rede da prefeitura, em que a proveniência da água era de chafariz público, sem nenhum tratamento, o que gerou uma porcentagem de 85% (ver Figura 1).



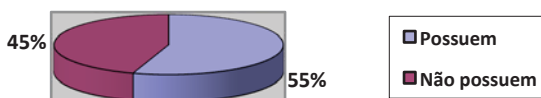
**Figura 1 – Gráfico da porcentagem de domicílios com abastecimento de água**

No que se refere à existência ou ausência de poço próprio um domicílio apresentou o mesmo, fixando um total de 5% em detrimento de 4 (quatro) residências que se abasteciam em outras fontes, gerando-se assim um percentual de 20% (ver Figura 2).



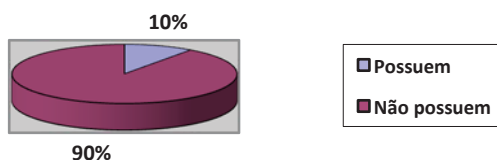
**Figura 2 – Gráfico da porcentagem de domicílios com poço próprio**

Já no que se refere ao quesito “domicílios com banheiro” foi observado que 11 (onze) possuíam, formando um total de 55% (ver Figura 3).



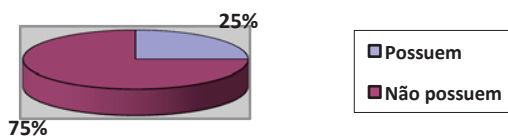
**Figura 3 – Gráfico da porcentagem de domicílios com banheiro**

Nenhuma residência apresentou lavatório para mãos e rosto, nem tanque para lavar roupas, fechando-se um percentual de 0% para ambas as indagações. Em se tratando de domicílios com filtros domésticos 2 (duas) residências apresentaram-no em suas instalações, fixando um percentual de 10% (ver Figura 4).



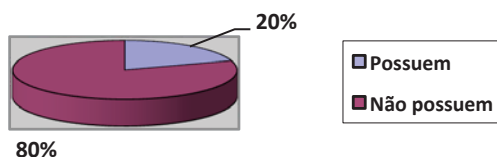
**Figura 4 – Gráfico da porcentagem de domicílios com filtro doméstico**

Ao que se reporta a “domicílios com pia de cozinha”, 5 (cinco) apresentaram o item gerando um percentual de 20% (ver Figura 5). Nenhum domicílio apresentou reservatório de água, fechando um total de 0%.



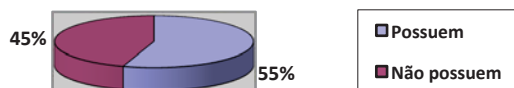
**Figura 5 – Gráfico da porcentagem de domicílios com pia de cozinha**

Reportando ao destino dos dejetos nenhuma residência investigada apresentava rede coletora de esgotos, e conseqüentemente não tinha tratamento do mesmo, fixando-se assim um total de 0% para ambos os quesitos. Referindo-se a domicílios com privada 4 (quatro) apresentaram o item gerando um total de 20% (ver Figura 6).



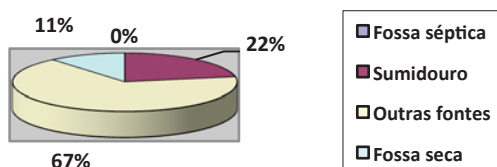
**Figura 6 – Gráfico da porcentagem de domicílios com privada**

No que diz respeito às residências com vasos sanitários, 11 (onze) residências apresentaram este item, perfazendo um total de 55% (ver Figura 7).



**Figura 7 – Gráfico da porcentagem de domicílios com vaso sanitário**

Dois domicílios apresentaram a fossa seca como destino dos dejetos, formando um percentual de 10%, nenhum domicílio apresentou fossa séptica, e em decorrência 4 (quatro) responderam usar sumidouros (poços absorventes), fixando um percentual de 20%, e finalizando 12 domicílios utilizaram a opção “outros” como destino de seus dejetos, totalizando assim 60% (ver Figura 8).



**Figura 8 – Gráfico da porcentagem do destino de dejetos**

No quarto módulo de perguntas denominado “destino do lixo” todas as residências afirmaram não possuir coleta pública, sendo que o lixo era queimado ou enterrado nos quintais das casas, sem nenhum sistema de acondicionamento ou tratamento, formulando-se um percentual de 0% para os quesitos citados.

## 7. CONCLUSÕES

De posse dos dados do município de Barro Duro do Piauí, foi verificado que a quase totalidade das residências apresentaram falha em algum item questionado. A grande maioria não possuía banheiros, e por este entendem-se as instalações que permitam o banho com água corrente (chuveiro) ou com caneca e cuia. As residências estão em total desacordo com uma boa qualidade de vida, carecendo assim maior nível de conhecimento nestas comunidades.

O resultado desta pesquisa mostra que o tema educação sanitária ainda deve ser bastante difundido entre esses moradores, e o termo higienização precisa ser fixado na mente dessas pessoas, pois muitas vezes estas dão prioridades a outras coisas materiais, como carros, pondo de escanteio a sua própria saúde ao não possuírem as condições sanitárias mínimas pra se viver com qualidade.

## REFERÊNCIAS

**Avaliação técnica do controle da qualidade da água para consumo humano em serviços públicos municipais de saneamento.** Volume 1. Convenio de Cooperação Técnica Funasa/Assemae, 2005.

**Barro Duro – PI: Dados gerais.** Disponível em: [http://www.barroduro.pi.gov.br/portal1/dado\\_geral/mumain.asp?ildMun=100122022](http://www.barroduro.pi.gov.br/portal1/dado_geral/mumain.asp?ildMun=100122022) Acesso em: 28 set 2011.

Fundação Nacional de Saúde. **Manual de saneamento.** 3. ed. rev. - Brasília: Fundação Nacional de Saúde, 2006.

**Sinopse do censo demográfico 2010:** Piauí. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=22&dados=1> Acesso em: 28 set 2011.

OLIVEIRA, Anderson Luis Silva de. **Saneamento Básico no Brasil:** Limites e possibilidades e atuação do setor privado. Dissertação (Mestrado) – UFBA. Salvador, 2004.

## AVENIDA JOÃO MEDEIROS FILHO: UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS SERVIÇOS NA DINÂMICA SOCIOESPACIAL DA ZONA NORTE DE NATAL-RN

M. E. C. Autora<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do RN - Campus Natal-Central  
Monick\_fj@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo focaliza analisar a influência dos serviços na dinâmica socioespacial da Avenida João Medeiros Filho na Zona Norte de Natal-RN nos últimos 10 anos. Objetiva, por conseguinte, analisar o processo de construção do território urbano, a formação de novas conjunturas sócio-espaciais decorrentes da inserção dos serviços no território norte da Capital potiguar. Bem como, ponderar acerca da ação dos agentes produtores do espaço urbano. É ainda necessário tecer alguns comentários sobre o papel do Estado na reestruturação desta parcela do espaço urbano. Para tanto, recorreu-se a pesquisas de caráter documental e bibliográfico, evidenciando os principais autores que tratam sobre o tema. Os resultados iniciais apontam que o setor de serviços vem transformando o espaço urbano de Natal, trazendo consequências das mais diversas para os moradores, do mesmo modo que influencia quem tem algum tipo de comércio na região. Nota-se ainda que este quadro, no contexto atual, suscita uma atenção especial de todos que se preocupam com a forma pela qual os produtores do espaço urbano vêm atuando nesta área bem como os serviços enquanto forte e dinâmica atividade vem dando a tônica e influenciando de forma substancial toda a avenida nos dois municípios pela qual ela perpassa.

**Palavras-chave:** Espaço Urbano, serviços, Zona Norte de Natal-RN.

## INTRODUÇÃO

O crescimento da cidade de Natal-RN forçou a população a procurar áreas mais afastadas do centro da cidade para residirem. Tais áreas começam a se destacar por volta dos anos 70 do século XX. O crescimento do Distrito Industrial de Natal, bem como a disponibilização de certa infraestrutura possibilitou uma alteração na dinâmica do território norte da capital.

Esta dinâmica se caracterizou por uma nova utilização do espaço, a população passou a estabelecer suas moradias nesta região. Muito embora tenha se estabelecido esta conjuntura, não se propiciou o desenvolvimento de um comércio ou de uma forma de economia mais expressiva. A Zona Norte da cidade ficou caracterizada como um território desprestigiado, sem nenhum tipo de atrativo para qualquer ramo da economia.

De forma contrária, percebe-se que nos últimos anos este perfil tem sido modificado. Ainda se tem a Zona Norte como uma área eminentemente habitacional, mas é inegável o crescimento dos mais diversos tipos de economia nesta região, mais especificamente os serviços. Nesse sentido, a Zona Norte de Natal aparece como um território de grande potencial econômico, sendo o setor de serviços um dos que mais cresce e que consolida a formação de dois circuitos da economia.

Assim, no sentido de estudar as implicações da formação e crescimento do setor de serviços é que se formulou a problemática norteadora desse trabalho, que será desenvolvido ao longo da pesquisa, de modo a possibilitar a formulação de alternativas que sejam salutaras às alterações do território, principalmente para a população lá residente. Desta forma, busca-se nesta pesquisa analisar a influência dos serviços na dinâmica socioespacial da Avenida João Medeiros Filho na Zona Norte de Natal-RN nos últimos 10 anos.

Para analisar os desdobramentos acima citados foi necessário o desenvolvimento de pesquisa de caráter bibliográfico e documental. Assim, inicialmente, serão estabelecidas algumas reflexões a respeito da construção do espaço urbano, seus agentes produtores e em especial o setor de serviços. Em seguida, serão feitas digressões a respeito do crescimento vivenciado pela Zona Norte de Natal. Elucidar-se-á ainda algumas especificidades que quanto a Avenida João Medeiros Filho, objeto de observação que baliza este trabalho. Posteriormente, em arremate de conclusão mostrar-se-á os impactos observados pela reestruturação dos serviços no espaço urbano de Natal, bem como serão definidas algumas medidas capazes alertar sobre alguns problemas constatados na pesquisa

### 1. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Para compreender a reestruturação do espaço da Zona Norte de Natal a partir da (re)dinamização dos serviços é imprescindível que se faça uma abordagem acerca do espaço urbano e seus agentes determinantes. O espaço é o palco das relações sociais, é antes de tudo um produto das relações entre os homens. É neste espaço que ocorre a produção da sociedade e assim pode ser caracterizado por uma dinamicidade, não sendo possível vê-lo como imóvel, estático.

Esta dinâmica visualizada no espaço é sem dúvida um produto das relações capitalistas, afinal, o modo de produção é propulsor das mudanças na sociedade. Como o modo de produção capitalista é dominante, estas relações de dinamicidade do espaço são mais visíveis no espaço urbano. As relações capitalistas são vividas nas cidades, o que torna este espaço mais expressivo para verificação das características do espaço enquanto produto social.

Como dito alhures, o espaço urbano é produtor e produto das relações capitalistas e por isso não se pode pensar neste espaço como isonômico. O espaço urbano capitalista é marcado

pela desigualdade e por isso alguns espaços poderiam ser colocados como luminosos e outros como opacos, segundo Santos e Silveira (2001). Este espaço urbano é produzido a partir da articulação de agentes sociais. Segundo Corrêa (1989) o espaço das cidades tem como principais atores os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos. O autor ressalta ainda que apesar de existirem divergências de interesses entre estes autores, os objetivos em comum são maiores.

Estes produtores do espaço urbano determinam um espaço não uniforme, assim, em determinadas partes deste espaço pode ser verificada a concentração urbana enquanto em outros há desconcentração urbana. Como afirma Santos (2008)

A cada modernização, novos pontos ou novas zonas são conquistadas ao espaço neutro e tornam-se uma nova porção de espaço operacional. Mas o impacto dessas forças não é o mesmo para as diversas variáveis, cuja combinação dá características do lugar. Disso resulta uma grande instabilidade na organização do espaço com repetidos desequilíbrios e ajustamentos.

Neste contexto, o setor de serviços surge como um dos componentes que possibilitam este processo de desconcentração e concentração urbana. Apesar de ser um campo inicialmente tido como sem valor, os serviços, notadamente a partir das três últimas décadas do século XX, ganham importância. E hoje podem ser visualizados como relevantes para o processo de organização da sociedade. Esta recente importância conferida ao setor de serviços é reflexo do crescimento urbano, sendo as necessidades de quem vive na cidade e a crise do setor secundário os principais estímulos para o crescimento do setor. Como afirma Castilho (1998)

Um certo “vazio” deixado pelas atividades secundárias, nas cidades, vai sendo ocupado frequentemente pela atividade terciária – ligadas ao comércio e a prestação de serviços – devido à sua maior flexibilidade no que tange à sua instalação no espaço e ao engajamentos de indivíduos que procuram qualificar-se ou requalificar-se, em busca da sua integração ou reintegração ao mercado urbano local, embora sob os parâmetros da subcontratação.

Os processos evidenciados acima são facilmente visualizados quando se observa a cidade de Natal-RN. Que teve o seu crescimento urbano acelerado pela dinâmica capitalista, passa por processos de centralizações e descentralizações e por fim vivencia o crescimento do setor de serviços por toda a sua malha urbana.

## **2. NATAL: UM ESTUDO GEO-HISTÓRICO DA CAPITAL POTIGUAR**

Uma análise sobre a dinâmica urbana, mais especificamente sobre o papel dos serviços no processo de dinamização do espaço urbano requer uma análise e algumas considerações sobre a área em estudo. Assim, a cidade de Natal-RN mostra que a reprodução do modelo capitalista predomina e provoca alterações no espaço urbano.

Para compreender estas mudanças vivenciados pelo espaço urbano é indispensável que se analise o processo histórico formador da cidade. Assim conforme explica Bezerra (2005) “A geografia Histórica tem trazido subsídios para esta procura, uma vez que, principalmente com o estudo da memória urbana, almeja-se explicar tanto os fenômenos quanto as formas do espaço urbano contemporâneo.”

Neste sentido, a expansão urbana de Natal foi se deu mais expressivamente durante as décadas de 70 e 80 do século XX, estando relacionada a criação da Superintendência de



Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE. Este órgão federal facilitou o processo de criação dos principais eixos do setor secundário próximos a cidade de Natal. Além deste crescimento relacionado ao setor industrial, Natal tinha o foco de sua urbanização nos bairros mais centrais, quais sejam, Ribeira, Cidade Alta e Alecrim. Representantes do setor terciário da cidade.



Figura 1 – Mapa político de Natal-RN

Com exceção do bairro do Alecrim, os outros citados anteriormente, passaram por um processo de apogeu e queda, vindo a expansão urbana de Natal a se consolidar em outras áreas mais atrativas. Com o aumento da população outras áreas foram sendo criadas para permitir que a população se afastasse dos centros comerciais da cidade. É nesta perspectiva que são criados espaços como a Zona Norte de Natal e a Zona Sul, que gerou até mesmo a expansão para a cidade de Parnamirim-RN. Desta forma, destaca-se a Zona Norte de Natal como um dos pontos da cidade de crescimento mais expressivo nos últimos anos.

### 3. AVENIDA JOÃO MEDEIROS FILHO: UMA RADIOGRAFIA ATUAL DE SUA CONFIGURAÇÃO SOCIOESPACIAL

De forma mais específica a redinamização do território natalense é visualizada em novos espaços, marcados pela articulação de vias de circulação. Desta forma, compreende um objeto de análise a Avenida João Medeiros Filho, que se destaca pela recente alteração do seu espaço.



Figura 2 – Mapa de bairros da Zona Norte de Natal-RN

Anteriormente a Zona Norte de Natal era marcada como um território para habitação, mais popular e, portanto, sem muitos atrativos para o comércio e para os serviços. Contudo, atualmente este espaço passa por transformações importantes, que merecem destaque. Desta forma, é nesta avenida que se percebe as mais profundas mudanças. A Zona Norte de Natal cresceu em decorrência do estabelecimento de indústrias e recentemente é marcada pelo crescimento do setor de serviços.

No que tange a Avenida em questão é necessário destacar que há recentemente uma reorganização do setor de serviços, que anteriormente era prioritariamente do circuito superior e que hoje desponta como um dos espaços de maior crescimento do circuito superior da cidade de Natal, em decorrência até mesmo da fixação dos primeiros *shoppings-centers* da região.

Diante deste cenário é imprescindível que se analise como o setor de serviços está interferindo nesta porção do espaço urbano e remodelando-a. Outro fator que merece destaque é o papel que o Estado exerce enquanto formador destas relações sociais e econômicas. Assim, nota-se na área em questão que o papel do Estado ainda se apresenta de forma tímida, sem a gestão correta dos recursos urbanos, na verdade sem a devida valorização de que carece o área em estudo. É imperioso que o Estado proponha e execute políticas públicas que busquem uma gestão sustentável do solo urbano, bem como criar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento da avenida em questão, para evitar que esta área sofra com os velhos problemas vivenciados por outros centros de comércio da cidade.

#### 4. A TÍTULO DE CONCLUSÃO

O território da zona norte de Natal-RN está crescendo, deixando de ser um espaço eminentemente do circuito inferior e dando margem a estruturação de um circuito superior. O que provoca uma (re) dinamização no território, podendo ser produto de vários fatores, até mesmo de novas políticas urbanas, que chegaram à Zona Norte de Natal recentemente.

A maneira como os serviços vêm se consolidando e, por conseguinte, transformando o espaço urbano na Avenida João Medeiros Filho, têm trazido consequências as mais diversas para seus moradores como para os que ali exercem e têm algum tipo de serviço e/ou comércio. Dessa forma, observamos que à medida que esta se desenvolve, cresce e a oferta dos serviços aumenta, se firmando como umas das mais dinâmicas, a infra-estrutura desta vem deixando a desejar. Problemas como iluminação precária, falta de segurança e saneamento básico entre outros são alguns dos problemas enfrentados pelos seus moradores e comerciantes que ali se concentram. Desta forma, a análise desse quadro no contexto atual, suscita uma atenção especial de todos que se preocupam com a forma pela qual os produtores do espaço urbano vêm atuando nesta área bem como os serviços enquanto forte e dinâmica atividade vem dando a tônica e influenciando de forma substancial toda a avenida.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Manoel Correia de. A produção do espaço Norterio-grandense. Natal: Ed. Universitária, 1981.

BEZERRA, J. A. **A reafirmação do bairro:** um estudo geo-histórico do Alecrim na cidade de Natal-RN. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Natal, 2005.

CASCUDO, L. C. História da cidade de Natal. 3. ed. Natal: IHG, 1999.

CASTELLS, M. A questão urbana. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

COSTA, A. A. **Impactos socioespaciais do crescimento urbano em Natal-RN:** um estudo do processo de verticalização. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Geociências, Rio de Janeiro, 2000.

FURTADO, E. M. **A “onda” do turismo na cidade do sol:** a reconfiguração urbana de Natal. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). PPCS. UFRN: Natal-RN: 2005.

GOMES, R. C. C.; SILVA, A. B.; SILVA, V. P. O Setor Terciário em Natal. In: VALENÇA, M. M.; GOMES, R. C. C. (Org.). Globalização e desigualdade. Natal: A. S. Editores, 2002, p. 289-310.

MEIRELES, Dimária Silva e. O conceito de serviços. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 26, n. 1, p.119-136, 2006.

NATAL. Anuário Natal 2010 / Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. Natal: SEMURB, 2010

NASCIMENTO, Gerson Gomes do. **Os novos caminhos do setor terciário em Natal/RN:** Uma análise a luz das questões territoriais. In: ARAÚJO, Maria Cristina Cavalcanti; SILVA, Valdenildo Pedro da. (org). Rio Grande do Norte: Temáticas contemporâneas da reorganização do território. Natal: CEFET-RN Editora, 2007.

NASCIMENTO, **Gerson Gomes do. Shopping-Centers:** elementos de (re) produção urbana na Zona Sul de Natal-RN. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, UFRN, Natal, 2003.

SANTOS, Milton. SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil:** território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2004.

\_\_\_\_\_. **O Espaço Dividido:** Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países subdesenvolvidos. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

## CONTRIBUIÇÃO À ANÁLISE E RESOLUÇÃO DE CONFLITOS SOCIOAMBIENTAIS NO AÇUDE DE APIUCOS – RECIFE/PE

R. D. Melo<sup>1</sup> e M. J. G. Melo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - Campus Recife  
dm.rafaela@gmail.com – mariajgmuab@gmail.com

### RESUMO

As áreas protegidas são demarcadas em decorrência da sua importância, tanto para os recursos naturais, como para a sociedade que usufrui de tal recurso. Frente à relevância destas áreas, são estabelecidas legislações e tipologias objetivando proteger e garantir sua conservação. Entre as diferentes tipologias adotadas estão as Áreas de Preservação Permanente (APP), categoria em que se enquadram as matas ciliares dos corpos hídricos. Em decorrência da importância dessas áreas selecionou-se para estudo o Açude de Apipucos inserido na categoria de Zona Especial de Proteção Ambiental 2 (ZEPA 2), conforme a Lei nº 16.176/96 que estabelece a Lei de Uso e Ocupação do Solo da Cidade do Recife. O Açude de Apipucos presta diversos serviços ambientais à população que reside no seu entorno, além de servir como espaço de lazer. Porém, vem passando por um processo de degradação, decorrente da má utilização de suas águas e da retirada da vegetação localizada nas suas margens alterando, dessa forma, sua qualidade. As diferentes formas de utilização das áreas e recursos do açude geram conflitos envolvendo a sociedade e o meio natural, denominados conflitos sócio-ambientais. Diante disso, o presente projeto visa contribuir para a resolução de conflitos socioambientais, objetivando subsidiar a negociação dos conflitos que envolvam a gestão de áreas de preservação permanente inseridas em um contexto urbano. Com este estudo constatou-se que grande parte dos problemas ambientais decorre do processo de urbanização, que ocorreu de modo desordenado, na ausência de um planejamento adequado voltado para utilização dos recursos de forma sustentável.

**Palavras-chave:** Áreas protegidas, Área de Preservação Permanente (APP), Conflitos Socioambientais.

## 1. INTRODUÇÃO

As áreas protegidas são estabelecidas em decorrência das suas funções ambientais. Elas atuam na manutenção adequada dos ecossistemas, além de proporcionar melhor qualidade de vida à população. As matas ciliares localizadas ao redor de corpos d'água, como rios, lagoas, açudes e represas, enquadram-se em uma das categorias de áreas protegidas, as Áreas de Preservação Permanente (APP), possuindo, dessa forma, uso restrito.

Grande parte dos problemas que ocorre em áreas protegidas como estas são consequência do crescimento urbano desordenado. Essas áreas passaram por um processo de ocupação e crescimento na ausência de um planejamento adequado, resultando em problemas ambientais. Como exemplo de tal situação tem-se as ocupações irregulares às margens dos corpos hídricos, ocasionando o desaparecimento da vegetação em detrimento a construção de imóveis, trazendo vários agravantes aos problemas ambientais. Esses corpos hídricos, especialmente quando estão localizados próximos ou no interior de áreas urbanas, são utilizados para diversas atividades que acabam gerando impactos, em sua maior parte, negativos.

Recife é uma cidade litorânea que possui 217,494 km<sup>2</sup> (IBGE, 2010) cortados por rios, áreas de manguezal e morros. Possui atualmente 21 Unidades de Conservação Municipais, criadas pela Lei de Uso e Ocupação do Solo – Lei Municipal nº 16.176/96, muitas delas em péssimo estado de conservação e em situação de abandono. Diante disso, é enorme o número de áreas protegidas, especificamente APPs, inseridas na cidade, em meio urbano.

Frente a isso, torna-se cada vez mais relevante a adoção de práticas visando a manutenção desses ambientes. Porém, para que medidas de controle e melhoria possam ser estabelecidas é necessário conhecer as características, não apenas do meio natural, mas da população que reside e estabelece relações com recursos naturais, assim como as principais causas dos problemas ambientais.

Frente a essa diversidade de APP existentes na cidade do Recife selecionou-se o Açude de Apipucos como área de pesquisa, visando contribuir para a solução de alguns dos muitos conflitos e problemáticas ambientais.

### 1.1. Área de Estudo

O bairro de Apipucos está situado na cidade de Recife, estado de Pernambuco em sua Região Político-Administrativa 3 (RPA 3) – Região Noroeste. Tal região é a mais extensa de Recife, constituída por mais 28 bairros e cortadas por importantes eixos viários. Com uma população de 3.476 habitantes, Apipucos possui uma extensão territorial de 122,9 ha e densidade demográfica de 28,22 hab/ha, além de apresentar o maior valor médio de IPTU total da RPA 3 (IBGE, 2010).

Nesse contexto situa-se a área de estudo, o Açude de Apipucos, inserido na sub-bacia do Rio Capibaribe e dividido em duas células por uma ponte e rua, que não impede a comunicação de suas águas. As células que dividem o açude possuem formatos diferenciados, assim como distintas características de ocupação.

O Açude de Apipucos foi instituído pela Lei Municipal nº 16.609/2000 como Zona Especial de Proteção Ambiental 2 (ZEPA 2), transformando-se na Unidade de Conservação de Apipucos, visando proteção especial dos ecossistemas existentes no interior da área. A Lei Municipal nº 16.176/1996, em seu Art. 19, define as ZEPAs como sendo “áreas de interesse ambiental e paisagístico necessárias à preservação das condições de amenização do ambiente e aquelas destinadas a atividades esportivas ou recreativas de uso público, bem como as áreas que apresentam características excepcionais de matas, mangues e açudes”.

Com esse estudo pretende-se contribuir não apenas para a transmissão de conhecimentos sobre áreas protegidas e conflitos ambientais, mas acima de tudo criar instrumentos que contribuam para a resolução de tais conflitos e sirvam de subsídios para estudos acerca da mesma temática.

Dessa forma, objetiva-se propor alternativas de resolução dos conflitos socioambientais que envolvem a gestão da Área de Preservação Permanente na ZEPA 2 Açude de Apipucos, por meio da caracterização da dinâmica dos conflitos ocorrentes, abordagem do problema das habitações irregulares às margens do açude e aplicação da metodologia da Abordagem da Escolha Estratégica como possível solução para simulação da resolução do conflito Açude de Apipucos.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 Áreas Protegidas

As áreas naturais protegidas são demarcadas territorialmente visando garantir a proteção e conservação dos recursos naturais, assim como os aspectos culturais da população associada à área. No Brasil, as áreas protegidas podem ser classificadas em diferentes tipologias. A Lei Federal nº 4771/1965 estabelece o novo Código Florestal que define categorias de áreas protegidas para florestas e demais formas de vegetação, entre elas as Áreas de Preservação Permanente (APP) por sua função ambiental de garantir a integridade das áreas que recobrem.

No Art. 2º são estabelecidas como APP “as florestas e demais formas de vegetação natural, situadas (...) a) Ao longo dos rios ou de qualquer curso d’água desde o nível mais alto em faixa marginal; b) Ao redor de lagoas, lagos ou reservatórios d’água naturais ou artificiais; (...)”. Essas áreas são estabelecidas por prestarem importantes serviços ambientais na preservação dos recursos hídricos, da paisagem, da estabilidade geológica, da biodiversidade, do fluxo gênico da fauna e flora, proteção do solo, além de assegurar o bem-estar das populações humanas. A legislação estabelece que ao redor dos cursos d’água deve-se proteger uma faixa marginal de vegetação que varia de 30 a 500 metros, de acordo com a largura do corpo hídrico.

Apesar da sua importância, essas áreas sofrem constantes modificações decorrentes de ações antrópicas, alterando sua qualidade e conseqüentemente os serviços ambientais prestados. As intervenções realizadas para a utilização dos recursos naturais e uso e ocupação do solo comprometem o funcionamento adequado do ecossistema, assim como a utilização dos recursos naturais para outros fins, gerando impactos sobre as APPs (AGRA FILHO, 2002).

### 2.2. Conflitos socioambientais causados pelas habitações horizontais

Situações conflitantes emergem de diferentes fatores, como o crescimento das cidades na ausência de um planejamento adequado, responsável por ocasionar uma série de problemas sobre os recursos naturais, especialmente nos grandes centros urbanos, como poluição atmosférica, poluição dos corpos hídricos, contaminação do solo e extinção de espécies.

Os conflitos socioambientais podem ser definidos como aqueles envolvendo:

São aqueles que envolvem grupos sociais com modos distintos de apropriação, uso e significação/importância do território, tendo origem quando pelo menos um dos grupos tem a continuidade das suas formas sociais de apropriação do meio ameaçada por impactos indesejáveis decorrentes do exercício das práticas de outros grupos. (ACSELRAD, 2004, p.26).

Por volta do século XX, em decorrência da rápida urbanização, a população buscou as áreas livres das cidades para construir suas habitações, levando a população de baixa renda a construir habitações sob a forma de aglomerados, carentes de infraestrutura e serviços públicos, em áreas de risco, não ocupadas pelo mercado imobiliário formal (QUINTO, 2007). Para Acselrad et al. (2009), vários fatores levam a essa situação, como o mercado de terras que torna as áreas de risco ambiental (próximas a lixões, sujeitas a inundações, desmoronamento, etc.) as únicas acessíveis a grupos de baixa

renda; as ações do poder público e de produtores privados do urbano, passando pelos padrões mais gerais de transformações do mercado de trabalho.

Outra consequência desse crescimento acelerado é a ocupação das áreas protegidas, especialmente às margens de rios e demais corpos d'água, visto que a ausência do mercado imobiliário formal nessas áreas, atrelado à disponibilidade recursos naturais, como água e solo fértil, torna-se um forte fator de ocupação das áreas protegidas. Rolnik (2005, p. 23) destaca que esse modelo de crescimento e expansão urbana divide a cidade em “porção *legal rica e com infraestrutura e ilegal pobre e precária*”. Ainda segundo a autora, tal situação “gera um conflito permanente entre o direito individual da população que mora nessas áreas e o interesse coletivo de proteção ao meio ambiente” (ROLNIK, 2005 p. 162).

No Açude de Apipucos pode-se observar essa situação: casas localizadas as margens do açude, habitadas por moradores com baixa qualidade de vida, longe da regularidade jurídica. No entanto, além dessas habitações observou-se a existência de casas luxuosas, evidenciando uma situação de grande desigualdade social, como visualizada na imagem três.

As residências de luxo são decorrentes do processo histórico de ocupação dessas áreas. Inicialmente elas eram ocupadas por engenhos, e a partir do século XX, por influência inglesa, o bairro passou por uma nova configuração urbana, voltada para construção de casarões com jardins e utilização da água como recurso paisagístico (PEDROZA et al, 2002). Dessa forma, o processo de construções horizontais decorre de diferentes processos de ocupação.

A situação observada nas margens do açude reflete um contexto que ocorre em toda a cidade, extremos entre riqueza e pobreza.

### 3. METODOLOGIA

Nesta pesquisa foi utilizada uma abordagem qualitativa, através de estudos exploratórios, de maneira interpretativa e não experimental; a análise foi realizada por meio do conteúdo, com padrões a partir dos próprios dados. Dias (2007) apud Andrade (2008) afirma que na abordagem qualitativa o pesquisador é um interpretador da realidade imerso no contexto, os dados são representados verbalmente, qualitativos e com maior riqueza de detalhes. A pesquisa busca analisar o problema sob diversos aspectos: sociais, ambientais e históricos; envolvendo grupos de diferentes classes sociais e valores éticos.

Atrelado ao levantamento bibliográfico, objetivando caracterizar a dinâmica dos conflitos socioambientais no Açude de Apipucos, realizaram-se visitas à área de estudo selecionada. Buscou-se identificar a situação atual em que se encontra o açude, em meio a perturbação de uma cidade com população 100% urbana (IBGE, 2010). Além da identificação dos conflitos ambientais existentes e seguinte análise. Entre os conflitos levantados, foi escolhido o das habitações horizontais que margeiam o açude para subsidiar a negociação.

Por meio de estudos já realizados e visitas *in loco* pode-se constatar os principais impactos causados pela construção dessas habitações em local de APP, assim como suas consequências. As visitas realizadas ao local de estudo levaram a coleta de imagens que serviram de subsídios para avaliação e registros dos principais aspectos observados no local em diferentes períodos.

Por fim, aplicou-se a Metodologia de Abordagem Estratégica, por se tratar de uma metodologia que leva em consideração a pertinência de fatores ambientais, econômicos e sociais estarem atrelados. Para Silva (2007), a Abordagem Estratégica trata-se de uma metodologia de auxílio à tomada de decisão em decorrência das incertezas existentes, por meio da estruturação de problemas.

A Abordagem da Escolha Estratégica é realizada a partir de uma abordagem cíclica, de forma a percorrer as diferentes etapas do processo de tomada de decisão, com o objetivo de: dar forma aos problemas, identificar áreas de decisão, projetar possíveis alternativas de solução, comparar



alternativas e escolher as ações a serem empreendidas (BREDARIOL, 2001). Além disso, está dividida em quatro modos fundamentais: 1 – Modo de Estruturação, 2 – Modo de Concepção de Opções, 3 – Modo de Comparação e 4 – Modo de Escolha.

No Modo de Estruturação, como o próprio nome sugere, é onde serão estruturados os problemas, em termo de formulação do mesmo. Nesta etapa serão levantadas as áreas de decisão, que representam as decisões a serem tomadas baseadas em duas alternativas mutuamente excludentes, por exemplo: Relocar ou Manter?

Após a estruturação do problema, no Modo de Concepção de Soluções serão avaliados os possíveis cursos de ação para os problemas, anteriormente, levantados, por meio da aplicação de alguns questionamentos, com o objetivo de projetar possíveis soluções, do tipo: “para onde relocar a população removida?”; “O monitoramento evitaria o lançamento indevido de efluentes no açude?”. Visando indicar as incompatibilidades entre as opções levantadas, são traçadas barras de opções entre as mesmas. Este procedimento, como lembra Bredariol (2001), auxilia na identificação dos possíveis focos de conflito entre os diferentes grupos de atores envolvidos na disputa (SILVA, 2007). A partir daí, obtêm-se os esquemas de decisão, representados pelas opções viáveis e inviáveis.

No Modo de Comparação, obtidas as soluções viáveis, elas serão comparadas com base em critérios de importância e preferência, conforme estabelecido pelo atores envolvidos. É necessário considerar diferentes critérios: econômicos, sociais, temporais, entre outros. Essas soluções viáveis serão comparadas através da criação das áreas de comparação, às quais serão atribuídos pesos, para torná-las passíveis de se quantificar.

A última etapa corresponde ao Modo de Escolha. Nesta etapa, as ações giram em torno dos compromissos a serem assumidos no futuro. Andrade (2008), afirma que devem ser considerados, tanto os compromissos já estabelecidos, necessários para a realização de ações concretas, como a maneira que o processo deve ser gerenciado futuramente. Da mesma forma, nesta etapa, também são revistas estratégias alternativas para lidar com as incertezas.

## **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

### **4.1. Ocupação das margens do Açude de Apipucos**

Os açudes detêm diferentes funções dentro do espaço em que estão inseridos, “servem de reservatório de água, controle de enchentes, recreação, irrigação e cultivos de espécies tais como peixes e crustáceos de interesse na alimentação e fonte de renda pela pesca de subsistência” (PEDROZA et al, 2002, p. 1). O açude e a mata ciliar, ou seja, a vegetação do entorno, além dessas funções, serve de espaço para o lazer, por meio da prática da pesca e outras atividades.

A retirada da vegetação pode ocasionar uma série de impactos ambientais afetando, não apenas os recursos naturais, como também as populações humanas que usufruem de tal espaço. Outra intervenção, além da retirada da vegetação, com grande potencial poluidor trata-se do lançamento de efluentes sem tratamento e resíduos sólidos no açude, alterando a qualidade de suas águas.

Em visita a área foi visualizada uma série de interferências que podem afetar na qualidade da área protegida. As visitas foram realizadas com o intuito de observar como a APP está sendo utilizada, assim como, observar a influência exercida pelas formas de ocupação às margens do açude.

Observou-se a praticamente inexistência de mata ciliar nas áreas de APP, estabelecida na Lei Municipal nº 16.243/1996 – Política de Meio Ambiente da Cidade de Recife, em seu Art. 75, como sendo de 50 metros distantes dos perímetros molhados, em torno de suas margens. As faixas que margeiam o açude estão sendo ocupadas por diferentes formas de ocupação, predominam nas áreas que margeiam o açude as edificações horizontais e vegetação Arbórea Arbustiva, havendo ainda a existência de vegetação sob a forma de Campos e Campos Alagados. Na célula 1, há uma forma de ocupação predominantemente por casas pobres, desprovidas de infraestrutura. Enquanto isso, às margens da

célula 2, as construções horizontais são em sua grande maioria casas luxuosas, habitadas por moradores com elevado poder aquisitivo. Além das habitações, próximo ao açude há um restaurante, um posto de gasolina (célula 2), uma oficina mecânica e uma indústria (célula 1), que despejam diversos tipos de resíduos, como restos de comida, plástico, óleos e detergentes, agravando problemas referentes à quantidade de oxigênio nas águas. Uma das consequências desses despejos trata-se do processo de eutrofização em que se encontra o açude, responsável por reduzir a quantidade de oxigênio dissolvido na água, causando a mortandade de peixes e demais animais que necessitam deste recurso, reduzindo assim sua biodiversidade.

## **4.2. Aplicação da metodologia de Abordagem da Escolha Estratégica para a resolução dos conflitos no Açude de Apipucos**

### **4.2.1. Modo de estruturação**

Nesta etapa, o principal objetivo trata-se de dar forma ao problema. As áreas de decisão são consideradas por Andrade (2008) como elementos indispensáveis na Abordagem da Escolha Estratégica, por representarem as decisões que devem ser tomadas no decorrer do processo de negociação do conflito. No Açude de Apipucos podem ser visualizadas as seguintes áreas de decisão, descritas abaixo, as quais foram identificadas baseando-se nas características e histórico do conflito, e podem ser justificadas através dos seguintes argumentos:

Relocar? – A população carente que mora às margens do açude não detém dos direitos básicos do cidadão, como estabelecido na Constituição Federal de 1988, em seu Art. 6º, visto que nessa área que habitam, atualmente, não há maneiras de fornecer esses serviços de modo adequado. Será que haveria como remover a população para um local onde seus direitos como cidadãos fossem garantidos? Seria possível manter as relações trabalhistas, sociais e afetivas já estabelecidas apesar da remoção para outra área? A realocação solucionaria os problemas da população?

Saneamento? – O Açude encontra-se em processo de eutrofização, devido a quantidade excessiva de carga poluidora lançada em suas águas, além da grande quantidade de lixo. Por que o esgoto das habitações do entorno, assim como dos demais empreendimentos, são despejados no açude, agravando os problemas já existentes? Não seria necessário o tratamento adequado desses efluentes antes de serem despejados no corpo hídrico?

Monitorar? – Além das habitações, há empreendimentos próximos ao açude com potencial poluidor que podem estar lançando diversos tipos de efluentes, alterando sua qualidade. Haveria como verificar se os efluentes estão realmente sendo lançados de modo inadequado? E monitorar o lançamento desses efluentes visando mantê-los dentro do padrão estabelecido pela legislação?

Educar? – Foi observada grande quantidade de resíduos no interior e ao redor do corpo hídrico, apesar da realização da coleta de lixo, além de diferentes práticas que comprometem a qualidade do açude. Seria válido investir na educação da população por meio da sensibilização, como forma de combater diretamente o problema? Com a população consciente será que ela continuaria depositando seus resíduos em local inadequado? Por sensibilizar tratar-se de um processo longo, haveria possibilidade de ser realizada a limpeza do açude, para reduzir a carga de lixo?

A pesquisa analisou como as intervenções realizadas no entorno do Açude de Apipucos podem interferir na sua qualidade e funcionamento adequado. O foco é manter a qualidade dos recursos naturais em meio a constantes perturbações causadas pelas habitações, empreendimentos, e lançamento de efluentes e resíduos. Garantindo uma melhor qualidade de vida para a população que reside às margens do açude, por meio da consolidação dos seus direitos e proporcionando a população do entorno benefícios para a prática de atividades.

### **4.2.2. Modo de concepção de soluções**

Após o levantamento dos conflitos e das áreas de decisão, o quadro 1 mostra diferentes opções adotadas para cada área de decisão, elaboradas com base no problema analisado, verificando a compatibilidade entre as opções construídas (relocar, saneamento, monitorar e educar), visando chegar a soluções viáveis, por meio da elaboração dos possíveis esquemas de decisão observados abaixo.

Quadro 1 – Esquemas de decisão

RELOCAR	SANEAMENTO	EDUCAR	MONITORAR	SOLUÇÕES VIÁVEIS	
Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	A
			Não	Sim	B
		Não	Sim	Sim	C
			Não	?	D
	Não	Sim	Sim	Sim	E
			Não	Não	F
		Não	Sim	Sim	G
			Não	Não	H
Não	Sim	Sim	Sim	Não	I
			Não	Não	J
		Não	Sim	Não	L
			Não	Não	M
	Não	Sim	Sim	Não	N
			Não	Não	O
		Não	Sim	Não	P
			Não	Não	Q

Fonte: Elaboração própria, baseada em Andrade (2008)

Por meio da tabela de esquema de decisões obtiveram-se as soluções viáveis e inviáveis, através da combinação das alternativas, facilitando o processo de tomada de decisões. Primeiramente, optou-se por analisar as alternativas consideradas inviáveis. As alternativas I, J, L, M, N, O, P e Q são consideradas inviáveis por não considerarem a relocação da população, fazendo com que a mesma permaneça residindo às margens do açude. Ou seja, em local impróprio segundo a lei e sem acesso aos serviços públicos básicos, visto que na área, atualmente, é clara a inviabilidade de acesso a certos serviços, tornando necessária a retirada da população.

#### 4.2.3. Modo de Comparação

Cumprida a etapa anterior, de concepção de soluções viáveis e inviáveis, serão utilizadas as áreas de comparação visando fornecer subsídios para avaliar as conseqüências de determinadas soluções. Para Silva (2007), por meio das áreas de comparação são estimadas conseqüências, efeitos e implicações de cada solução proposta. Neste trabalho, simularam-se as seguintes áreas de comparação: custos, benefícios e tempo, como observado posteriormente no quadro 2.

Após levantadas, as áreas de comparação devem ser rotuladas e associadas aos seus efeitos conseqüentes, que possuem valores passíveis de quantificação, variando entre 1, 2 e 3. Os valores mais altos são atribuídos aos efeitos mais fáceis de serem alcançados, da mesma forma, o oposto com os valores mais baixos. No quadro abaixo podem-se observar as áreas de comparação rotuladas e associadas aos seus efeitos (alto, médio e baixo).

Quadro 2 – Áreas de Comparação

ÁREAS DE COMPARAÇÃO			
Rótulo	Descrição	Efeito	Valor
CUSTOS	Recursos financeiros que deverão ser gastos para resolver o conflito.	Alto	1
		Médio	2
		Baixo	3
BENEFÍCIOS	Benefícios sociais a serem esperados a partir das decisões	Baixo	1

	tomadas.	Médio	2
		Alto	3
TEMPO	Tempo necessário para que as ações se concretizem.	Alto	1
		Médio	2
		Baixo	3

Fonte: Silva (2007)

O próximo passo consiste em associar as áreas de comparação às soluções obtidas por meio dos esquemas de decisão. As soluções viáveis levantadas serão quantificadas e relacionadas a um efeito, ou seja, a um número que indicará seu grau de aceitação. A execução desta etapa pode ser verificada no quadro 3, abaixo.

Quadro 3 – Aplicação das Áreas de Comparação

ÁREAS DE DECISÃO					ÁREAS DE COMPARAÇÃO			
Soluções Viáveis	Relocar	Saneamento	Educar	Monitorar	Custo	Benefício	Tempo	Total
A	Sim	Sim	Sim	Sim	1	3	1	5
B	Sim	Sim	Sim	Não	1	2	1	4
C	Sim	Sim	Não	Sim	1	2	1	4
D	Sim	Sim	Não	Não	2	2	1	5
E	Sim	Não	Sim	Sim	1	1	1	3
G	Sim	Não	Não	Sim	3	1	3	7

Fonte: Elaboração própria

A solução A contempla a relocação da população para um novo local onde seus direitos de melhor qualidade possam ser atendidos, juntamente com o saneamento ambiental da área, práticas de educação ambiental para a população que usufrui de alguma forma do açude e o monitoramento dos efluentes lançados do açude por diferentes tipos de empreendimento. Já solução B, difere da solução A em apenas um ponto: o monitoramento dos despejos, ou seja, os efluentes lançado no açude não seriam controlados, ficando para os empreendimentos a responsabilidade despejá-los de dentro dos padrões estabelecidos.

A solução C difere da solução A por não contemplar a educação ambiental da população, o que se mostrou viável pelo fato de que habitações irregulares seriam removidas, o saneamento seria contemplado e monitoramento realizado de maneira adequada. Dessa forma, a poluição causada pelos demais habitantes do entorno e por aqueles que frequentam o açude não seria suficiente para tornar o açude poluído, levando em consideração sua capacidade de carga e autodepuração. A solução D assemelha-se a solução C, exceto por não garantir o monitoramento quanto ao lançamento de efluentes. Ficando a dúvida referente a quantidade desses efluentes não monitorados. Apesar de não estar recebendo efluente doméstico *in natura*, seria necessário verificar se o açude, ainda sim, suportaria receber os efluentes provenientes dos empreendimentos (caso não haja comprometimento por parte dos responsáveis) acrescido da ausência de práticas educativas.

A solução E não contempla o saneamento ambiental da área, porém como parte da população do entorno seria removida e a parte remanescente estaria constantemente sendo sensibilizada para a manutenção adequada do açude, juntamente com o monitoramento dos efluentes, haveria o equilíbrio das cargas poluidoras depositadas sobre o açude. Por fim, a solução G seria igual a solução E se não abrangesse apenas a relocação da população e o monitoramento dos efluentes. Assim, como já levantado em outras soluções, a autodepuração do açude dá suporte para receber certa carga.

#### 4.2.4. Modo de escolha

Na última etapa, o modo de escolha, depois de obtidas as soluções viáveis, será selecionada a opção que se mostrou mais adequada entre as soluções analisadas. Para isso, serão levantadas as Áreas de Incertezas que representam os possíveis obstáculos que interferirão na tomada de decisão. As Áreas de Incertezas levantadas referentes aos conflitos no Açude de Apipucos foram as seguintes:

**ATIVIDADES** – Como seriam realizadas as práticas educativas visando promover a sensibilização da população que frequenta o açude? Quem ficará responsável por essas atividades?

**TRATAMENTO** – Com a realização das obras de saneamento serão implantadas redes coletoras de efluentes na Zona Noroeste de Recife. No entanto, Andrade (2008) afirma que hoje, as estações de tratamento existentes já não suportam a demanda de efluente coletado. Diante disso, como garantir ao menos que o despejo de efluentes domésticos não ocorra no Açude de Apipucos?

**MONITORAMENTO** – Depois de realizadas as intervenções, quem ficará responsável em monitorar a qualidade ambiental do açude?

**RESPONSÁVEL** – Quem se responsabilizará por possíveis danos futuros?

**FAVELIZAÇÃO** – Como garantir que novas habitações irregulares não voltem a surgir nas margens do açude?

**LOCAL** – Para onde serão relocados os moradores? Será necessária assistência social para auxiliá-los com a nova qualidade de vida, inclusive, sobre fonte de renda?

**EXTENSÃO** – Qual é verdadeiramente o índice de poluição da área? Com a realização das intervenções haverá como medir ou avaliar esse índice de poluição e verificar se as ações estão de fato surtindo efeitos positivos?

É importante salientar que de acordo com as decisões tomadas, um novo contexto pode ser criado no processo de tomada de decisões. Sendo assim, seria necessário reavaliar as áreas de decisões estabelecidas no começo do processo, o que conseqüentemente acarretaria na recondução do processo a partir do início. No quadro 4, são apresentadas algumas Opções Exploratórias, com o objetivo de atenuar as incertezas envolvidas no conflito e buscar soluções para os obstáculos existentes.

Quadro 4 – Opções Exploratórias para as Incertezas

<b>Incertezas</b>	<b>Opção Exploratória</b>
? Atividades	Identificar qual o principal público frequentador do açude como área de laser e realizar pesquisas para identificar suas preferências.
? Tratamento	Realizar estudos da capacidade de suporte das estações, dimensionar o volume de efluentes a ser coletado na RPA 3.
? Monitoramento	Identificar por meio de estudos as melhores alternativas de monitoramento de efluentes, assim como os parâmetros indicados, promover uma equipe responsável pelo trabalho e planejar meios de tornar público os resultados.
? Responsável	Decidir de forma conjunta com os atores envolvidos no problema a responsabilidade de cada um após a realização das intervenções na área.
? Favelização	Investimento em fiscalização na área.
? Local	Procurar, preferencialmente, áreas próximas ao Açude para relocar a população.
? Extensão	Realizar pesquisas acerca da qualidade ambiental do açude e planejar meios de tornar público os resultados.

Fonte: Andrade, 2008. Adaptado.

Para finalizar a aplicação da metodologia, resta a elaboração do pacote de compromissos, resultante do processo de construção das decisões formuladas. É importante ressaltar que as soluções aqui encontradas são mutáveis, ao passo que o objetivo não é descobrir a solução, de fato, para o problema. É possível que após a elaboração do pacote de compromisso surja uma nova discussão em torno do problema estruturado, reconduzindo ao início do processo.

O pacote de compromisso do conflito Açude de Apipucos pode ser observado no quadro 5, abaixo, composta pelas áreas de decisão; descrição do conjunto de ações e opções de exploração; e decisões futuras. Essa tabela é o resultado das escolhas estratégicas feitas no decorrer do processo.

Silva (2007), cita outro ponto importante a ser levantado sobre a Abordagem da Escolha Estratégica, referente a dimensão temporal do método, ou seja, os resultados obtidos com a aplicação da metodologia estão diretamente associados a época em que está ocorrendo o conflito.

Quadro 5 – Pacotes de Compromisso do Conflito Açude de Apipucos

Áreas de decisão	Decisões Imediatas		Decisões Futuras	
	Ações	Exploração	Opções Preteridas	A Planejar
RELOCAR?	1. Relocar a população	1. Discutir juntamente com os moradores os locais preferíveis para relocação. 2. Decidir em conjunto com os moradores o padrão adequado das casas que serão construídas		1. Promover um grupo de apoio social à população removida
SANEAMENTO?	1. Realizar obras de saneamento na região correspondente ao Açude de Apipucos (RPA 3).	1. Implantar redes coletoras de esgoto. Desobstrução das redes de drenagem.	1. Melhorar o funcionamento o das estações de tratamento existentes.	1. Construir novas estações de tratamento. 2. Monitorar o funcionamento das estações de tratamento por meio de um plano de monitoramento.
MONITORAR?	1. Realizar o monitoramento do lançamento de efluentes provenientes dos empreendimentos.	1. Discutir com técnicos melhores técnicas de monitoramento e índices de qualidade.	1. Monitorar periodicament e os efluentes.	1. Criar um meio de tornar públicas as informações obtidas.
EDUCAR?	1. Realizar atividades de sensibilização com a população. 2. Melhorar área de laser no açude.	1. Decidir juntamente com educadores, técnicos, ambientalistas maneiras de promover a sensibilização da população.	1. Continuar promovendo atividades de educação ambiental.	

Fonte: O autor (2011)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das causas dos problemas ambientais em áreas urbanas é a falta de um planejamento eficaz e de uma política ambiental voltada para conservação dos recursos naturais, que esteja atrelada às demais políticas. Tem-se a necessidade de que os planos de gestão dos diferentes setores estejam interligados, pois a política ambiental não pode funcionar com eficiência agindo isoladamente. Além de serem interligadas, é importante que as políticas não tenham objetivos contraditórios para que possam funcionar em consonância, fato este, que não se observa constantemente.

A falta de planejamento adequado das áreas urbanas resultou em um processo de urbanização desordenada, por meio da ocupação de áreas consideradas de risco. Essas habitações fazem parte do mercado imobiliário informal e resultam em uma série de impactos negativos sobre os recursos naturais. Além de impactar o meio natural, as moradias irregulares podem representar uma ameaça para a própria população residente, ao passo que elas estão vulneráveis a diversos problemas naturais.

No Açude de Apipucos constatou-se a necessidade de ações que promovam uma melhor qualidade de vida à minoria carente que habita no entorno do açude, assim como a carência de fiscalização, para que novas habitações não voltem a surgir às margens do açude. Acredita-se que a remoção da população para moradias adequadas e o auxílio social frente as prováveis mudanças, forneceriam subsídios capazes de modificar a realidade desses moradores. Todavia, vale citar que o açude permanecerá poluído caso não sejam realizadas obras de saneamento e intervenções que inviabilizem o lançamento de efluentes e resíduos sólidos no açude. É necessário implementar conjuntamente obras corretivas e preventivas para resolver o problema em questão que promoverão o bem estar dos recursos naturais e populações humanas.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGRA FILHO, S.S. Conflitos ambientais e os instrumentos da Política Nacional de Meio Ambiente *In*: ZHOURI, A.; LASCHEFSKI, K. (Org). **Desenvolvimento e conflitos ambientais**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002.

ANDRADE, A. C. **Gestão de Áreas Verdes em Ambientes Urbanos (Uma contribuição à análise e resolução de conflitos sócio-ambientais)**. 2008. 130 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e políticas ambientais). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA), Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

ASCELRAD, H.; MELLO, C. C. A.; BEZERRA, G. N. G. **O que é justiça ambiental**. 1<sup>o</sup> ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. 160 p.

BRASIL. **Lei nº 4.771, de 15 de Setembro de 1965**. Institui o novo Código Florestal. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L4771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4771.htm)> Acesso em 20.12.2011.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. **Censo 2010**. Disponível em <[http://www.ibge.gov.br/censo2010/primeiros\\_dados\\_divulgados/index.php?uf=26](http://www.ibge.gov.br/censo2010/primeiros_dados_divulgados/index.php?uf=26)> Acesso em 04.01.2011.

PEDROZA JUNIOR, H.S.; SOARES, M.G.; BEZERRA, R.; SOARES, A.P.; **Oficinas de educação ambiental e sustentabilidade pesqueira no Açude de Apipucos, Região Metropolitana do Recife**. Congresso Brasileiro de Extensão Universitária, 2002.

QUINTO, S. C. B. S. **O Programa Crédito Solidário: produção de moradia popular em autogestão – O caso do Distrito Federal e entorno**. 98 f. Monografia (especialização em gestão urbana e desenvolvimento municipal). Centro Integrado de Ordenamento Territorial (CIORD), Brasília, 2007.

RECIFE. **Lei nº 16.609/2000**. Altera o zoneamento da cidade do Recife, institui a Unidade de Conservação Açude de Apipucos, e dá outras providências. Disponível em <[www.cprh.pe.gov.br/downloads/lei-16609.doc](http://www.cprh.pe.gov.br/downloads/lei-16609.doc)> Acesso em 04.01.2011

ROLNIK, R. **Estatuto da Cidade: guia para implementação pelos municípios e cidadãos**. Brasília, Instituto Pólis/Câmara dos Deputados, 2005.

SILVA, Renan Finamore Gomes. **Gestão de áreas contaminadas e conflitos ambientais: o caso da cidade dos meninos**, 2007. 118 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

## DELIMITAÇÃO DAS MARGENS DOS RIOS CORDA E MEARIM NA CIDADE DE BARRA DO CORDA: UMA METODOLOGIA APLICADA PARA O CURSO TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES

P. E. S. Vasconcelos<sup>1</sup>; A. B. Rodrigues<sup>2</sup> e T. B. Viveiro<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup>Instituto Federal do Maranhão - Campus Barra do Corda  
Paulo.vasconcelos@ifma.edu.br; airtonbarbalho@hotmail.com; thiagoobv@windowslive.com

### RESUMO

O sítio onde foi fundada a cidade de Barra do Corda foi escolhido por conta da sua localização privilegiada, o encontro dos Rios Corda e Mearim. A partir de então, a cidade, que hoje beira os 100 mil habitantes, vem crescendo em uma “interação”, nem sempre saudável entre ambiente construído e cursos d’água. A Lei Federal Nº 4.771/65 - Código Florestal prevê a preservação da vegetação das margens dos rios, em uma faixa variável, que pode chegar a 100m no caso de Barra do Corda. Em um rápido passeio pelo centro da cidade, área mais comprometida - justamente onde ocorre o encontro dos rios, percebe-se facilmente que as faixas de proteção exigidas pela Lei Federal não são cumpridas. O que assusta, já que a cidade consome a água dos rios e não há rede de tratamento de esgotos. A questão se torna mais atual e polêmica, tendo em vista a votação do projeto de Lei que visa alterar o código florestal. Diante do contexto, é proposto a realização de um estudo com o objetivo de se delimitar em mapa a faixa de proteção às margens dos Rios Corda e Mearim, na área urbana da cidade, seguindo as exigências da lei atual. A partir de então, o estudo dará condições de um diagnóstico inicial do grau de ocupação as margens do rio. O trabalho em desenvolvimento conta com a participação de alunos do Curso Técnico em Edificações, através de uma metodologia ajustada, implementada através de projetos de pesquisa ou extensão, de forma que de posse dos conhecimentos obtidos no curso, o alunado possa ser inserido no processo de pesquisa. Entende-se que o trabalho se justifica tendo em vista a aplicação do estudo, já que novas ocupações em áreas de interesse ambiental podem ser evitadas, ou disciplinadas. O trabalho pode e será utilizado em iniciativas que visem a educação ambiental, contribuindo de forma positiva para a questão, tão atual e importante, para a cidade de Barra do Corda e, por que não, para toda bacia do Mearim.

**Palavras chave:** Rio Corda; Rio Mearim; Áreas de Preservação Permanente; Código Florestal.



## 1. INTRODUÇÃO

A cidade de Barra do Corda foi fundada em 1894, tendo seu sítio escolhido por sua localização privilegiada, centro geográfico do Maranhão. Ali, em uma planície nas proximidades da confluência dos rios Corda e Mearim, poderia seguir-se de barco para São Luís e assim diminuir as distâncias entre o sertão maranhense e o centro administrativo do Estado. Assim, no sítio escolhido, seguindo a orientação dos pontos cardeais, construiu-se o centro da cidade e os demais bairros foram aos poucos se desenvolvendo no entorno do leito dos rios, tais quais os bairros da Altamira, Canadá e Trizidela entre outros.

Porém, a perspectiva de crescimento econômico pela qual o Brasil - e mais notadamente o Maranhão - vem passando parecem apontar para uma nova dinâmica urbana no município. No âmbito estadual, é importante destacar o processo de expansão industrial provocado pela implantação da refinaria de petróleo em Bacabeira e a extração de gás natural no município de Capinzal do Norte, a 142 km de Barra do Corda. Estes empreendimentos devem gerar uma grande influência para o crescimento do Município assim como de todo o Estado.

Barra do Corda, como cidade pólo da Microrregião do Alto Mearim, parece oferecer grandes possibilidades de atração desses investimentos, pela sua localização central no estado e sua ligação à região norte do país através da BR 226, que liga o Maranhão aos demais estados que também compõe a Amazônia Legal.

O crescimento da região preocupa, pois a relação da cidade com os cursos d'água, não é sinônimo de harmonia e equilíbrio para o meio ambiente. A ocupação das margens dos mananciais, provocada pela expansão urbana, e o não investimento em saneamento básico fazem com que o rio sofra grandes danos. Os danos ambientais causados pela ocupação das margens são dos mais sérios para o rio e para a cidade, causando desde o comprometimento da qualidade da água até o assoreamento e inundações. As inundações ocorrem pelo processo de impermeabilização das margens, que contribui para a rápida drenagem do terreno, fazendo com que o volume repentino de água transborde.

Portanto, a fim de se evitar que a expansão da cidade seja sinônimo de maiores impactos ambientais, iniciamos através deste trabalho a delimitação das Áreas de Proteção no entorno das margens dos rios Mearim e Corda. Tal estudo será aplicado com o objetivo de se traçar um diagnóstico do grau de ocupação às margens dos Rios Corda e Mearim, a fim de se criar políticas públicas de planejamento urbano, proteção e conservação ambiental, trazendo resultados práticos para a comunidade local.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Assegurando a proteção dos rios e demais cursos d'água, a Lei Federal Nº 4.771, de 1965, ainda vigente, assegura que deve ser preservada a vegetação no entorno dos cursos d'água, conforme segue abaixo:

**Art. 2º** - *Consideram-se de preservação permanente, pelo só efeito desta Lei, as florestas e demais formas de vegetação natural situadas:*

- a) *Ao longo dos rios ou de qualquer curso d'água desde o seu nível mais alto em faixa marginal cuja largura mínima seja:*
  - 1) *De 30 (trinta) metros para os cursos d'água de menos de 10 (dez) metros de largura;*
  - 2) *De 50 (cinquenta) metros para os cursos d'água que tenham de 10 (dez) a 50 (cinquenta) metros de largura;*
  - 3) *De 100 (cem) metros para os cursos d'água tenham de 50 (cinquenta) a 200 (duzentos) metros de largura (...); (LEI FEDERAL Nº 4.771, de 1965)*

A legislação citada acima, por si só, já seria motivo suficiente para a elaboração de trabalhos que visassem à proteção dos rios e suas margens. No caso de Barra do Corda, a proteção das margens

dos Rios se torna essencial, uma vez que a criação da cidade e seu crescimento estão diretamente ligados aos cursos d'água. A partir dessa constatação, torna-se importante atentar para tais questões, evitando assim os resultados que ocorrem cotidianamente em nosso país, como nos casos de São Paulo, Recife e São Luís, cidades que têm seu desenvolvimento entre mananciais já degradados. Aqui, essas consequências são ainda mais sérias, já que estamos falando de uma cidade de pequeno porte, que tem atividades econômicas e sociais diretamente ligadas aos rios. Neste caso, matando-se o rio, morre também a cidade.

É vital que se reconheça a grande importância das Áreas de Preservação Permanente (APP's), principalmente em ambientes urbanos, visto que a descaracterização dessas áreas é notória nos centros urbanos brasileiros. A ação antrópica representada pela urbanização acelerada e sem controle é o principal agente destruidor de ambientes protegidos por lei.

Barra do Corda possui uma população de 82.692 habitantes (IBGE, 2010), destes, cerca de 63% é população urbana, que exerce pressão direta sobre o rio. Se compararmos os dados do censo de 2010 com o de 2000, encontraremos uma taxa média de crescimento pouco menor que 5%. Esta taxa pode ser considerada pequena se comparada com a taxa média do estado, que apresenta evolução populacional de 16,25%. Porém, como citado anteriormente, o estado e o país estão em um novo ritmo de crescimento e Barra do Corda, seria também afetada por este, o que nos faz temer o efeito deste crescimento sobre o ecossistema da região.

Importante destacar que o momento para a realização deste trabalho é bastante oportuno, já que muito dos impactos previstos para os rios não foram realizados ainda. É comum a mídia local alardear novos empreendimentos imobiliários, entre eles, loteamentos compostos de pequenas chácaras de área inferior a 1ha, cujo lote dá acesso direto ao Rio Corda. Estes últimos empreendimentos resultarão invariavelmente no adensamento das margens do rio, o que é preocupante. Segundo SCHUELER, 1995, apud ARAÚJO, ALMEIDA e GUERRA, 2005, a quantidade de superfície impermeável pode ser utilizada como um indicador para se prever o quão graves podem ser os danos. Em muitas regiões urbanas, um valor tão baixo quanto 10% de cobertura impermeável da bacia hidrográfica já é suficiente para ocorrer a degradação, sendo que se torna mais severa quando maior se torna a cobertura impermeável.

É preciso deixar claro que as áreas contempladas aqui constituem-se como muito valorizadas pelo mercado, tanto por seu valor paisagístico, quanto pelo seu caráter de área nobre, por isso a especulação imobiliária é um entrave para que se execute uma proteção plena do local. É necessário que se regularize o solo urbano nesses ambientes, procurando respaldo nas legislações federal, estadual e municipal, estabelecendo faixas de proteção. Deve haver ainda uma fiscalização efetiva dessas áreas, para que não sejam totalmente ocupadas.

Devemos considerar também que a ocupação das margens é praticamente irreversível, uma vez que é muito difícil a remoção da população já assentada. Assim o conhecimento da situação do sítio no qual se trabalha é fator fundamental para a aplicação de políticas públicas bem sucedidas. Conforme Araújo (2008), grande parte dos danos ambientais que ocorrem na superfície terrestre estão situados nas bacias hidrográficas. Nesse sentido, é preciso conhecer a sua formação, constituição e dinâmica, para que as obras de recuperação não sejam apenas temporárias e sem grande eficácia.

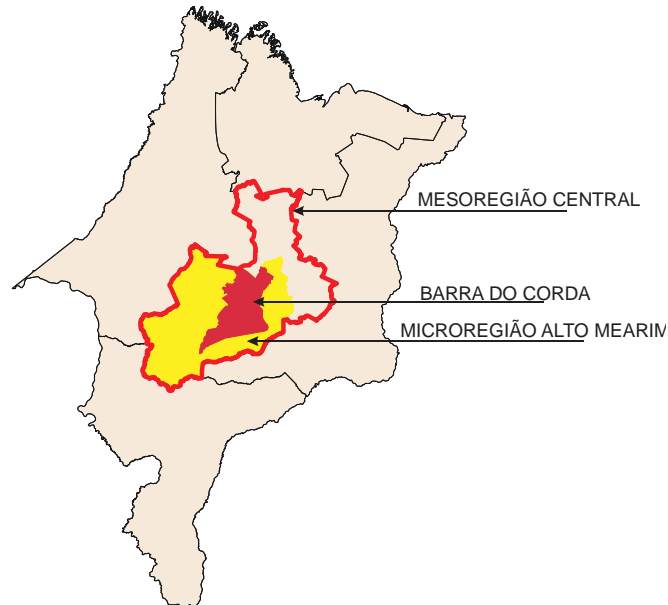
### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Caracterização da Área de Estudo**

Localizada na Microrregião do Alto Mearim, Mesorregião Centro do Maranhão (Vide Fig. 01), Barra do Corda é a cidade pólo da microrregião, sendo o segundo maior município da Mesorregião Central, com população de 80.761, segundo IBGE (Censo 2007). São características da cidade Barra do Corda sua localização central no estado, coordenadas UTM.: 472510, 9391270, e o fato de ser entrecortada por dois rios: O Rio Corda e O Mearim. Outro fator de destaque é a caracterização do

município como Amazônia legal, sendo que o bioma principal característico do município é o cerrado. A principal via de ligação do município é a BR 226, que corta o estado transversalmente e liga o Nordeste à região Norte.

Barra do Corda está no grupo das 10 cidades mais antigas do Maranhão, tendo sua fundação datada de 1894. Em 1994, passou por sua última divisão territorial, para a formação do município de Fernando Falcão, passando a ter área de 5.203km<sup>2</sup>. Não foram encontradas informações coerentes sobre a delimitação da área urbana do município. A partir de uma estimativa rápida utilizando as imagens do programa Google Earth, datadas de dezembro de 2004, encontramos uma área urbanizada de 12km<sup>2</sup>, onde se concentrará este trabalho.



**Fig 01. Localização do Município de Barra do Corda.**

**Fonte.: Propria**

Apesar de ser uma das cidades mais importantes do Centro Maranhense, Barra do Corda apresenta sua economia baseada no setor primário, mais notadamente rizicultura e demais produtos básicos. Neste contexto, destacam-se também a pecuária leiteira e a extração de gipsita e calcário (RIOS 2005). Os rios Corda e Mearim exercem bastante influência na economia e cultura da região, sendo importantes fontes de renda pelo fornecimento de água, turismo e demais atividades secundárias.

### 3.2 Coleta de Dados

Pretende-se atingir os objetivos através da revisão da literatura, cartografia local existente e da leitura de imagens aéreas, sobretudo as fornecidas gratuitamente pelo programa Google Earth, além de visita em órgãos competentes da administração pública, a fim de se obter demais elementos de pesquisa. A partir daí seguirá a constatação da realidade através da visita *in loco*. Para que então possamos dar início à digitalização do mapa com os limites de proteção exigidos pela legislação atual (Código Florestal e Constituição do Estado do Maranhão).

Na etapa de Coleta das imagens, pelo programa Google Earth, as imagens serão salvas direto do programa, e tabuladas e numeradas, a fim de se obter uma malha que contemple todo o centro urbano da cidade. A tabulação dará origem imagens separadas, que atinjam área aproximada de 225ha (1.500 x 1.500m).

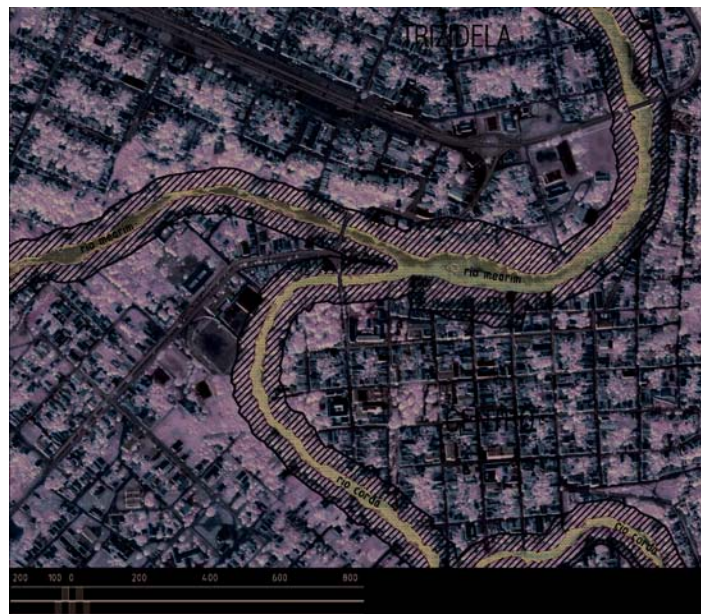
Após a coleta das imagens, não utilizaremos um editor de imagens padrão, para recorte das áreas, a fim de eliminar informações que atrapalhem o processo de leitura dos mapas, como a logomarca do programa Google Earth, a legenda de escala e status. Este trabalho será efetuado diretamente no Auto Cad, através da ferramenta “Clip”.

### 3.3 Elaboração do Mapa

Para elaboração do mapa, utilizaremos o software de desenho técnico Autocad, o mesmo a ser ministrado nas disciplinas de Desenho Assistido Por Computador, do curso Técnico em Edificações, o que permitirá a participação direta do bolsista no projeto, utilizando-se do conhecimento aprendido em sala de aula.

Nesta etapa, iniciaremos um processo de georeferenciamento das imagens, que serão inseridas no programa Autocad, através do comando *"insert raster image reference"* com a adoção de um fator de escala já definido. O conhecimento prévio do fator de escala das fotos permitirá a introdução das imagens sem ajuste posterior de escala no programa.

Inserida as imagens, dá início a etapa de montagem das imagens na tabela, onde as mesmas serão inseridas em uma tabela georeferenciada, através de pontos de coordenadas UTM já conhecidas, obtidas pelo programa Google Earth. Importante citar que o AutoCad permite a inserção de coordenadas UTM, visto que o mesmo trabalha com coordenadas cartesianas, perfeitamente compatíveis com o sistema de coordenadas UTM. A Fig 03 é uma amostra do resultado parcial da delimitação para o centro da cidade.



**Fig 03. Delimitação das Margens de Proteção Para os Rios Corda e Mearim.**  
**Fonte.: Barbalho, Vasconcelos e Viveiros 2011.**

### 3.4 CAD x GIS

Como é conhecido, a sigla CAD deriva de *Computer-aided Design*, ou Desenho Assistido por Computador. A mesma é aplicada para softwares cujo objetivo principal é a realização de desenhos técnicos, para qualquer área de atuação. Sabe-se que estes softwares são hoje fundamentais para diversas áreas do conhecimento, sobretudo arquitetura e engenharias em geral. As características principais destes softwares são sua precisão e velocidade, fatores estes que os tornam obrigatórios na formação do alunado do Curso Técnico em Edificações. Porém, os CAD, a exemplo do Auto CAD, programa fabricado pela empresa Auto Desk, não possibilitam a comunicação das entidades geométricas que compõem o desenho, à informações alfanuméricas, como tabelas e demais bancos de dados, que permitem um diagnóstico mais rico e rápido.

Os SIGs - *Geographic Information System* ou Sistemas Geográfico de Informação - são os softwares responsáveis pela espacialização de dados geográficos, o que inclui mapas e informações alfanuméricas. Segundo Moura, 2000, os SIGs são os softwares que associam dados cartográficos: Mapas e Imagens e os alfanuméricos (tabelas e listas).

É de conhecimento geral que trabalhos na área de geoprocessamento devem ser elaborados em softwares de SIG. Porém, no caso deste, o uso do software AutoCad, justifica-se pela possibilidade de participação dos alunos do Curso Técnico em Edificações que possuem duas disciplinas de Desenho Assistido por Computador (CAD) e podem, desta forma participar diretamente da pesquisa. Salientamos também que os dados podem e serão mais tarde inclusos em banco de dados de softwares de SIG, já que o formato DFX, produzido do Autocad, pode ser perfeitamente aceito por qualquer GIS.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o trabalho ainda está em processo de elaboração, questiona-se aqui quais os trechos dos rios apresentam maior ocupação e degradação de suas margens, quais possuem suas margens em melhor estado de conservação e que políticas públicas podem ser adotadas para cada trecho.

Questiona-se também a atualidade do trabalho, visto que as fotos fornecidas pelo programa Google Earth são do ano de 2004. Assim, como então o mapa pode ser atualizado sem o fornecimento de novas imagens? Como será feito o trabalho de atualização das imagens, caso estas sejam atualizadas pelo Google Earth ou por outras fontes, tendo em vista que novas imagens podem ter resolução diferente das utilizadas pelo presente trabalho?

Quanto ao tratamento e compatibilidade das imagens, a metodologia destaca a necessidade de utilizá-las diretamente como extraídas pelo software Google Earth, sem nenhum tratamento anterior, sendo que os recortes das imagens estão sendo executados no próprio Autocad. Assim, será possível aproveitar as mesmas imagens e as grades em softwares de GIS?

Quanto à atualização do Código Florestal, quais seriam as principais mudanças com relação às margens dos rios? Sabe-se que há uma diminuição da proteção, sobretudo para com a adoção do leito menor como parâmetro para delimitação da APP. Assim, como se daria a delimitação das margens dos rios, tendo em vista que estamos trabalhamos com imagens aéreas?

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do trabalho ainda estar em desenvolvimento, é notável que a impermeabilização do solo e as ocupações são mais frequentes às margens do Rio Corda, sobretudo nas áreas que circundam o centro e a parte sul da cidade, sobretudo nas proximidades do empreendimento “Litorio”, que retirou totalmente a vegetação em contato com o leito do rio, conforme FIG 04. O rio em questão é o preferido pela população para banhos, tendo em vista que suas águas são mais frias e menos barrentas, sendo de forte apelo para a ocupação e degradação de suas margens.

Quanto ao Rio Mearim, no trecho antes da confluência com o Rio Corda, as ocupações são pouco menos densas, porém a situação também é preocupante, tendo em vista a presença de loteamentos em fase bastante avançada de ocupação na margem norte do rio, o que aumentará a pressão sobre suas margens, assim como o volume de dejetos despejados no Rio. Na margem sul, as ocupações são mais rarefeitas, existindo grande áreas que podem ser reservadas para criação de parques e demais áreas de reserva, assegurando assim as exigências do Código Florestal. A partir da confluência com o Rio Corda, observa-se que a área ocupada no Rio Mearim é menor, porém já bastante adensada, o que preocupa, sobretudo pelo perfil acidentado do terreno, e pela existência de um cemitério nas proximidades. Os riscos de contágio da população e de desmoronamento do terreno são então evidentes.



**Fig 04. Obra pública que resultará na impermeabilização em trecho do leito Rio Corda.**

**Fonte.: Barbalho, Vasconcelos e Viveiros 2011**

Após a conclusão deste trabalho e sua publicação, seus dados possibilitarão uma nova ferramenta de gestão urbana e controle de impactos ambientais para toda a bacia do Mearim. A pesquisa poderá ser complementada com novos trabalhos, principalmente os originados no Núcleo de Estudos Ambientais do IFMA Campus Barra do Corda. Importante reforçar que a metodologia adotada aqui, que consiste no uso de CAD como ferramenta de trabalho, não impede o uso dos dados da pesquisa em softwares de GIS, o que será feito pelo autor, brevemente, a fim de dar prosseguimento à análise dos dados da pesquisa em um segundo trabalho. Nesta etapa, pode-se trabalhar com alunos outros cursos, que possuam em sua grade, a Disciplina Geoprocessamento.

Assim, dividindo-se a pesquisa em etapas de digitalização de dados e análise de resultados, teremos o benefício da inserção do alunado do curso técnico em edificações neste processo, em uma área de estudo pouco explorada por estes alunos – a gestão urbana e ambiental - além de possibilitar a formação de grupos de trabalho interdisciplinares, trazendo assim benefícios incontáveis para a região.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Gustavo Henrique de Sousa, ALMEIDA, Josimar Ribeiro de, e GUERRA, Antonio José Teixeira. **Gestão Ambiental de áreas degradadas**.- 3ª ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

BRASIL. **Lei Nº 4.771, de 15 de Setembro de 1965 - (D.O.U. DE 16/09/65) Institui o Novo Código Florestal**.

Gerência de Desenvolvimento Econômico, Laboratório de Geoprocessamento – UEMA. **Atlas do Maranhão**. São Luís: GEPLAN, 2002.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem da População 2007**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística. **Censo Demográfico de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

MOURA, Ana Clara M. **Contribuições Metodológicas do Geoprocessamento à Geografia**. Texto originalmente apresentado ao programa de Pós-Graduação em Geografia, Doutorado em Geografia – Geoprocessamento , 2000.

RIOS, Luiz. **Geografia do Maranhão**. 4ª edição – São Luís MA: Central dos Livros. 2005.

TROVÃO, José Ribamar e FEITOSA Antonio Cordeiro: **Atlas Escolar do Maranhão: Espaço Geo-Historico e Cultural**, João Pessoa - PB. Editora Grafset 2006.

Lei Federal Nº 4.711/65 - Código Florestal;

## DESCARTE DO LIXO ELETRÔNICO: COLETA E RECICLAGEM COMO FORMA DE AMENIZAR ESSE PROBLEMA EM RORAIMA

Carolina Lacerda Gonçalves<sup>1</sup>; Hendel Santana Morais<sup>2</sup>; Kesia Pereira dos Santos<sup>3</sup>; Sandra Mara Botelho<sup>4</sup> e Sara Regina Simplicio Costa<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista; <sup>2</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista; <sup>3</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista; <sup>4</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista e <sup>5</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista.

carollg\_star@hotmail.com; morais\_santana@hotmail.com; kesia\_222@hotmail.com; sandrabotelho@ifrr.edu.br; sara\_ajc@hotmail.com

### RESUMO

O presente trabalho é resultado de uma pesquisa realizada por alunos do 4º ano do Curso Técnico em Eletrônica Integrado ao Ensino Médio, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima – IFRR e tem como foco central o estudo sobre a destinação do lixo eletrônico, seus possíveis impactos no meio ambiente, além de verificar também qual a relevância dele para o Estado. O estudo realizado por meio da metodologia de pesquisas bibliográficas, exploratórias e explicativas, com abordagem qualitativa permitiu compor o tema do trabalho que, posteriormente, foi descrito sob a forma dissertativa. Durante a pesquisa e pelo levantamento feito, os alunos concluíram que a proposta principal do trabalho é a implantação de um ponto de coleta estratégico para recolhimento dos dispositivos, com ênfase no trabalho de parceria com empresas que reciclam, a fim de dar destino correto a este material (e-lixo), observando a legislação que rege este processo.

**Palavras-chave:** lixo eletrônico, descarte, reciclagem.



## 1. INTRODUÇÃO

O lixo eletrônico, também conhecido como e-lixo, é todo o produto eletroeletrônico que não possui mais utilidade. Com o avanço acelerado das tecnologias nos setores de eletrônica e informática, esse tipo de resíduo vem crescendo em escala progressiva, e no Brasil, essa estimativa também está em alta.

O crescente aumento no desenvolvimento do setor industrial em escala global, bem como a utilização de eletrônicos nas mais diversas atividades que o homem exerce, fez com que a produção e o descarte destes produtos crescessem exponencialmente.

Graças à explosão verificada na demanda destes produtos, houve no país a preocupação do governo em regulamentar os descartes destes equipamentos. No entanto, é nítida a inércia de alguns estados, tal qual Roraima, onde a fiscalização é escassa e os incentivos à reciclagem e reaproveitamento são reduzidos.

Diante disso, este artigo busca esclarecer o aumento desta tendência no Brasil, a qual se apresenta, por vezes, danosa ao meio ambiente. Ademais, apresenta-se aqui uma proposta de como se resolver esta problemática e, portanto frear, mesmo que em esfera estadual, este sério problema, o qual vai muito além de um simples descarte indiscriminado.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Lixo eletrônico no Brasil

Está claro que os equipamentos modernos tornaram-se imprescindíveis à vida globalizada. São estas máquinas que fornecem informações em tempo real, acelerando as comunicações e conectando as pessoas. Este fato evidencia um notório crescimento do setor, o qual se encontra atrelado à forte influência dos meios de comunicação que incentivam, por meio de propagandas, a conquista do último e mais moderno celular, computador e outros aparelhos tecnológicos (lixoeletronico, 2011, on-line).

Estes dispositivos possuem substâncias químicas como mercúrio, cádmio, arsênio, cobre, chumbo e alumínio que, ao serem descartados no lixo comum, penetram no solo e nos lençóis freáticos, contaminando plantas e animais por meio da água. Dessa forma, os seres humanos podem ser contaminados pela ingestão desses alimentos. “As conseqüências vão desde simples dor de cabeça e vômito até complicações mais sérias, como comprometimento do sistema nervoso e surgimento de cânceres”, explica Antônio Guaritá, químico do Laboratório de Química Analítica Ambiental da Universidade de Brasília (UnB), (CARPANEZ, 2007).

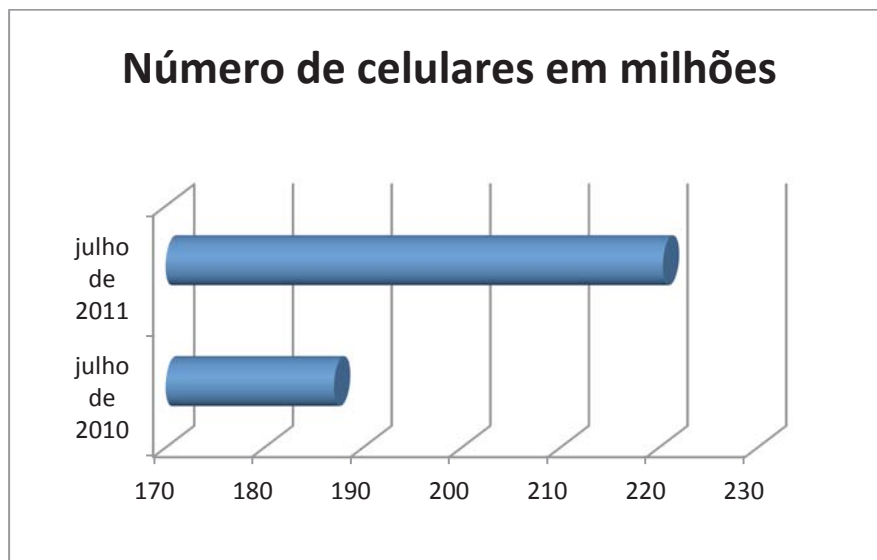
O impacto que estes produtos causam para o meio ambiente está aumentando. A partir dos resultados de um recente estudo realizado pela Universidade das Nações Unidas, sediada em Tóquio, liderado pelo professor Eric Williams, diretor de um projeto de pesquisa sobre os efeitos para o meio ambiente dos computadores, pode-se constatar alguns dos efeitos nocivos de todo esse material. Neste relatório de pesquisa, o professor mostra quais são as reais conseqüências para a natureza devido ao expressivo crescimento da produção, venda e descarte de computadores.

No país, há pelo menos 50 milhões de computadores em uso e, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), cerca de 10 milhões de unidades são vendidas ao ano, tendo em vista que a vida útil de um computador é de quatro anos, em média, além de o país consumir 1,2 bilhão de pilhas e 400 milhões de baterias de celular. Outra observação é que 40% das pilhas comuns vendidas aqui são falsificadas e contêm teor de metais pesados acima do permitido.

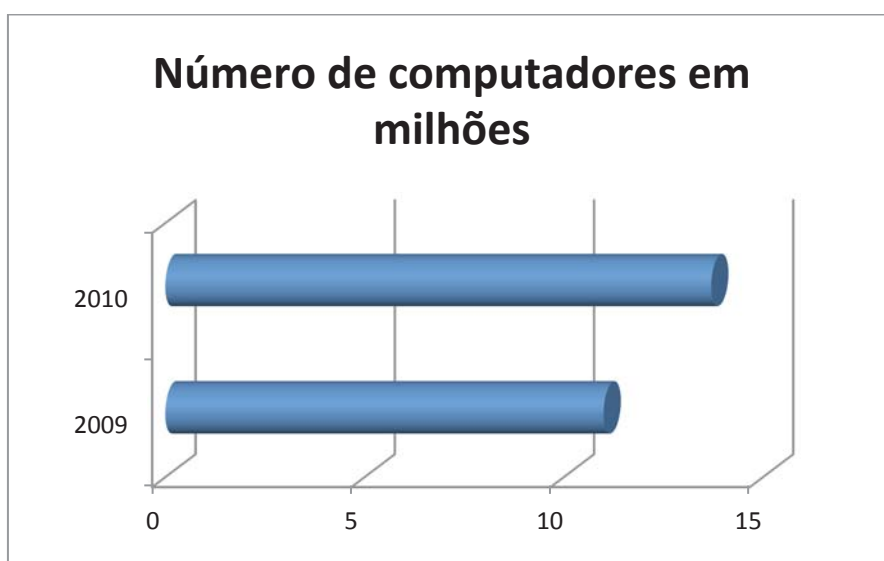
Através de dados da International Data Corporation (IDC), cerca de 11 milhões de computadores foram vendidos em 2009 e este número subiu para 13,7 milhões em 2010. E o número de celulares vendidos de julho de 2010 a julho de 2011, teve crescimento de aproximadamente 17,82%, e

até julho de 2011 o Brasil já alcançou a marca de 220,4 milhões de celulares e uma densidade de 113 celulares para cada 100 habitantes (teleco, 2011, on-line).

**Gráfico 1 - venda de celulares no Brasil**



**Figura 1 - venda de celulares no Brasil**



**Figura 2 - venda de computadores no Brasil**

A pesquisa mostra que os computadores gastam uma quantidade imensa de insumos, principalmente energia elétrica e matéria prima em sua produção. A análise evidência que, para a manufatura de um único computador, juntamente com seu monitor de 17", é utilizado 240 kg em combustível fóssil, cerca de 22 kg de produtos químicos e 1.5 toneladas de água. Assim, no total, são necessárias aproximadamente 1.8 toneladas da matéria prima para produzir um único computador.

**Tabela 1- Composição física de um computador**

<b>Plástico</b>	<b>40%</b>
<b>Metais</b>	<b>37%</b>
<b>Dispositivos eletrônicos</b>	<b>5%</b>
<b>Borracha</b>	<b>1%</b>
<b>Outros</b>	<b>17%</b>
<b>TOTAL DE MATERIAIS RECUPERÁVEIS: 74%</b>	

**Fonte: Geodis Logistics**

Trata-se de um problema que não se relaciona apenas com o grande volume de equipamentos descartados ou os milhões de computadores que vão parar nos lixões. É algo mais grave e abrangente, pois além dessas montanhas de entulhos, há uma problemática oriunda de processos rudimentares de reciclagem, utilizados por pessoas ou empresas que ao invés de inviabilizar a poluição acabam por liberar resíduos de componentes tóxicos no meio.

## 2.2 Legislação para fabricantes e revendedores

Os fabricantes de produtos eletrônicos, que se beneficiaram das vendas de seus produtos, devem assumir a responsabilidade por eles desde a produção até o fim de sua vida útil. Para prevenir uma crise de lixo eletrônico, os fabricantes precisam projetar eletrônicos limpos com uma vida útil mais extensa, que sejam seguros e fáceis de reciclar e que não vão expor trabalhadores e o meio-ambiente a químicos perigosos.

Os estabelecimentos de venda de pilhas e baterias devem obrigatoriamente conter pontos de recolhimento adequados, não serão permitidas formas inadequadas de disposição ou destinação final de pilhas e baterias usadas, de quaisquer tipos ou características, tais como:

- lançamento a céu aberto, tanto em áreas urbanas como rurais, ou em aterro não licenciado;
- lançamento em corpos d'água, praias, manguezais, pântanos, terrenos baldios, poços ou cacimbas, cavidades subterrâneas, redes de drenagem de águas pluviais, esgotos, ou redes de eletricidade ou telefone, mesmo que abandonadas, ou em áreas sujeitas à inundação.
- queima a céu aberto ou incineração em instalações e equipamentos não licenciados;

Todos esses critérios estão na RESOLUÇÃO CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente) nº401, de quatro de novembro de 2008.

## 2.3 Processo de reciclagem

A reciclagem consiste em separar os materiais que compõem um objeto e prepará-los para serem usados novamente como matéria prima dentro do processo industrial. Nem sempre a reciclagem se destina à reinserção dentro do mesmo ciclo produtivo: um computador reciclado pode gerar materiais que vão ser utilizados em outras indústrias.

Depois da coleta, vem a triagem dos produtos, a separação dos tipos de equipamentos – celulares, laptops, câmeras fotográficas etc. Esses produtos são desmontados em componentes para obter matéria-prima. Os componentes vão primeiramente para reutilização, e caso tenha alguma placa

que funcione, esta também será reutilizada. Em suma, a reciclagem faz a recuperação das matérias primas.

Tomando-se a abordagem da Metarreciclagem (2011, on-line) como referência, separa-se a sucata eletrônica por classe, é retirado os plásticos e reciclado, efetua-se a destruição através da moagem e na usina é feita uma desintoxicação (processo de elevação de temperatura em câmara selada a 1200C° e resfriamento em 4 segundos para 700C°), filtragem de dioxinas, liquidificação, separação por densidade, separação por eletrólise, decantação, refinagem e a solidificação em barras.

Além da reciclagem, o reuso e a remanufatura de produtos ou componentes pode ser uma opção ecológica e econômica para a economia do ciclo, desde que a oferta e a demanda estejam em equilíbrio. Eletroeletrônicos como computadores, telefones celulares, cartuchos de toner ou câmeras fotográficas descartáveis, já estão sendo remanufaturados com sucesso. (FLEISCHMANN,2001).

Na Universidade de São Paulo (USP) existe um projeto, no qual alunos de computação fazem da Universidade um ponto de coleta de equipamentos eletrônicos, com especificidade em computadores. Estes são recuperados e encaminhados para instituições filantrópicas onde é realizada a inclusão digital. Os equipamentos que não são passíveis de recuperação são desmontados e têm suas peças separadas. As partes que estão em bom estado são reutilizadas na manutenção de outros, e as demais não tendo condições de serem reaproveitadas são encaminhadas para uma empresa de reciclagem, que paga certa quantia para cada tipo de material, ajudando na despesa e manutenção do curso. (ESTADÃO, on-line,2011)

#### 2.4 Reciclagem em Roraima

Em Roraima, algumas empresas recolhem baterias usadas e conseguem um lucro a mais. “Recolhemos baterias usadas e vendemos para uma empresa local por R\$ 0,80 o quilo, a qual recolhe mensalmente cerca de 20 toneladas de baterias industriais e enviam para São Paulo e assim é obtido o destino correto para as baterias”, disse José Maria Monteiro, técnico em eletrônica de uma loja que é ponto de coleta.



Figura 3 – coleta de celulares

Diferente das baterias, componentes de informática como placas, gabinetes, monitores, nobreaks e outros vão para o lixo comum. Segundo relatos de um técnico em eletrônica, o lixo é colocado em frente à loja, ao lado do lixo comum e o carro do lixo leva normalmente com freqüência, além de nunca haver recebido esclarecimento algum sobre o destino diferenciado desse tipo de material.

De acordo com Richard Costa, diretor da Divisão de Educação Ambiental (DEA) da Fundação Estadual do Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia (FEMACT), Roraima não possui um local para a

reciclagem de materiais eletrônicos, tanto o governo federal como estadual não tem no plano de desenvolvimento e sustentabilidade a destinação adequada de resíduos sólidos, quanto mais ao e-lixo. A prefeitura de Boa Vista conta com um projeto, criado por ela, chamado “Cooperativa dos Amigos, Catadores e Recicladores de Resíduos Sólidos (Unirenda), os cooperadores também recolhem dispositivos eletrônicos jogados, na maioria das vezes, nas ruas e calçadas e os encaminham para o galpão, mas não fazem a reciclagem do mesmo.

### 3. DESCRIÇÃO DA PROPOSTA

**3.1 Objetivo geral:** Sensibilizar a sociedade roraimense para a questão do descarte dos resíduos eletroeletrônicos, através da promoção do uso racional da tecnologia.

#### 3.2 Objetivos específicos:

- Relatar os problemas causados pelo lixo eletrônico;
- Apresentar a reciclagem como alternativa para reduzir os impactos causados pelo lixo eletrônico;
- Sugerir alternativas para o desenvolvimento da reciclagem em Roraima com base nas novas legislações.

### 4. METODOLOGIA

No alcance dos objetivos propostos, esse trabalho foi realizado por meio da metodologia de pesquisas bibliográficas, exploratórias e explicativas, com abordagem qualitativa. Para entendermos melhor como se realiza a metodologia dessa pesquisa, Oliveira conceitua e orienta que:

“As pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.” (OLIVEIRA, 2002, p. 232-3)

A presente pesquisa classifica-se:

- a) quanto à sua natureza: trata-se de uma pesquisa aplicada, pois envolve verdades e interesses locais e até mesmo uma possível orientação para o problema;
- b) quanto à abordagem do problema: verifica-se que é uma pesquisa quantitativa, em relação à maneira em que foram tratados os dados do levantamento, pois requer uso de recursos estatísticos;
- c) quanto aos seus objetivos: a pesquisa é exploratória, com características de pesquisa descritiva, pois envolve entrevista com pessoas em forma de questionários, visando conhecer um pouco mais a realidade para poder descrever os resultados.
- d) quanto aos procedimentos técnicos: a pesquisa é bibliográfica, por se tratar de consultas em livros e internet, e por ter sido feito levantamento, através de pesquisa de campo, por meio de questionários, para obter informações sobre o assunto.
- e) quanto ao planejamento da pesquisa: foi realizado na cidade de Boa Vista-RR, através de entrevista com os profissionais, um questionário no qual as pessoas respondiam a perguntas tais como a destinação de resíduos eletrônicos. Entretanto, estes não possuíam informações e dados levantados sobre os mesmos.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Tendo como exemplo a USP, a implantação do projeto e a divulgação de coleta de dispositivos eletrônicos em geral no Instituto Federal de Roraima (IFRR) podem obter resultados satisfatórios, pois este está relacionado diretamente com cursos de gestão ambiental, eletrônica, informática, sendo os últimos mais beneficiados por adquirirem equipamentos para aulas práticas e, por consequência, o aperfeiçoamento das técnicas de manutenção.

Também serão feitas doações para instituições governamentais, como o IFRR, e/ou filantrópicas que realizem projetos de inclusão digital, parcerias com empresas de outros estados que comprem e reciclem esses equipamentos, pois dessa forma estaremos encaminhando todos os resíduos eletrônicos para um destino correto, obtendo recursos para auxiliar na manutenção dos cursos, os quais frequentemente necessitam de materiais que nem sempre são disponibilizados pela instituição.

Como o IFRR possui um quadro elevado no número de alunos, eles mesmos serão responsáveis pela divulgação do projeto, e os departamentos destes cursos administrarão a coleta, as manutenções, os contratos com as empresas de reciclagem e a contabilidade das vendas dos dispositivos eletrônicos, com total transparência. Com isso a população será mais bem informada sobre onde descartar corretamente utensílios eletrônicos que não lhes oferecerem mais utilidade. Isso tornar-se-á uma preocupação a menos para a sociedade civil e jurídica quanto aos impactos causados por estes produtos em um Estado onde a reciclagem do lixo eletrônico é efêmera.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, é válido presumir que a temática concernente ao lixo eletrônico, deve ser tratada com maior esmero pelo governo, tanto em esfera nacional como estadual, sobretudo no segmento de reciclagem, o qual se apresenta falho e, por vezes, inexistente. Além disso, é possível observar discursos sobre questões emergentes como a ambiental, na qual se fala muito em desenvolvimento sustentável. Contudo, estes debates estão restritos a uma pequena parcela dos setores que poluem o meio, esquecendo-se de segmentos como o eletrônico que, como já fora exposto, é responsável por imensos contingentes de lixo e poluentes.

## 7. AGRADECIMENTOS

Agradecemos a secretaria da fazenda do Estado de Roraima; ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de Roraima (IBGE); e a Fundação Estadual do Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia (Femact); ademais, agradecemos a nossa amiga Elisângela Martins, professora mestre em História que nos concedeu tempo e auxílio na elaboração deste trabalho de pesquisa.

## 8. REFERÊNCIAS

ESTADÃO. **USP cria centro para reciclar eletrônicos.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,usp-cria-centro-para-reciclar-eletronicos,370931,0.htm>>. Acesso em: 14 de julho de 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio:** o dicionário da língua portuguesa. 6 ed. Ver. Atual. Curitiba: Positivo, 2006.

FLEISCHMANN, Moritz. **Quantitative Models for Reverse Logistics, Springer Verlag.** Berlin, 2001, p. 11-15.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIXO ELETRÔNICO. **Alternativa para o lixo eletrônico.** Disponível em: <<http://lixoeletronico.org/blog/tecnologias-de-informa-o-e-comunica-o-como-parte-da-solu-o-ambiental-dos-res-duos-eletr-nicos>>. Acesso em 2 de agosto de 2011.

LIXO ELETRÔNICO. **O ciclo do lixo eletrônico - reciclagem.** Disponível em: <<http://lixoeletronico.org/blog/o-ciclo-do-lixo-eletronico-3-reciclagem>>. Acesso em 2 de agosto de 2011.

METARRECICLAGEM. **Alguns motivos para reciclar .** Disponível em: <<http://metarreciclagem.blogspot.com/2011/05/alguns-motivos-para-reciclar.html>>. Acesso em: 5 de julho de 2011.

OLIVEIRA, Mário Jesiel. **A Construção do Trabalho Científico. 1 ed. São Paulo:** Forense, 2002, p. 232-3.

RESOLUÇÃO CONAMA. **Gestão de resíduos e produtos perigosos.** Publicada no DOU nº 215, de 5 de novembro de 2008, Seção 1, página 108-109.

RORAIMA HOJE. **LIXO ELETRÔNICO - Baterias usadas servem de fonte de lucro para empresas** Disponível em: < <http://www.roraimahoje.com.br/home/cidade/733-lixo-eletronico-baterias-usadas-servem-de-fonte-de-lucro-para-empresas.html>>. Acesso em: 29 de julho de 2011.

Teleco. **Estatísticas de Celulares no Brasil.** Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/ncel.asp>>. Acesso em: 5 de julho de 2011.

Unesco. **Guia prático para a reciclagem de computadores e outros equipamentos tecnológicos.** Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001791/179165e.pdf>>. Acesso em: 13 de julho de 2011.

UOL NOTÍCIAS. **Reciclagem de lixo eletrônico na USP.** Disponível em: < <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2010/02/22/reci.jhtm>>. Acesso em: 29 de julho de 2011.

## DESENVOLVIMENTO REGIONAL À LUZ DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

**K. B. Ferreira**  
Instituto Federal de Goiás  
keplerbf@hotmail.com

### RESUMO

O presente artigo apresenta o desenvolvimento regional na perspectiva da Constituição de 1988. Inicialmente, buscou-se destacar os principais dispositivos da Constituição a respeito do tema em foco, bem como comentá-los à luz da teoria vigente. Assim, também é tratado a respeito da “guerra fiscal” entre os estados brasileiros e o desenvolvimento desigual dos entes federativos. Por derradeiro, é analisado o Índice de Desenvolvimento Econômico e Social (IDES) dos Estados Brasileiros e o desempenho desses Estados e DF de 2001 a 2007, verificando o desenvolvimento deles e a contribuição da Constituição de 1988 para tanto. Nesse sentido, esse trabalho se estruturou por meio de pesquisa exploratória, em que foi feito um levantamento bibliográfico e documental com análise de conteúdo na qual se focou aspectos qualitativos. Dessa forma, este estudo se fez importante, haja vista a carência de produção teórica a respeito do tema em foco e relevância deste para o desenvolvimento do país. Sendo assim, este trabalho poderá servir de base para estudos vindouros acerca do desenvolvimento regional brasileiro, tendo como fonte legal a Constituição Federal de 1988.

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional, Constituição Federal de 1988, Direito Público.



## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se faz necessária devido à escassez de estudos na área de desenvolvimento regional tendo como base a Constituição Federal de 1988. Desse modo, esse estudo poderá servir de arcabouço teórico para futuros estudos sobre o tema em foco. Com a dimensão territorial do Brasil, é importante que se tenham estudos de desenvolvimento regional e de suas medidas assecuratórias. Assim, essa pesquisa poderá vir a contribuir com o estudo das políticas de desenvolvimento interno do país.

O Brasil é um país com dimensões continentais. Nessa Perspectiva, é de fundamental importância que sejam realizados programas que viabilizem e assegurem o desenvolvimento das diferentes regiões do país (desenvolvimento regional). Diante disso, quais são os dispositivos que estão positivados na Constituição de 1988 que possibilitam esse desenvolvimento por parte de todos os estados da federação? Eles oferecem a efetividade de sua aplicação de modo que se garanta o desenvolvimento das diferentes regiões do Brasil? Nesse sentido, é possível que a Constituição tenha os dispositivos; mas será que esses são aplicados? Qual é o índice de desenvolvimento dos Estados do Brasil? Qual é a contribuição da CF 88 no desenvolvimento desses Estados? Nessa perspectiva, se fez necessário o estudo do desenvolvimento regional à luz da Constituição Federal de 1988.

Diante do exposto, objetiva-se, de forma geral, proporcionar uma base teórica sobre o tema, bem como servir de referência sobre desenvolvimento regional com base no direito constitucional. Especificamente, objetiva-se identificar os dispositivos constitucionais que tratam sobre o desenvolvimento regional; verificar a forma de aplicação dos respectivos dispositivos e identificar o entendimento atual a respeito do tema.

## 2 METODOLOGIA

O presente trabalho se estruturou por meio de pesquisa exploratória, em que foi realizado um levantamento bibliográfico e documental com análise de conteúdo na qual se focou aspectos qualitativos. Esse enfoque qualitativo fez-se necessário haja vista a necessidade uma análise conjuntural dos desdobramentos sociais do objeto de estudo – que é de grande valia no âmbito das ciências sociais aplicadas. Com base nisso, Michel (2009, p.37) destaca que “A pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica, particular, contextual e temporal entre o pesquisador e o objeto de estudo. Por isso, carece de uma interpretação dos fenômenos à luz do contexto, do tempo, dos fatos.”

Dessa maneira, buscou-se apresentar o desenvolvimento regional na perspectiva da Constituição Federal de 1988, destacando os principais dispositivos constitucionais a respeito do tema em foco, bem como analisar o desenvolvimento regional à luz da teoria vigente. Assim, também é tratado a respeito da “guerra fiscal” entre os estados brasileiros e o desenvolvimento desigual dos entes federativos. Nesse sentido, foi analisado o Índice de Desenvolvimento Econômico e Social (IDES) dos Estados Brasileiros e o desempenho desses Estados e DF de 2001 a 2007, buscando verificar o desenvolvimento deles e a contribuição da Constituição de 1988 para tanto.

## 3 DISPOSITIVOS CONSTITUCIONAIS E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

A Constituição Federal de 1988 apresenta em seu texto, mais precisamente no Título I (Dos Princípios Fundamentais), artigo 3º, dentro dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil a seguinte redação:

Art. 3º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:

I - construir uma sociedade livre, justa e solidária;

II - garantir o desenvolvimento nacional;

III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais;

IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Observa-se que no inciso II e no inciso III do artigo 3º, encontram-se positivados como objetivos da República Federativa do Brasil, a garantia do desenvolvimento nacional; a erradicação da pobreza e da marginalização e redução das desigualdades sociais e regionais. Trata-se, portanto, de normas programáticas que tem o condão de balizar a conduta legisferante do legislador a respeito da matéria.

Por esse viés, quando o legislador coloca “garantir o desenvolvimento nacional”, a redução das desigualdades sociais, bem como regionais como um objetivo a ser alcançado pelo Brasil, compreende-se que o legislador destaca a importância do desenvolvimento regional e estabelece a base constitucional para leis vindouras que venham com intuito de regulamentar e de garantir a redução das desigualdades sociais e, conseqüentemente, promover o desenvolvimento regional, de forma que tais desigualdades sejam reduzidas.

Vê-se, então, que estes dois incisos (II e III) são de suma importância para que sejam desenvolvidas leis de modo a viabilizar o desenvolvimento nacional. Assim, pode-se afirmar que, embora essas normas não tenham aplicabilidade imediata, elas formam a base legal para que leis sejam elaboradas no sentido de garantir tal desenvolvimento.

Nessa perspectiva, segundo Moraes (2010, p. 23):

A Emenda Constitucional nº 31, de 14 de dezembro de 2000, atenta a um dos objetivos fundamentais da República – erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais –, criou o Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza. Para financiamento desse fundo, nos Estados e no Distrito Federal, a EC nº 42, de 19 de dezembro de 2003, autorizou a possibilidade de criação adicional de até dois pontos percentuais na alíquota do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre os produtos e serviços supérfluos e nas condições definidas em lei complementar, que deverá definir seus contribuintes, dispor sobre substituição tributária e disciplinar o regime de compensação do imposto (CF, art.155, § 2º, XII).

Com base em Moraes (2010), nota-se que alguns dispositivos constitucionais, encontrando respaldo nos objetivos fundamentais, reforçam a base constitucional, criando meios de garantir a promoção do desenvolvimento das diferentes regiões do país por meio de política tributária.

Nesse sentido, a Constituição (1988) atribui a competência de elaborar e executar planos nacionais e regionais de ordenação do território e de desenvolvimento econômico e social à União. Dessa forma, artigo 21, inciso IX enuncia que: “Compete à União: IX – elaborar e executar planos nacionais e regionais de ordenação do território e de desenvolvimento econômico e social”.

Ainda, no Artigo 23 da CF 88, que trata da competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, encontra-se no parágrafo único a seguinte redação: “Parágrafo Único. Leis complementares fixarão normas para a cooperação entre a União e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional.”

Visualiza-se que a União é a responsável pela elaboração e execução dos planos nacionais e regionais de desenvolvimento tanto econômico, quanto social. Não obstante, a constituição prevê a edição de leis complementares que disciplinem a cooperação dos entes da federação (União, Estados, Distrito Federal e Municípios), tendo em vista o equilíbrio do desenvolvimento e do bem-estar em âmbito nacional.

Concentrando no desenvolvimento regional, pode-se observar também os artigos 43, 48, 151, 159, 163, 174, 180, 192. Eles balizam a conduta do administrador público, assim como a do legislador, visto que algumas dessas normas constitucionais produzem efeitos diretos e imediatos (eficácia plena), outras, porém, produzem efeitos indiretos e mediatos (eficácia limitada), essas, portanto, cabendo ao legislador ordinário criar meios para que seja garantida sua eficácia. Segue os artigos da Carta Político-Administrativa de 1988 mencionados com as respectivas análises:

Art. 43. Para efeitos administrativos, a União poderá articular sua ação em um mesmo complexo geoeconômico e social, visando a seu desenvolvimento e à redução das desigualdades regionais.

§ 1º - Lei complementar disporá sobre:

I - as condições para integração de regiões em desenvolvimento;

II - a composição dos organismos regionais que executarão, na forma da lei, os planos regionais, integrantes dos planos nacionais de desenvolvimento econômico e social, aprovados juntamente com estes.

O artigo 43 evidencia a função administrativa da União e concede a essa o poder de se concentrar em um determinado complexo geoeconômico e social de modo que essa ação vise à redução das desigualdades regionais, ou seja, a União poderá concentrar suas ações em regiões que necessitem de maior atenção por meio da Administração, de maneira que se promova o desenvolvimento dessas, a fim de que se reduzam as desigualdades regionais.

O artigo 48 atribui competência ao Congresso Nacional para dispor sobre todas as matérias de competência da união e destaca no inciso IV o desenvolvimento regional:

Art. 48. Cabe ao Congresso Nacional, com a sanção do Presidente da República, não exigida esta para o especificado nos arts. 49, 51 e 52, dispor sobre todas as matérias de competência da União, especialmente sobre:

IV - planos e programas nacionais, regionais e setoriais de desenvolvimento;

No que concerne ao âmbito tributário, o artigo 151 traz uma exceção quanto à instituição de tributo aos entes da federação, sendo aceito a concessão de incentivos fiscais, haja vista a promoção do desenvolvimento sócio-econômico entre as regiões do Brasil. A redação do artigo é a seguinte:

Art. 151. É vedado à União:

I - instituir tributo que não seja uniforme em todo o território nacional ou que implique distinção ou preferência em relação a Estado, ao Distrito Federal ou a Município, em detrimento de outro, admitida a concessão de incentivos fiscais destinados a promover o equilíbrio do desenvolvimento sócio-econômico entre as diferentes regiões do País;

Ainda, no âmbito tributário, o artigo 159 traz a distribuição da receita tributária, em que fica evidenciada a preocupação em atender os planos regionais de desenvolvimento, assim redigido:

Art. 159. A União entregará:

I - do produto da arrecadação dos impostos sobre renda e proventos de qualquer natureza e sobre produtos industrializados quarenta e oito por cento na seguinte forma: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 55, de 2007)

c) três por cento, para aplicação em programas de financiamento ao setor produtivo das Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, através de suas instituições financeiras de caráter regional, de acordo com os planos regionais de desenvolvimento, ficando assegurada ao semi-árido do Nordeste a metade dos recursos destinados à Região, na forma que a lei estabelecer;

Também a respeito do artigo 159, Cintra (2009, p. 88) coloca que:

Os fundos constitucionais de desenvolvimento regional – Fundos Constitucionais de Financiamento do Norte (FNO), do Nordeste (FNE) e do Centro-Oeste (FCO) – foram criados pela Constituição de 1988 (Artigo 159, inciso I, alínea “c” e Artigo 34 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias), que assegurou 3% da arrecadação do Imposto sobre Renda e Proventos de qualquer natureza (IR) e do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), para a aplicação em programas de financiamento dos setores produtivos destas regiões. Eles podem financiar produtos e empresas, pessoas físicas e jurídicas, além de associações e cooperativas de produção que desenvolvam atividades produtivas nos setores agropecuário, mineral, industrial e agroindustrial. Os empreendimentos comerciais e de serviços podem ser financiados até o limite de 10% dos recursos previstos. Empreendimentos que atuam em infraestrutura econômica, tais como energia, telecomunicações, transporte, produção de gás, instalação de gasoduto, abastecimento de água e esgotamento sanitário, incluindo empresas públicas não dependentes de transferências financeiras do poder público, podem ser financiados.

O Artigo 174, por sua vez, atribui ao Estado, enquanto agente normativo e regulador da atividade econômica, exercer a fiscalização, incentivo e planejamento. Destaca-se o § 1º desse artigo que traz a seguinte redação:

Art. 174. Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.

§ 1º - A lei estabelecerá as diretrizes e bases do planejamento do desenvolvimento nacional equilibrado, o qual incorporará e compatibilizará os planos nacionais e regionais de desenvolvimento.

Observa-se que no artigo 180, a Constituição (1988) incumbe aos entes da federação a promoção e o incentivo ao turismo como fator de desenvolvimento social e econômico, com o seguinte texto: “Art. 180. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.”

No artigo 192, vê-se que o constituinte enuncia que o sistema financeiro nacional é estruturado com atenção desenvolvimento equilibrado do país, assim segue o texto do artigo:

Art. 192. O sistema financeiro nacional, estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito, será regulado por leis complementares que disporão, inclusive, sobre a participação do capital estrangeiro nas instituições que o integram.

Também se observa no artigo 239 § 1º a reserva de parte dos recursos arrecadados com as contribuições para o Programa de Integração Social e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público com o intuito de financiar o desenvolvimento econômico, assim consta na Constituição:

Art. 239. A arrecadação decorrente das contribuições para o Programa de Integração Social, criado pela Lei Complementar nº 7, de 7 de setembro de 1970, e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público, criado pela Lei Complementar nº 8, de 3 de dezembro de 1970, passa, a partir da promulgação desta Constituição, a financiar, nos termos que a lei dispuser, o programa do seguro-desemprego e o abono de que trata o § 3º deste artigo. (Regulamento)

§ 1º - Dos recursos mencionados no "caput" deste artigo, pelo menos quarenta por cento serão destinados a financiar programas de desenvolvimento econômico, através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, com critérios de remuneração que lhes preservem o valor.

Estes artigos da Constituição de 1988 dispostos neste estudo, trazem em seu bojo diretrizes e mecanismos para que o desenvolvimento regional seja realizado em todos os estados da federação de uma maneira equilibrada. Destaca-se ainda, que essa pesquisa não objetiva relacionar os artigos da Constituição de forma exaustiva, pois é sabido que existem outros artigos que tratam a respeito de desenvolvimento Regional (de maneira direta ou indireta). Buscou-se, então, positivar nessa pesquisa os artigos que são afetos a ela. Assim, diante do exposto se faz também importante destacar as relações federativas no Brasil à luz da Constituição.

#### **4 RELAÇÕES FEDERATIVAS NO BRASIL E A CONSTITUIÇÃO DE 1988**

No âmbito das relações federativas no Brasil, é importante trazer à luz a questão de que atualmente tem-se tratado intensamente a respeito – a guerra fiscal. Esse fenômeno se apresentou com bastante intensidade durante os anos 1990. A utilização de instrumentos fiscais no rol de políticas de desenvolvimento regional não é uma prática iniciada com a Constituição de 1988. Contudo, essa deu prosseguimento à utilização desses instrumentos fiscais. Assim, Dulci (2002, p.96) apresenta a base constitucional que deu origem à guerra fiscal entre os estados da federação:

(...)É inegável o sentido da descentralização estabelecida na Carta de 1988; porém ela estimulou uma espécie de anomia no que diz respeito ao quadro tributário no âmbito da federação, ao atribuir a cada estado o poder de fixar autonomamente as alíquotas de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) – o impostos que constituiu a base da receita estadual. Estava preparado o alicerce jurídico para as escaramuças da guerra fiscal.

O Brasil, com a CF 88, estabeleceu maior autonomia aos Estados, atribuindo a esses a fixação de alíquotas de impostos de suas respectivas competências. Contudo, tal abertura deu margem a disputas entre os Estados. A LRF (Lei Complementar 101 de 2000) veio com intuito de reduzir essas disputas fiscais predatórias entre os Estados da federação.

Dentro da perspectiva de se conhecer o desenvolvimento regional brasileiro, é necessário que se proceda a análise dos indicadores de performance e desenvolvimento dos estados brasileiros, de modo que se possa visualizar como se apresenta o desenvolvimento dos 26 Estados e do Distrito Federal.

## 5 INDICADORES DE PERFORMANCE E DESENVOLVIMENTO DOS ESTADOS BRASILEIROS

É importante, no âmbito do desenvolvimento regional, saber o índice de desenvolvimento dos Estados do Brasil e a desempenho dos estados ao longo de um determinado período, a fim de que se conheçam quais deles estão tendo maior desenvolvimento, bem como aqueles que carecem de mais atenção por parte da Administração Pública para que se estabeleça o equilíbrio entre os entes da federação.

Nesse sentido, com base na pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (2009), levantou-se o Índice de Desenvolvimento Econômico e Social de cada Estado da Federação e os respectivos desempenhos no período compreendido de 2001 a 2007. Os índices de desenvolvimento foram levantados tendo como base: Emprego (desemprego entre os maiores de 15 anos, Trabalho infantil – ocupação a partir dos 10 anos –); Renda (renda *per capita* nas cidades e zonas rurais); Educação (Escolaridade média, matrícula nos diferentes níveis, conclusão nos diferentes níveis); Pobreza (População abaixo da linha de pobreza, posse de eletrodomésticos básicos); Saneamento básico (Abastecimento de água; tipo de esgoto); Desigualdade (Indicadores de Gini, Theil – 10% dos mais ricos/ dos mais pobres, 20% dos mais ricos/ dos mais pobres); qualidade de moradia (tipo de parede, tipo de cobertura, banheiro próprio); Segurança Pública (mortalidade entre os jovens); Saúde Pública (Mortalidade Infantil) e outros fatores de desenvolvimento não incluídos no modelo.

Com base no Gráfico 1 (Índice de Desenvolvimento Econômico e Social dos Estados da Federação), nota-se que dentre os Estados brasileiros há uma grande amplitude com índices variando de 11,4 a 99,1; ou seja, o Estado do Piauí apresentando o pior índice de desenvolvimento (11,4) e Estado de São Paulo apresentando o melhor índice de desenvolvimento (99,1). Observa-se que há grande desigualdade entre os estados brasileiros. Assim, segue o Gráfico:

### **Ranking de Índice de Desenvolvimento Econômico e Social dos Estados e DF – 2007**

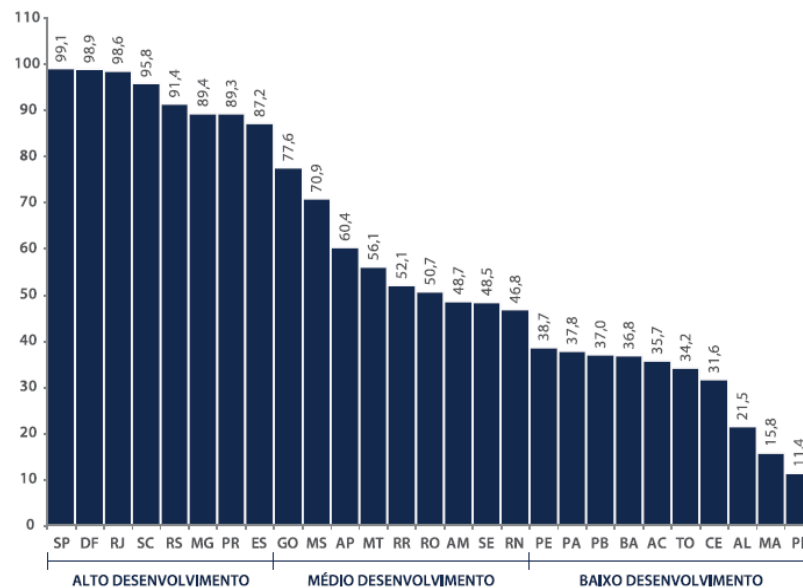


Gráfico 1

Fonte: FGV (2009)

Quando se analisa o desempenho de desenvolvimento (evolução socioeconômica) dos Estados de 2001 a 2007, presente no Gráfico 2, percebe-se que a amplitude do índice de desenvolvimento é ainda maior, com o Estado do Amapá apresentando o pior desenvolvimento regional no período (0,5) e com o Estado de Tocantins apresentando o melhor desenvolvimento (94,4). Percebe-se, a partir desses dados, que o crescimento dos entes federativos é bastante desigual, necessitando, portanto, de políticas de desenvolvimento mais efetivas por parte dos administradores públicos a fim de que o desenvolvimento dos Estados e DF seja, de certa maneira, equilibrado. Assim, registra o gráfico:

Performance da Evolução Socioeconômica dos Estados e DF – 2001 a 2007

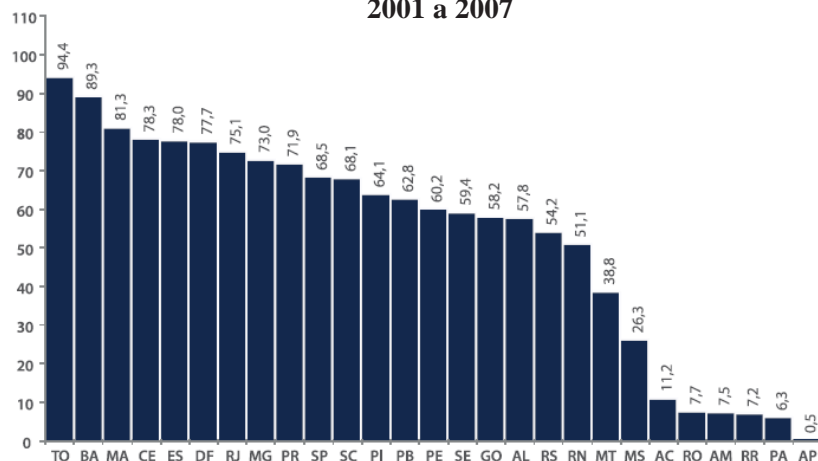


Gráfico 2

Fonte: FGV (2009)

Diante desses dados, visualizam-se claramente as desigualdades regionais entre os Estados brasileiros. Nessa perspectiva, para se analisar o contribuição das normas constitucionais de 1988, seriam necessários dados anteriores a Constituição, a fim de que se fizesse o confronto de índices e assim se identificasse o grau influência da Constituição Federal vigente no desenvolvimento regional.

Ainda assim, pode-se afirmar que essa traz meios de se promover um maior desenvolvimento por parte dos Estados. Contudo, para isso é de suma importância que se concretize as políticas de desenvolvimento regional de maneira ética e dentro dos moldes da moral e do bom senso, como se preceitua a Carta Magna de 1988.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se analisar a Constituição Federal de 1988, verifica-se ao longo do seu texto, que há, claramente, a preocupação do constituinte em criar mecanismos legais que garantam o desenvolvimento regional de maneira harmônica – o que de fato encontra-se positivado na Constituição. Todavia, nota-se, também, que devido ao processo de desenvolvimento desigual dos entes da federação, tais mecanismos possam criar disputas entre os estados, dando espaço a “guerras fiscais”. Dessa maneira, é imperativo que se realize o que está previsto na Carta de 1988 e se busque um meio de se afastar as concorrências predatórias entre os estados, fazendo com que esses se desenvolvam de modo que sejam reduzidas as desigualdades entre eles e, assim, promova-se o crescimento do país como um todo, fortalecendo o Brasil, enquanto federação.

Nesse sentido, as relações entre os entes federativos devem ser harmônicas de tal maneira em que haja engajamento entre as diferentes regiões, estados e municípios do Brasil. A Constituição de 1988 traz essas diretrizes. Porém, ainda o potencial de crescimento do País pode ser melhor explorado com uma administração eficiente e engajada que concretize as políticas públicas, obedecendo o que determina a Constituição e o interesse público.



## 7 REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constitui%7Ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%7Ao.htm)> Acesso em: 20/09/2010.
- CINTRA, Marcos Antônio Macedo. **Crédito Público e Desenvolvimento Econômico: A Experiência Brasileira**. Ensaio sobre economia financeira Rio de Janeiro 2009, 320p.
- DULCI, Soares Otávio. **Guerra Fiscal, Desenvolvimento Desigual e Relações Federativas no Brasil**. Universidade Federal de Minas Gerais. Revista de Sociologia e Política. Jun 2002. nº 18. p. 95-107
- FESURV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE. **Normas e Padrões para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos**. Rio Verde: Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa, 2005. 64p.
- FGV PROJETOS. **Indicador de desenvolvimento Econômico e Social (IDES)**. 2009.
- MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MIRANDA, Jorge. **Manual de direito Constitucional**. 4 ed. Coimbra: Coimbra editora, 1990. 4t.
- MORAIS, Alexandre de. **Direito Constitucional** 25. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

## DESMATAMENTO, SUBDESENVOLVIMENTO E POBREZA: O CASO DO MUNICÍPIO DE BURITICUPU

D. B. G. Assis<sup>1</sup>; E. S. Almeida<sup>2</sup>; A. K. I. Ferreira<sup>3</sup> e E. J. A. L. Pereira<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal do Maranhão - Campus Buriticupu

eu\_vcnet@hotmail.com – erisvania\_sa2@hotmail.com – amandakaline\_cari@hotmail.com –

eder.johnson@ifma.edu.br

### RESUMO

Este artigo foi desenvolvido no intuito de descrever a evolução do desmatamento em Buriticupu, marcada pela extração madeireira e carvoeira, contrapondo com os indicadores de pobreza, e desenvolvimento humano. Pode-se observar que no município há uma situação de decrescimento econômico – em que o uso dos recursos naturais não gerou bem-estar para a população. Ao contrário, pode se observar um aumento da pobreza e um baixo desenvolvimento econômico. Dessa forma, serão mostradas soluções viáveis para desenvolver a economia da cidade para que estas se ampliem e supram as necessidades sociais, além de propiciar práticas sustentáveis que visem à recuperação da qualidade dos recursos naturais desta localidade. A pesquisa será baseada em levantamento de dados sobre o tema e do confronto destes, mostrando que no município de Buriticupu o desmatamento aumentou, embora tenha permanecido um baixo estágio de desenvolvimento e evoluído a pobreza durante a década de 90.

**Palavras-chave:** desmatamento, pobreza, desenvolvimento

## 1. INTRODUÇÃO

Desde revolução industrial os recursos naturais vêm sendo usados de forma intensiva e, às vezes, irracional. Isso tem provocado não somente a degradação ambiental como também uma situação de miséria e pobreza. Um exemplo disso é percebido no município de Buriticupu, nele as situações citadas são ainda mais intensas, pois praticamente não há sustentabilidade na utilização de seus recursos naturais e isso faz com que o município se encontre em um permanente estado de baixo desenvolvimento.

Dessa forma, torna-se inviável a implantação de um desenvolvimento sustentável, definido como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas e que foi apresentado em 1987, como resultado da Assembléia Geral das Nações Unidas, no relatório *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), conhecido como Relatório *Brundtland* (BRUNDTLAND, 1987).

Muito mais do que atender à natureza a implantação do desenvolvimento sustentável analisa um aspecto de fatores que leva em consideração também os indivíduos afetados por atividades exploradoras. Impactos sociais negativos inevitavelmente rodeiam qualquer prática danosa ao meio ambiente, tendo em vista e suas consequências representarem eminente ameaça a todas as comunidades a elas sujeitas, uma vez que provocam, a diminuição dos recursos naturais e a noção para a economia da preservação desses recursos, o que visa garantir o futuro dos nossos descendentes. Levando isso em conta, este artigo se propõe a analisar como o desmatamento afetou negativamente a economia de Buriticupu, através de levantamento de dados sobre desmatamento, desenvolvimento e pobreza

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Os modelos de crescimento econômico não contabilizam a utilização dos recursos naturais ou a influência destes no bem-estar da população (DALY, 2004). Contudo a utilização dos recursos naturais não implica que a economia em questão consiga se desenvolver, ao contrário, em alguns casos pode ser que a situação piore podendo levar ao aumento da pobreza e da miséria.

Sobre isso, a relação entre pobreza e desmatamento foi descrita por Bentes et al. (2009) em que demonstra que o processo de ocupação ambiental nos treze municípios líderes em desmatamento no Pará ocasionou miséria, desigualdade social e subdesenvolvimento. Neste contexto, Bentes et al. (2007) Mostra uma relação entre pobreza e desmatamento ambiental no “arco do desmatamento” situado no Pará.

Costa (2001) enfatiza que o termo “economia verde” não faz sentido se não privilegiar o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza. Nesta linha, Daly e Farley (2005) descrevem o conceito de decrescimento econômico como sendo a situação em que a expansão da economia excede a expansão dos recursos naturais e ao invés de crescer esta economia gera mais pobreza e desigualdade.

Andrade e Romero (2011) concluem que a utilização irracional dos recursos naturais tem levado a contínua degradação dos ecossistemas, sendo eles fundamentais para o suporte a vida e o bem-estar humano. Em relação ao município de Buriticupu, Aguiar (2005) relata a ocupação desorganizada e predatória da atual região que hoje ocupa o município.

### 3. METODOLOGIA

Será feita uma revisão histórica do município de Buriticupu, mostrando que nele houve um processo de ocupação desordenado e com o objetivo de extração da madeira. A seguir, serão confrontados alguns indicadores de desenvolvimento, pobreza e desflorestamento, mostrando que na cidade de Buriticupu o desmatamento aumentou em contrapartida o município permanece num baixo estágio de desenvolvimento e a miséria evoluiu desde a década de 90. Dessa forma, toda a análise está fundada na hipótese de crescimento deseconômico de Daly (2005).

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Buriticupu é um município brasileiro localizado na mesorregião oeste do Maranhão, distribuído em uma área de 2 544,975 km<sup>2</sup> (IBGE, 2008), como população total de 65.226 habitantes, sendo 35.790 moradores da zona urbana e 29.436 da zona rural (IBGE, 2010). Originou-se a partir de um projeto de colonização de terras que se encontravam devolutas no estado do Maranhão.

Na época, idealizou-se uma colônia de pequenos agricultores, resgatados de várias partes do estado, que não tinham onde morar ou plantar e, por sua vez, eram explorados como mão-de-obra em grandes latifúndios, sendo submetidos à condição de semi-escravidão.

Na região de Buriticupu, entretanto, concentravam-se o maior número de latifúndios do estado (AGUIAR, 2005). Um deles, chamado Terra Bela, foi a primeira de dezenas de fazendas ocupadas pelo Movimento Sem Terra (MST) a partir do ano de 1988, de forma que, durante a década de 90, o povoado teve um crescimento demográfico e econômico extraordinário, o maior de todo estado. Em 1994, tornou-se finalmente um município independente (PEREIRA, 1999).

A grande quantidade de recursos vegetais – o município faz parte da região denominada Amazônia Legal – e a sua rentabilidade atraíram, a partir da década de 80, alguns madeireiros para Buriticupu, que trabalhavam com equipamentos simples para pequenas serrarias recém chegadas. No entanto, a notícia de que na região existia uma abundância de madeiras industrializáveis se espalhou rapidamente, despertando o interesse de muitos.

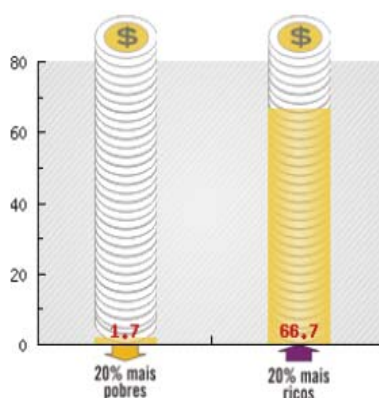
A base da economia hoje é a indústria madeireira, a pecuária, o comércio, e a agricultura, mas o extrativismo vegetal é ainda a atividade econômica mais importante do município, pois ainda existe muita matéria prima na região. O setor madeireiro é o responsável pela geração de muitos empregos. A madeira extraída é usada na construção de casa e na fabricação de móveis, os quais são vendidos para vários estados brasileiros, além de ser usada na fabricação do carvão vegetal (AGUIAR, 2005). Até meados dos anos 90, podia-se contar facilmente 25 madeireiras, de diferentes proprietários. No ano de 2002, existiam pelo menos 18 serrarias registradas, embora muitas trabalhem na ilegalidade.

A produção de vegetal é uma atividade econômica de importância crescente em muitos países em desenvolvimento e estima-se que continuará crescendo significativamente no futuro (ROCHA e ROCHA, 2005). Ainda segundo Rocha e Rocha (2004), na maioria dos casos a produção de carvão vegetal é parte integrante da economia informal de muitos países em desenvolvimento, caracterizada por operações realizadas em pequena escala e que envolvem um grande número de pequenos produtores e pessoas pobres da zona rural. Contudo, apesar da existência de um excelente potencial em recursos naturais, não há o aproveitamento de forma sustentável ao longo dos anos. Dessa maneira, em Buriticupu há uma situação de crescimento deseconômico, que é definido por Daly (2005, p. 101) da seguinte forma:

Quando a expansão da economia afetar excessivamente o ecossistema circundante, começaremos a sacrificar o capital natural (como peixes, minerais

e petróleo) que valem mais do que o capital criado pelo homem (estradas, fábricas e eletrodomésticos). Teremos, então, o que denomino crescimento deseconômico, produzindo "males" mais rapidamente do que bens - tornando-nos mais pobres, e não mais ricos.

Como citado, a utilização de recursos naturais não ajudou a diminuir a pobreza, ao contrário esta tem aumentado. Em 1991 a participação da população mais pobre na economia do município era de apenas 3,1% e esta se mostrou menor ainda no ano de 2000 (IBGE, 2000), como mostra a figura 1:



**Figura 1 - Percentual da renda apropriada pelos 20% mais pobres e os 20% mais ricos da população no ano 2000**

Fonte: IBGE (2010)

Pelo gráfico acima a participação dos 20% mais pobres da população na renda passou de 3,1%, em 1991, para 1,7%, em 2000, aumentando ainda mais os níveis de desigualdade. De acordo com a classificação vigente, o grau de desenvolvimento um município é considerado baixo quando seu IDMH (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) limita-se de 0 a 0,6. Buriticupu, apresentava em 1991 IDMH de 0,489 (abaixo da média estadual e federal que era 0,543 e 0,696, respectivamente) e em 2000 sua média ainda se encontrava abaixo do recomendado, que atesta a falta de serviços básicos como educação, saúde e limpeza pública.

Nesse contexto, devido ao modo predatório com que é realizado e o seu papel na economia local, o desmatamento, relaciona-se com o baixo investimento ou obtenção de recursos para a devida viabilização do desenvolvimento humano. Desmatamento pode ser descrito como o processo de destruição das florestas através da ação do homem. A sua ocorrência se dá com a exploração da madeira, abertura de áreas para a agropecuária ou a queimada ilegal, que é o processo mais utilizado para o desmatamento ou desflorestamento.

Pelos dados do INPE (2011) o caso do município de Buriticupu o desmatamento tem sido intensivo (ver tabela 1) e ocasionado principalmente pela ação de madeireiros e carvoarias, com o objetivo de extrair madeiras para a venda, sendo que esta, em muitas, casos é realizada sem nenhum beneficiamento ou valor adicionado.

**Tabela 1- Desflorestamento em Buriticupu**

MUNICÍPIO	Área	Desflorestamento até 2008(%)	Incremento 2007/2008 (%)	Floresta até 2008 (%)	Não observado em 2008(%)	Não floresta em 2008 (%)
BURITICUPU	2567	1881,5 (73%)	58,2 (2%)	678,4 (26%)	0,7 (0,02%)	0,0 (0%)

Fonte: INPI (2011)

Sedo assim, pode se avaliar o desflorestamento elevado em Buriticupu até o ano de 2008, fazendo com que o município perca grande quantidade de recursos naturais que poderiam ajudar no desenvolvimento, caso fossem utilizado de modo sustentável. Em contrapartida, os indicadores de pobreza e desenvolvimento são alarmantes, mostrando o mau uso desses recursos pela população. Confirmando o que Herman Daly chama de decrescimento econômico. E caso nenhuma medida seja tomada a situação tende a piorar fazendo com que num futuro próximo o município não tenha mais reservas de mata nativa comprometendo a já baixa qualidade de vida da população.

## 5. CONCLUSÃO

Como solução, se torna importante agregar valor à matéria prima de cada região e desenvolver medidas que visem recuperar o potencial natural perdido, para que ele forneça continuamente o necessário para desenvolver a economia e o bem-estar social.

Buriticupu, estando inserida na Amazônia legal, possui riquezas naturais de valor incomensurável, sendo um bioma único e de representatividade exclusiva em todo o planeta. Portanto, é de extrema necessidade atentar para o equilíbrio na manipulação da riqueza disponível, tendo em vista que o cuidado com os recursos naturais é extremamente benéfico, não só para a qualidade destes, mas também para garantir o bem-estar dos habitantes da cidade e circunvizinhanças.

Por fim, é conclusivo que houve no município, desde o seu surgimento, o mau uso do bioma amazônico e isso tem gerado pobreza e subdesenvolvimento, o que caracteriza uma situação de decrescimento econômico. Além disso, se espera que políticas de conscientização do uso do meio ambiente sejam feitas com o objetivo de reduzir ou mesmo parar o desflorestamento, para que as gerações futuras possam utilizar estes recursos e, principalmente, proporcionem o desenvolvimento e a redução da pobreza.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AGUIAR, I. N. **Buriticupu: sua história, geografia e características gerais – Do Projeto de Colonização ao Progressista Município Maranhense**. 2 ed. Buriticupu: Editora e Gráfica Tauá, 2005.

ANDRADE, D. C. ; Romeiro, A.R. . Degradação Ambiental e Teoria Econômica: algumas reflexões sobre uma Economia dos Ecossistemas. **Economia** (Brasília), v. 12, p. 3-26, 2011.

COSTA, F.N. **Desenvolvimento Sustentável**. . Disponível em: <  
<http://fernandonogueiracosta.wordpress.com/>>. Acesso em: 23 fev. 2011.

BRUNDTLAND, G. H. Our common future. **Report of the World Commission of environment and development** – United Nations. 1987.

DALY, H.E. Sustentabilidade em um mundo lotado. **Scientific American**. p. 100-105, Out. 2005.

DALY, H.E. Crescimento sustentável ? Não obrigado! **Ambiente e Sociedade**. v.7, n.2 , p.198-201. 2004.

DALY, H.E.; FARLEY, J. **Ecological Economics: Principles and applications**. Island Press, Washington, D.C.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **CENSO 2010**. Diário Oficial da União, 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS. **Projeto de monitoramento da floresta amazônica brasileira por satélite, Estimativas anuais**. Disponível em: < [www.dpi.inpe.br](http://www.dpi.inpe.br) > Acesso em: 03 mar. 2011.

PERREIRA, M. A. **O peregrino que venceu**. Buriticupu, 1999.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Atlas do Desenvolvimento Humano**. Disponível em: < <http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/index.php> > Acesso em: 03 jun. 2011.

ROCHA, J. D. e ROCHA, M. P. **Uso de biomassa para a produção de energia para a indústria brasileira**. Campinas: UNICAMP, 2005.

## DIAGNÓSTICO DAS CONDIÇÕES DOS ABRIGOS UTILIZADOS NA ENCHENTE DE LARANJAL DO JARI, AMAPÁ: ESTUDO DE CASO

Karoline Fernandes Siqueira<sup>1</sup>; Vinicius Batista Campos<sup>1</sup>; Patrícia Santana de Argôlo Pitanga<sup>1</sup>; Willians Lopes de Almeida<sup>1</sup>; Raimundo de Moura Rolim Neto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Amapá - Campus Laranjal do Jari

[karoline.siqueira@ifap.edu.br](mailto:karoline.siqueira@ifap.edu.br); [vinicius.campos@ifap.edu.br](mailto:vinicius.campos@ifap.edu.br); [patricia.pitanga@ifap.edu.br](mailto:patricia.pitanga@ifap.edu.br);  
[willians.almeida@ifap.edu.br](mailto:willians.almeida@ifap.edu.br); [raimundo.neto@ifap.edu.br](mailto:raimundo.neto@ifap.edu.br)

### RESUMO

O município do Laranjal do Jari, AP também conhecido como a maior favela fluvial do mundo ou Beiradão, em consequência da construção de moradias às margens do rio Jari, passa por diversos problemas de cunho ambiental, social e econômico. Dentre esses, a enchente, que nos meses de março a julho de 2011, desabrigou e desalojou 5.562 moradores. Baseando-se neste cenário considerado de calamidade, objetivou-se com o presente trabalho realizar o diagnóstico das condições existentes nos abrigos que ampararam esta população. A pesquisa descritiva focou-se na observação, sondagem e acompanhamento da rotina destes alojamentos durante todo o período da inundação, sendo aplicados 100 questionários, com 22 questões objetivas e subjetivas, abordando assuntos como a época de entrada nos abrigos, as formas de transporte utilizadas para deslocamentos dos moradores e pertences, o número de membros por família, renda mensal, quantidade dos integrantes que ajudam no sustento, além dos benefícios fornecidos pela gestão pública, processo migratório, condições mínimas de sobrevivência nos abrigos e o retorno às áreas alagadas. Pelos resultados, a maioria das famílias foi retirada das palafitas no mês de abril, 63% das famílias são compostas de 1 a 5 membros, mais da metade (53%) não contribuem com o sustento, entretanto 18% tem renda de até um salário mínimo, 48% são oriundos do Estado do Pará, 84% não receberam nenhuma ajuda psicológica nos abrigos, 40% comentaram que a alimentação doada estava aquém de ser adequada e saudável. Os desabrigos, mesmo com a obtenção de auxílios como: transporte, distribuição de cestas básicas, colchões, pagamentos de benefícios, acompanhamento médico e psicossocial, ainda assim estão à margem das condições mínimas que rege a Constituição Federal com relação aos direitos humanos. Observou-se que muitos indivíduos são obrigados a retornar às áreas alagadas e a conviverem diariamente com sérios problemas pela falta de organização espacial e limitações de oportunidades de emprego.

**Palavras-chave:** Fenômeno Natural. Remanejamento inclusivo. Abrigos.



## 1. INTRODUÇÃO

O município de Laranjal do Jari surgiu de forma desorganizada em meados de 1967, decorrente principalmente da chegada à região do Vale do Jari da Companhia Jari Florestal e Agropecuária Ltda, do milionário norte americano Daniel Ludwig, que idealizou construir um império autossustentável nesta região, objetivando desenvolver atividades extrativistas como a exploração de celulose, atividade pecuarista e agricultura de várzea, além do reflorestamento. Ressalta-se que desde o ano 2000, o empresário Sérgio Amoroso, do Grupo Orsa é o responsável por tal empreendimento.

Para atender o Projeto Jari, houve a necessidade de buscar mão de obra, o que motivou muitos trabalhadores a migrarem para a região em busca de trabalho e melhores condições de vida. Entretanto, o mercado de trabalho saturado não atendeu a todos os imigrantes, culminando em uma urbanização desordenada e em elevado contingente de indivíduos que não dispunham de recursos para moradia, nem para retornar aos seus municípios de origem, vendo-se obrigados a viver às margens do rio Jari, em palafitas, sem as mínimas condições de higiene e sobrevivência, configurando o município como a maior favela fluvial do mundo e um dos municípios mais pobres e violentos do Estado do Amapá.

Atualmente a estrutura urbana da sede com, 18.500 km<sup>2</sup>, é formada por três regiões distintas: Seco, beira e alagado; tal configuração apresenta-se baseada na organização espacial, ou seja, observa-se que nas áreas secas, locais onde a enchente não atinge, as casas são construídas em alvenaria e distribuídas em quadras; entretanto, na beira e no alagado, a formação das habitações é diferenciada, sendo quase a totalidade das casas feitas de madeira, dispostas em passarelas ou pontes e becos. A vida privada é, quase sempre, pública nessas regiões, considerando que as construções das palafitas são feitas em um amontoado de habitações, isentas de privacidade (CLARETO, 2003).

O clima predominante da região é o tropical chuvoso, com temperatura máxima de 32,6 °C, média anual em torno de 26 °C e mínima de 20 °C. Marcado por apenas duas estações: o verão, entre agosto a janeiro, cuja incidência de chuvas é menor e o inverno entre fevereiro e julho, com índices de precipitação pluviométrica bastante elevada, chegando próximo a 3.000 mm. Em decorrência dessas chuvas prolongadas e contínuas, tem-se como resultado as enchentes, que são consideradas calamidades naturais ou provocadas pela ação antrópica, em que os níveis de oceanos, mares, rios excedem o limite normal, chegando a transbordar.

Para a população laranjalense que ocupa as áreas de várzea, esse fenômeno natural tornou-se mais um dos eventos do calendário anual da região, onde os moradores e gestão pública se preparam para enfrentar o dilema que ocorre desde maio de 1997, as intensidades e número de atingidos varia conforme o nível de inundação. Segundo Cunha et al. (2007) o Estado do Amapá, desde o ano de 2000 vem passando por situação crítica devido a ocorrência de fenômenos meteorológicos extremos, ocasionando sérios problemas: enchentes, fortes chuvas, descargas elétricas, queimadas, passagens de tromba d'água, fortes ventanias e concluíram que o mais grave deles ocorreu no período de 14 de abril à 14 de Julho de 2000, no município de Laranjal do Jari, AP; causando extraordinários prejuízos sociais, ambientais e econômicos à população local, comprovados em dados como a arrecadação anual do município foi de 3,3 milhões, enquanto que os valores dos danos causados pela inundação foram da ordem de 28,7 milhões.

Diante do exposto, objetivou-se com o presente trabalho, diagnosticar as condições dos abrigos utilizados provisoriamente para atender a população de Laranjal do Jari, AP atingidos pela enchente.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em um momento em que a região amazônica passa por um cenário de controvertidas e extravagantes iniciativas empresariais, o município de Laranjal do Jari recebe um mega empreendimento industrial e a partir de 1967, incentivado pela política de modernização e urbanização do Governo Militar, possibilita a implantação de uma indústria de celulose que colocaria o Brasil competindo de igual para igual com as grandes empresas internacionais da área (CLARETO, 2003).

Os passos são moldados pelo espaço: nesta modelação mútua, o caminhar vai além do deslocar-se e passa a buscar por um situar-se. Em Laranjal, este situar-se parece ser aprendido e reaprendido no próprio caminhar. O aprendizado da locomoção-localização se desenvolveria segundo as próprias práticas cotidianas de espaço. Entretanto, é muito difícil identificar e analisar tais práticas: “Nossas categorias de saber ainda são muito rústicas e nossos modelos de análise por demais elaborados para permitir-nos imaginar a incrível abundância inventiva das práticas cotidianas, (CERTEAU, 2001).

Laranjal mostra-se, portanto, como um antagonismo absoluto daquela “racionalidade urbanística” citado porque faz referência às cidades planejadas: nascida e construída sem qualquer planejamento, a cidade tem suas regras de estruturação urbana produzidas nas práticas sociais, nas vivências cotidianas do espaço, (CERTEAU, 2001).

Através da Resolução 44/236 de 1990, inicia a Década Internacional para Redução dos Desastres Naturais (DIRDN), cuja principal finalidade é a de reduzir perdas de vidas, danos e transtornos socioeconômicos nos países em desenvolvimento, provocados por desastres naturais como escorregamentos, terremotos, erupções vulcânicas, tsunamis, inundações, vendavais, seca e desertificação, incêndios, pragas de gafanhotos, além de outras calamidades de origem natural, (ONU apud UNICAMP, 2011).

Ao retratar a realidade dos processos naturais, considerados mais comuns no Brasil, podem-se citar os escorregamentos, as enchentes, as erosões e as secas. No entanto, tal panorama não tem nenhuma perspectiva de mudança em curto prazo, devido à crescente desigualdade socioeconômica associada ao desemprego, à falta de moradia, à deseducação, incentivando à ocupação de áreas denominadas de risco, levando a um conseqüente aumento do número de acidentes dessa natureza.

Todos os anos em época de chuvas fortes que favorecem ao crescimento da água de oceanos, mares e rios, o mesmo problema de enchentes se apresenta, resultando em milhares de desabrigados, danos materiais dos mais variados e até o mais grave: vítimas fatais. Como se sabe, os maiores prejudicados são as comunidades pobres da periferia que não possuem condições seguras e ideais de moradia, estando à mercê das precárias condições urbanísticas da cidade, (SANTOS, 2011). Por outro lado, a população atingida por esse fenômeno natural, inevitavelmente retorna para o seu hábitat, mesmo tendo consciência do perigo que corre. Culturalmente, essas pessoas já estão acostumadas a viver num ambiente comunitário (é o caso das passarelas e becos que formam o bairro da beira) e, por mais que a iniciativa pública ofereça condições de removê-los para outro espaço mais estruturado, muitos retornam às suas casas, pois já estão habituados com esta forma de viver em aglomerados. Também se deve levar em consideração que, além das habitações, há um comércio que circula no entorno, tornando um bairro comercial e residencial.

## 3. METODOLOGIA

O trabalho foi realizado no período de março a julho de 2011, no município de Laranjal do Jari, situado na região ocidental do estado do Amapá, fazendo limites com municípios de Vitória do Jari, Mazagão, Pedra Branca do Amapará, Estado do Pará, Suriname e Guiana Francesa. Possui um quantitativo populacional de 40.357 habitantes e uma densidade demográfica de 1,21 hab/km<sup>2</sup>; distribuídos em suas comunidades e distritos e: Água Branca do Cajari, Cachoeira, Iratapuru, Laranjal do Jari (sede), Marinho do Cajari e Padaria. Comunidades indígenas: Ari, Aruwaity, Cachoeirinha, Cinco Minutos, CTA, Jakare, kakay (índios Waiapi), Kirawary, Kumata, Kuruwaty, Maninha, Mariry, Najaty,

Waseity, Ysururu e Ytuasu (IBGE, 2010). Atualmente é o terceiro município do Estado do Amapá, em economia e população, possuindo uma área total de 32.166,29 km<sup>2</sup>.

Para a realização do estudo, foram desenvolvidos três momentos, visando avaliar as condições físicas e sociais dos abrigos. Na fase inicial, levantaram-se os locais utilizados como abrigos que atenderiam a população afetada pela enchente. Tendo em vista que o município estudado é desprovido de ambientes de ampla infraestrutura, utilizou-se de distintos locais a exemplo de: Casa do agricultor, Câmara dos Vereadores, Clube do BQ, Estádio Queirogão, Sindicato dos Servidores Municipais do Laranjal do Jari – SISPUMLAG, Associação dos Vigilantes – AVIVAJ, Associação dos Taxistas – SINCOVALAG, Escolas Estaduais Mineko Hayashida, Santo Antônio, Zélia Conceição, Vanda Cabête e Maria Nazaré Rodrigues, além das Escolas Municipais Teresa Teles e Raimunda Rodrigues Capiberibe.

Após essa fase, foram realizadas visitas aos abrigos com o objetivo de observar os aspectos estruturais, como a disposição dos alojamentos, material utilizado para divisão dos espaços, iluminação, tpo amanho e ventilação desses. No segundo instante, foram aplicados 100 questionários, contendo 22 perguntas objetivas e subjetivas abordando assuntos como: a época de entrada nos abrigos, as formas de transporte utilizadas para deslocamentos dos moradores e pertences, o número de membros por família, além da renda mensal, quantidade dos integrantes que ajudam no sustento, bem como benefícios da gestão pública, processo migratório, condições mínimas de sobrevivência nos abrigos e o retorno às áreas alagadas. Na última etapa foi feito um acompanhamento da rotina dos desabrigados, verificando as necessidades básicas como alimentação, assistência médica, atendimento psicossocial, distribuição de material para limpeza.

Utilizou-se do método estatístico descritivo. Após a coleta e tabulação dos dados, com auxílio de planilha computacional, realizou-se construção de gráficos.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

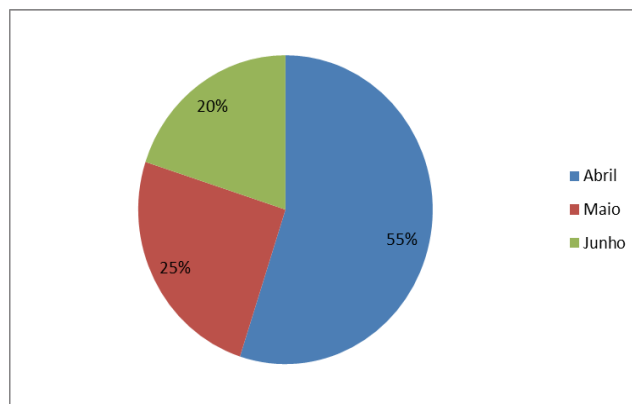
De acordo com a Figura 1, constata-se o fenômeno da enchente nas localidades próximas ao rio Jari, essa elevação de nível do referido rio excedeu em 2,87 m às condições normais, provocando inundações nas ruas, nas passarelas (Figura 1A) e na avenida principal (Figura 1B). Em consequência dessa calamidade, os moradores da região afetada são obrigados a abandonar as suas moradias, perdendo bens materiais, além de ficaram vulneráveis a agentes patogênicos de veiculação hídrica (cólera, leptospirose e hepatite A). Com relação ao setor terciário, o principal prejuízo está associado à impossibilidade, muitas vezes, de abertura dos estabelecimentos, tendo em vista que o nível da água compromete o funcionamento desses. Outro ponto relevante é o serviço de transporte no trecho Laranjal do Jari-AP e Monte Dourado-PA, onde, em dias normais, pode-se utilizar a balsa (por proprietários de automóveis e motocicletas de forma gratuita) ou catraia de forma mais eficiente e barata, quando comparado ao período de enchentes que chegou a custar 233% a mais.





**Figura 1.** Área de palafitas (Bairro das Malvinas) inundadas (A), avenida Tancredo Neves tomada pela água (B) e forma de locomoção dos bombeiros para auxiliar as comunidades atingidas (C).

Pela análise dos dados, verifica-se que, no período da enchente, a época de maior fluxo de entrada nos abrigos por parte dos entrevistados ocorreu no mês de abril, sendo esse quantitativo de 55% dos entrevistados. No mês de maio, esse valor foi menor, onde, nesse período, 25% das famílias foram removidas para os abrigos. Para o mês de junho, a transferência de moradores de áreas tidas como de risco, foi observado o menor registro, sendo apenas 20% dos entrevistados (Figura 2). Essa tendência é resultado do maior índice pluviométrico constatado no mês de abril, ou seja, contribuindo para acelerado crescimento do nível normal do rio Jari. A abrangência da enchente em diferentes localidades, promoveu a retirada das famílias em períodos distintos, a exemplo dos bairros das malvinas, centro, sagrado coração e Santarém (parcial) em abril e outros bairros, a exemplo do samauma e a outra parte do Santarém em maio e junho.



**Figura 2.** Época de entrada nos abrigos pelos entrevistados.

De acordo com a Figura 3, o remanejamento dos moradores desabrigados e desalojados pelo fenômeno natural, foi realizado pelos próprios moradores, sendo esses em caminhões fretados ou os transportes cedidos pela Prefeitura Municipal de Laranjal do Jari – PMLJ, Governo do Estado do Amapá – GEA com a ajuda do Corpo de Bombeiros e Guarda Municipal.



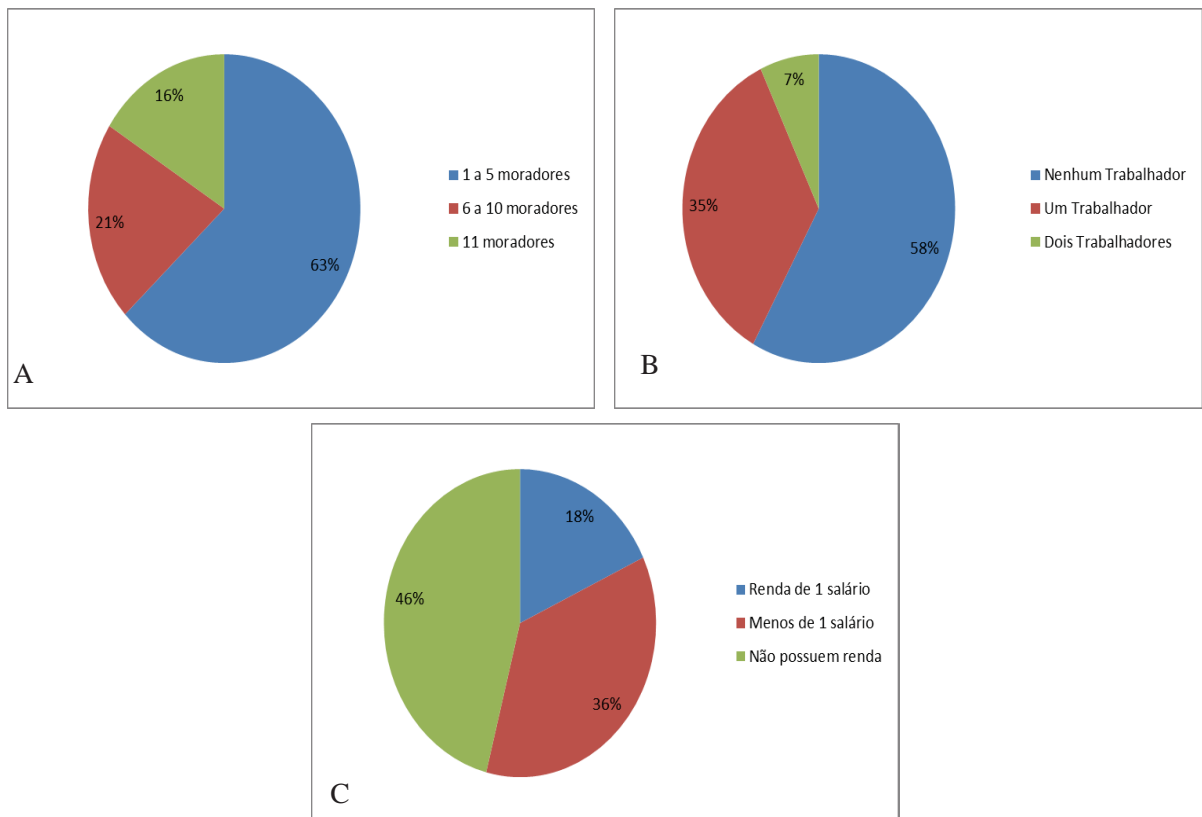
**Figura 3.** Transporte dos móveis por meio de carros fretados pelos moradores (A) e por meio do corpo de bombeiros (B).

Após observação das condições físicas dos abrigos, foi constatado que os espaços são reduzidos (levando em consideração o número de membros por família), estruturados com madeira, separados por “paredes” de lençol ou lona, sem ventilação e desprovido de iluminação, dificultando consideravelmente a convivência entre os moradores temporários (Figura 4).



**Figura 4.** Ginásio poliesportivo da Escola Mineko Hayashida que serviu como abrigo provisório.  
 Extraído de: <http://pmapjari.blogspot.com/2011/06/convivencia-nos-abrigos.html>

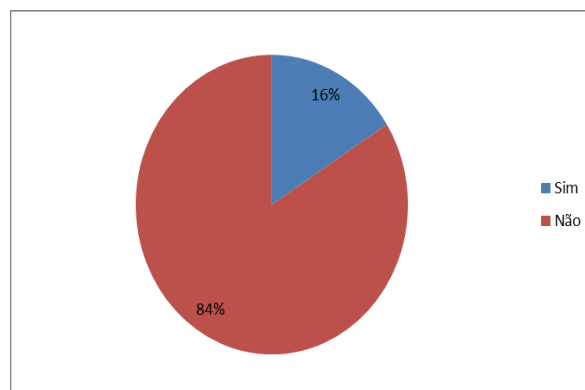
O número de membros por família entrevistada foi bastante heterogêneo, sendo observadas famílias compostas de 1 a 5 moradores (63%), 6 a 10 pessoas (21%) e mais de 11 pessoas (16%) (Figura 5A). O alto índice de natalidade verificado na região é decorrente da iniciação sexual precoce e da ausência de medidas contraceptivas. Pela Figura 5B, foi registrado que, mais da metade da dos entrevistados (58%), em sua família, não possui nenhum membro economicamente ativo. A existência de apenas um membro com trabalho foi observado em 35% da família dos entrevistados e apenas 7% das famílias possuem dois membros economicamente ativos. Outro fator questionado e avaliado nesse segmento foi à renda mensal. Nesse assunto, 46% dos entrevistados não possuem nenhuma renda, 36% vivem com menos de um salário e apenas 18% vivem com um salário mínimo (Figura 5C). Os dados levantados pela pesquisa estão em desacordo aos comentados por IGBE (2010), onde, segundo o instituto, cerca de 83% das famílias do município são assistidas com a Bolsa Família (Governo Federal) ou Renda pra Viver Melhor (Governo Estadual). Possivelmente essa divergência esteja associada ao interesse por parte do entrevistado, ou seja, na obtenção de ajuda financeira ou outra forma de auxílio.



**Figura 5.** Número de membros por família (A), número de trabalhadores por família (B) e renda mensal (C) dos desabrigados entrevistados.

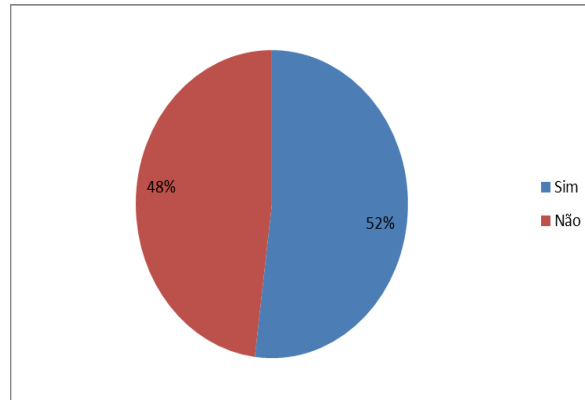
Um ponto de extrema relevância para o entendimento dos reais motivos que levaram a urbanização desordenada e a construção desenfreada de moradias nas áreas consideradas de risco foi à naturalidade das pessoas que habitam as margens do rio Jari. Cerca de 48% dos entrevistados são oriundos do Estado do Pará, 27% são naturais do Estado Amapá e 15% da região Nordeste (Maranhão e Piauí, especialmente), demonstrando assim um elevado processo migratório para região estudada.

Em se tratando de assistencialismo, os órgãos competentes tem o dever de garantir condições de sobrevivência aos que se encontra em situações adversas, possibilitando amenizar os males provocados pelo remanejamento. Diante de tal problemática averiguou-se que apenas 16% dos desabrigados tiveram atendimentos médicos psicossociais, enquanto que um montante de 84% não os recebeu. Vale ressaltar que dos 16%, 10% foram atendidos pela Secretaria de Saúde Pública, 6% tiveram acompanhamento social, visualizando que a questão psicológica não foi contemplada (Figura 6).



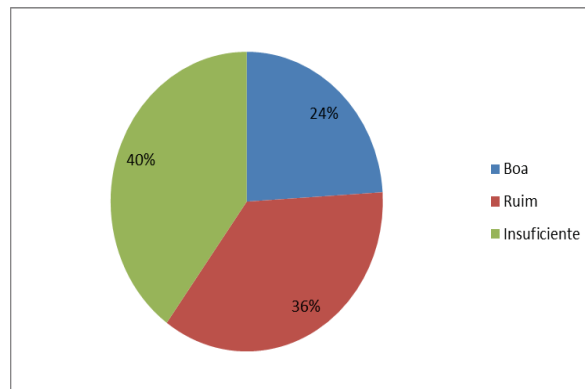
**Figura 6.** Recebimento de acompanhamento médico e psicossocial pelos entrevistados.

Ainda tratando das contribuições advindas pelas esferas gestoras, notou-se que a Prefeitura Municipal do Jari - PMLJ e Governo do Estado do Amapá - GEA, ajudaram apenas 52% dos desabrigados por meio de distribuição de cestas básicas e colchões. Desse montante têm-se que as ofertas cedidas pela PMLJ foram de 32 cestas básicas e 23 colchões, enquanto que o GEA ajudou com 60 cestas básicas e 23 colchões (Figura 7).



**Figura 7.** Doação de mantimentos e colchões pelos órgãos gestores aos entrevistados.

A alimentação foi um dos pontos comentados em todos os abrigos visitados. Pela Figura 8, foi constatado que 24% dos entrevistados a consideravam de boa qualidade, 36% disseram que estava ruim e 40% comentaram que estava aquém de alimentação adequada e saudável. De acordo com a Constituição Federal no seu Art. 6º, que diz: “São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.



**Figura 8.** Qualidade da alimentação oferecida nos abrigos aos entrevistados.

## 5. CONCLUSÕES

A população mais prejudicada no caso da enchente em Laranjal do Jari, são os moradores das áreas de risco, sendo considerados marginalizados à moradias sem problemas sociais, econômicos e ambientais. Os desabrigos, mesmo obtendo auxílios com relação ao transporte, distribuição de cestas básicas, colchões, pagamentos de benefícios, acompanhamento médico psicossocial, ainda estão aquém das condições mínimas que rege a Constituição Federal.

A falta de organização espacial, limitações de oportunidades de emprego obrigam os indivíduos a retornarem as áreas alagadas e a conviverem diariamente com sérios problemas.

Necessidade de otimização de políticas públicas objetivando equacionar a infraestrutura do município, evitando assim a obrigação anual de mero assistencialismo.

## REFERÊNCIAS

CERTEAU, M. de. **A Invenção do Cotidiano**: 1. Artes de Fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2001 [original 1980].

CLARETO, S. M. **Terceiras Margens**: um estudo etnomatemático de espacialidades em Laranjal do Jari (Amapá). Tese de doutorado em Educação Matemática. Orientador: prof. Dr. Ubiratan D'Ambrósio. Rio Claro: UNESP, 2003.

CUNHA, A.C., BRASIL JUNIOR, A.C.P., COELHO, J.G., CUNHA, H.F.A. BRITO, D.G. **Estudo experimental e numérico da dispersão de poluentes sob efeito de marés na foz do rio Matapi – Distrito Industrial de Santana**- AP. VIII Workshop Ecolab – Brasil. p 40-44, agosto de 2007.

IBGE. **Censo Populacional 2010**. Página visitada em 11 de setembro de 2011.

IBGE. **Divisão Territorial do Brasil e Limites Territoriais**. Página visitada em 11 de setembro de 2011.

LINS, C.. **A Jari e a Amazônia**. Almeirim, Pará: Dataforma, 1997.

MONTEIRO, R. A. (org.). **“Crianças e Pré-Adolescentes em Laranjal do Jari: risco e esperança: um Estudo Exploratório”**. Relatório de Pesquisa, Fundação Orsa/Universidade Federal de Juiz de Fora, 2000.

SANTOS, A. **Enchentes**. Disponível em <[http:// www.ultimaarcadenoe.com/artigo20.htm](http://www.ultimaarcadenoe.com/artigo20.htm)>. Acesso em 20 de setembro de 2011.

UNICAMP. **Mapeamento de áreas de risco**. Disponível em:  
<http://www.unicamp.br/fea/ortega/temas530/ricardo.htm>. Acesso em 10 de agosto de 2011.



## EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA ALUNOS DE ENSINO FUNDAMENTAL: ESTUDO DE CASO EM ESCOLAS PRÓXIMAS AO LIXÃO DO JANGURUSSU EM FORTALEZA – CE

Bárbara C.A BARBOSA<sup>1</sup>, Pollyana C. V. De MORAES<sup>2</sup>, Joab do N. PIRES<sup>3</sup>, Francisco W. S. AMARAL. J<sup>4</sup> e Glória M. M. SAMPAIO<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza

[barbara.cefetce@gmail.com](mailto:barbara.cefetce@gmail.com)<sup>1</sup>

### RESUMO

A educação ambiental é uma ferramenta básica da gestão ambiental e deve propor o resgate dos elos afetivos do ser humano e com seu espaço de vivência, com o intuito de se fazer perceber a relação entre a sociedade e a natureza. Neste sentido, realizou-se a execução de oficinas com alunos do ensino fundamental de duas escolas no bairro Jangurussu, localizado em Fortaleza-CE, nessas foram abordados a questão ambiental por meio de alguns tópicos previamente definidos. Como resultado, foi possível perceber mudanças nas formas de interpretar e cuidar do ambiente escolar e do seu entorno.

**Palavras-chave:** educação ambiental, ensino fundamental, Jangurussu

## INTRODUÇÃO

O Bairro do Jangurussu fica localizado próximo a estrada do Itaperi, às margens do rio Cocó, no lado leste da cidade e pertence à zona urbana regional mais populosa de Fortaleza. É caracterizado pela presença de um lixão, atualmente inativo, denominado Lixão do Jangurussu. Esta região da cidade abrigou em décadas anteriores os imigrantes do interior do Estado fugidos da seca e vários trabalhadores, em sua maioria desempregados, além de catadores que migraram de lixões que foram desativados (SILVA, 2007).

Os catadores dos lixões e das ruas das cidades são destituídos de padrões mínimos de vida e de meios dignos de sobrevivência. Para sobreviverem, consomem nesta prática muitas horas trabalhando, horas que são subtraídas à educação, aos cuidados com a saúde, ao lazer, ao exercício da criatividade (SILVA, 2007).

Com a aceleração dos processos de industrialização, urbanização e crescimento demográfico, ocorreu um aumento tanto em quantidade como em diversidade da produção dos resíduos sólidos que passaram a abrigar, em sua composição, elementos sintéticos e perigosos à saúde em virtude das novas tecnologias incorporadas à vida cotidiana (CAVALCANTE e FRANCO, 2007). Desta forma, faz-se necessário a criação e implantação de técnicas que abranjam diferentes faixas etárias da sociedade na tentativa de reduzir a geração dos resíduos sólidos. Atualmente se tem apostado na Educação Ambiental (EA).

Habitualmente, se insiste na tese segundo a qual a EA constitui uma transversalidade, no sentido estrito em que esta não se esgota em uma mera abordagem disciplinar e desta maneira, além de requerer uma confluência de disciplinas e saberes, sejam esses científicos e não científicos, também requer atitudes éticas com relação a nossa inserção no mundo em que vivemos (AYRES e FILHO, 2007).

A EA formal que se dá através do ambiente escolar é extremamente relevante para formação da cidadania e a reformulação de valores éticos e morais, necessários para continuidade da vida no planeta. Durante muito tempo, foi aprendido que natureza era o verde e que se precisava defender a fauna e a flora. Rapidamente, esse discurso mudou, pois atualmente o homem passou de expectador da destruição ambiental a componente integrante do meio ambiente (SILVA, 2009).

De acordo com Penteado (2000), compreender as questões ambientais além de suas dimensões biológicas, químicas e físicas, ou seja, considerando questões sócio-políticas, é exigida a formação de uma consciência ambiental e a preparação para o pleno exercício da cidadania, fundamentadas no conhecimento das Ciências Humanas.

Segundo Sato e Santos (2003), a Educação Ambiental deu um salto quanti e qualitativo no cenário nacional. Embora a maioria ainda compreenda que "ambiente" seja sinônimo de "natureza", esta visão tem sido modificada ao longo dos anos, dando lugar à uma percepção mais crítica, com elementos culturais e naturais, conferindo uma preocupação social adequada na dimensão ambiental.

Barcellos (2008) relata que EA, como uma exigência da pós-modernidade, está baseada na busca de metodologias de trabalho que privilegiem a construção de conhecimento com base na solidariedade, na tolerância, na paz e em um conhecimento prudente de si, para si, e que tenha como horizonte a construção de um mundo social e ecologicamente mais justo.

A inserção consciente na vida social depende do grau de compreensão e crítica dos mecanismos que regem as relações sociais de produção dominantes. Neste sentido, um dos elementos fundamentais neste processo é o conhecimento intelectual e a "socialização do saber", pois através deles tem-se acesso a informações, que possibilitam uma visão crítica das práticas sociais - uma condição essencial para o exercício da cidadania (NOVICKI e MACCARIELLO, 2002).

Nesta perspectiva, a presente pesquisa teve como objetivo levar a Educação Ambiental para crianças do ensino fundamental de duas escolas localizadas na comunidade do Jangurussu através de oficinas, valorizando as temáticas da Produção de Lixo e conscientização do termo Meio Ambiente; saúde pública, importância da água e preservação dos ecossistemas aquáticos.

## **1. MATERIAIS E MÉTODOS**

### **2.1. Local**

Este estudo faz parte de um projeto maior financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq (Processo 577054/2008-2) e foi desenvolvido em cinco etapas principais: revisão da literatura, visitas in loco para escolha e georreferenciamento dos pontos de coleta das águas, análise das amostras em laboratório e educação ambiental na comunidade.

A educação ambiental foi a última etapa do projeto, sendo realizada em duas escolas que foram escolhidas em função de sua localização estratégica, no bairro em que está localizado o lixão. As escolas ficam em um bairro da periferia de Fortaleza e não diferente de outras regiões periféricas desprovidos de saneamento básico e muito populoso, próximo a uma das principais avenidas do município, o que facilita o atendimento aos alunos de outros bairros. As escolas apresentam uma infra-estrutura que atende as necessidades básicas do alunado, em comparação com o contexto geral do município. São escolas grandes, que atendem desde o ensino fundamental ao ensino médio.

### **1.2 Oficinas**

A metodologia utilizada para que houvesse a realização das oficinas se deu através das seguintes etapas:

1. Levantamento bibliográfico e metodológico;
2. Leitura da bibliografia selecionada;
3. Contato via telefone e email com os responsáveis pelas escolas;
4. Visita as escolas para a apresentação presencial do projeto aos responsáveis da mesma. Nesse momento, foi possível realizar entrevistas com as coordenadoras para se conhecer o perfil dos professores e dos alunos bem como conhecer as instalações físicas e o material técnico pedagógico (computador e data show) já disponível na escola..
5. A realização das oficinas.
6. Aplicação de questionários com alguns docentes, além de alguns alunos, os de 4º e 5º ano. O objetivo era obter informações acerca do trabalho de Educação Ambiental.

Para a realização das oficinas foram utilizados os seguintes materiais: apresentação de slides (com computador e data show) e, posteriormente, entrega de kits (Figura 1) contendo lápis, caderno, cola e giz de cera para confecção de cartazes em cartolinas, desenhos individuais para confecção de fanzines (Figura 2) e murais (Figura 3).



**Figura 1: Entrega de kits para confecção dos cartazes.**



**Figura 2: Confeção de fanzines na temática ambiental pelos alunos.**



**Figura 3 – Confeção do mural pelos alunos.**

A aplicação dos questionários que envolveram docentes e alunos tinham o objetivo de obter informações acerca do trabalho de Educação Ambiental realizado nas escolas. Foram distribuídos 10 questionários para os professores, foram retornados apenas sete, enquanto que, dos 20 distribuídos para os alunos, foram devolvidos 15.

Os questionários foram compostos de perguntas que abordavam acerca da metodologia utilizada (pergunta de nº1) nas oficinas, o conteúdo abordado (pergunta de nº2) nas oficinas, domínio

da turma pelos ministrantes (pergunta de nº3) das oficinas e a comunicação entre os ministrantes e alunos (pergunta de nº4). As respostas eram objetivas, onde se tinha quatro opções para escolha do entrevistado, de Muito bom, Bom, Satisfatório, Ruim.

## **2. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **3.1 Oficinas e suas abordagens**

#### **3.1.2 Oficina sobre a importância da Natureza**

A oficina sobre o meio ambiente teve o objetivo de despertar nos alunos a curiosidade de saber como a natureza e seus elementos se apresentam no cotidiano de cada um. Para isso, foi utilizado contação de conto e a fabricação de desenhos.

O conto trabalhado apresentava a estória de um senhor rico que nunca se contentava com seus bens materiais, para atingir seus objetivos ele não se importava em retirar os recursos da natureza. Por fim, ele influenciou na vida de todo mundo da região onde morava e morreu de fome.

Para se entender como os alunos relacionaram a estória do conto e a realidade vivenciada no dia a dia foi realizada uma conversa e após isso foi solicitado que produzissem fanzines (Figura 2) que representassem suas idéias.

#### **3.1.3 Oficina sobre a importância da água e preservação dos ecossistemas aquáticos**

A Oficina sobre a importância da água e preservação dos ecossistemas aquáticos teve a proposta de trazer para a realidade das crianças a observação de fenômenos que ocorrem na natureza e permitir que se sintam fazendo parte deles, com capacidade de análise crítica e ação sobre os mesmos, como a poluição crescente do rio Cocó, que passa próximo a comunidade.

Os slides apresentados trouxeram a reflexão acerca dos usos da água, da problemática da poluição dos mananciais urbanos e de atitudes que podem ser tomadas para que o meio ambiente consiga suportar a carga de atividades antrópicas que se acentuam dia-a-dia. É válido ressaltar que os alunos conseguiram fazer um paralelo com as situações cotidianas e as imagens apresentadas, entendendo dessa forma, que apenas atitudes simples, por exemplo, podem ser feitas para preservar a água e os recursos hídricos.

Ao final da exposição, os alunos foram chamados a colorir desenhos que ilustravam ambientes poluídos e naturais, e eles deveriam distingui-los. Ao final, os alunos colaram seus desenhos em murais, que ficaram nas salas (Figura 3).

#### **3.1.4 Oficina sobre saúde e meio ambiente**

A idéia foi iniciar o trabalho propondo a seguinte brincadeira: distribuir para as crianças, pequenos papéis com diferentes marcas ou desenhos e foi distribuída caneta ou lápis. Explicou-se que elas deveriam andar pela sala e que ao seu sinal deviam formar duplas e conversar por alguns segundos uma com a outra. Além de alguns pontos da conversa, as crianças deveriam anotar no papel o nome do colega com quem conversaram. Em seguida foi proposta uma nova rodada, ou seja, que novamente andassem e procurassem por outro colega com quem iriam conversar. Ela também não poderia esquecer-se de anotar o nome desse outro colega. Essa dinâmica foi repetida por uma três vezes.

Uma das crianças, sem que saiba, estava carregando um papel com uma marca que previamente foi escolhida pelo grupo que estava realizando a oficina como portadora da doença. Ao final da brincadeira identificou-se esse aluno e foi pedido que mantivesse a mão erguida. Foi perguntado quem conversou com ele na primeira rodada. Apenas um colega levantou a mão e permaneceu com ela levantada. Perguntaram-se, em seguida, quem conversou com algum dos dois na 2ª rodada; mais duas mãos foram levantadas. Foi repetida a mesma comanda descrita anteriormente por mais algumas vezes, a cada vez mais mãos foram levantadas.

Ao final de um tempo, na hora de refletir com o grupo sobre o significado da brincadeira, foi dito que aquela marca escolhida era o indicativo de uma enfermidade e foi conduzida uma conversa na qual ficou demonstrada a propagação de uma doença e como doenças diferentes, dependendo da forma de contágio, se propagam de forma mais ou menos rápida, basta para tanto sugerir ao grupo que observe o número de mãos levantadas, ele representa o rápido contágio da doença. Depois da brincadeira, convidou-se o grupo a formar um círculo e iniciou-se uma roda de conversa sobre as doenças de veiculação hídricas e relacionadas ao lixo.

### 3.2 Avaliação dos questionários

Diante dos resultados obtidos nos questionários aplicados aos professores e alunos das duas escolas. Foi possível perceber que o objetivo principal, que é justamente despertar o interesse e discutir a temática socioambiental dentro da escola, foi alcançado.

Na opinião da maioria dos professores da primeira escola os temas abordados, metodologias e desenvolvimento utilizadas nas oficinas foram considerados muito bons. No questionário a pergunta referente aos temas abordados nas oficinas apresentou algumas respostas bom, e assim diminuiu a recorrência na resposta muito bom. Bem como, houve algumas respostas satisfatórias. Esta situação se deve que nas escolas já haviam sido trabalhados temas semelhantes e assim os professores consideraram repetitivo. Porém foi realizadas abordagens diferentes as que já haviam ocorrido na escola (Figura 4).

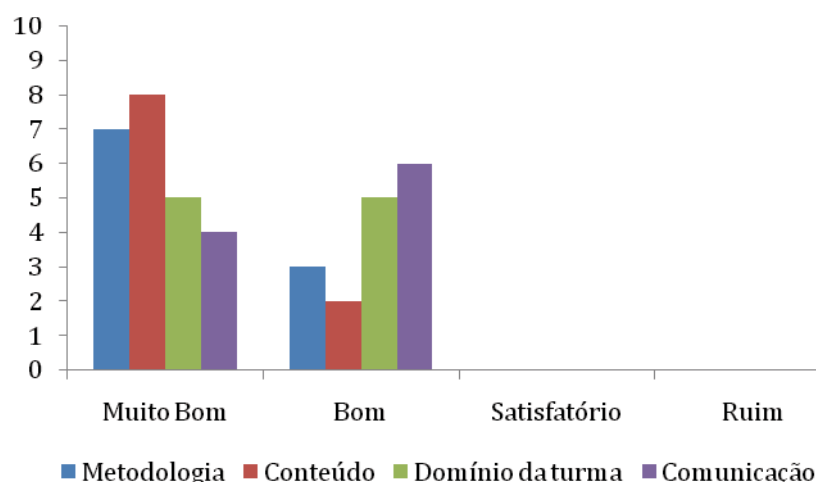


Figura 4 – Opinião dos alunos da EMEIF Delma Hermínia.

Na opinião dos alunos da primeira escola os temas abordados, metodologias, desenvolvimento e a interação deles nas oficinas foram considerados muito bons e bons. Sendo que a questão referente à

metodologia apresentou o maior número de resposta recorrente na resposta Muito bom. Já para a interação deles foi considerado Bom. Pode-se justificar isso pelo fato dos professores terem permanecido nas salas, impondo sua autoridade. Pois os professores entrevistam quando algum aluno se dispersava. Então, por isso os alunos tinham receio em participar mais ativamente das atividades que estavam sendo desenvolvidas.

Na opinião dos professores da segunda escola as metodologias utilizadas e interação dos alunos foram consideradas muito boas e os temas abordados e desenvolvimento das oficinas foram considerados bons. Isso ocorreu devido essas escolas se situarem próximas ao lixão do Jangurussu, e assim elas são alvo de projetos que envolvam educação ambiental. Com isso, os temas se tornam repetitivos.

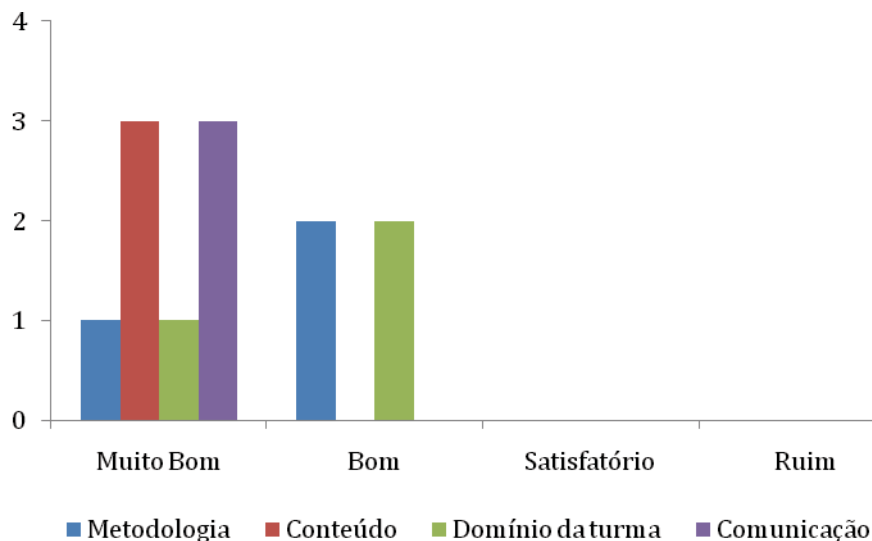


Figura 5- Opinião dos professores da EMEIF André Luis.

Na opinião dos alunos da segunda escola os temas abordados e desenvolvimento obtiveram mais respostas Muito bom. Já as metodologias e a interação deles nas oficinas obtiveram respostas Satisfatório. Isso foi justificado pelo fato dos alunos quererem atividades em campo, ou seja, fora de sala de aula.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Educação Ambiental ainda tem se mostrado uma forma de conscientizar a sociedade, sendo que sua eficácia é potencializada quando esta é ministrada nas escolas no início da aprendizagem dos alunos.

As oficinas, como estratégia de intervenção foram resultado de um planejamento que objetivou fazer das mesmas um espaço de reflexão, interação e proposições, além de troca de experiências entre os alunos e os ministrantes. A oficina é uma forte ferramenta para se atingir o melhor resultado na educação, mas ela deve ser utilizada sempre em complementação as aulas teóricas, ter relação com a realidade, deve visar à melhoria no nível de aprendizagem de seus alunos, como pode contemplar o aumento da participação e de interesse deles, a respeito dos assuntos abordados.

Com a realização das atividades propostas foi possível perceber que os alunos mudaram suas percepções quanto as suas atitudes cotidianas e o modo de observar o meio ambiente em que estão

inseridos. Assim, conclui-se que foi atingido o objetivo de sensibilizar os alunos quanto à questão ambiental e tendo como consequência a ação de refletir sobre suas atitudes.

### 3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AYRES, F. G. S.; FILHO, J. B. B. O exercício das liberdades, o combate à pleonexia e a educação ambiental no processo do desenvolvimento. Revista Brasileira de Ciências Ambientais – N° 7, AGO – 2007.

BARCELOS, Valdo. Educação Ambiental: Sobre princípios, metodologias e atitudes. RJ: Vozes, 2008.

CAVALCANTE, S.; FRANCO, M. F. A. Profissão perigo: percepção de risco à saúde entre os catadores do Lixão do Jangurussu. Revista Mal-estar e subjetividade – vol. vii – N° 1 – Fortaleza – Mar/2007 – p. 211-231

GONÇALVES, M. A. O trabalho no lixo. Tese (Doutorado em Geografia), Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Presidente Prudente, 310 p, 2006.

NOVICKI, V.; MACCARIELLO, M. C. M. M. Educação Ambiental no Ensino Fundamental : as representações sociais dos profissionais da Educação. In: 25ª reunião anual da associação nacional de pesquisa e pós-graduação da anped, 2002, caxambú. 25ª reunião anual. 2002.

PENTEADO, H. D. Meio Ambiente e formação de professores. 3ª Ed. SP: Cortez, 2000.

SATO, M.; SANTOS, J. E. A Contribuição da EA à Esperança de Pandora. 2º ed. São Carlos: Rima, 2003.

SILVA, A. G. Educação Ambiental na primeira fase do ensino fundamental (4º e 5º anos) da escola estadual felismina – campos belos / goiás: utopia ou realidade. Programa de Mestrado da UFG/CAC, 2009.

SILVA, R. I. H.; SILVA, M. G. H. Projeto “jangurussu, reciclando a vida”: uma análise sócio-ambiental na visão do catador. II Congresso de Pesquisa e Inovação da Rede Norte Nordeste de Educação Tecnológica João Pessoa - PB – 2007.



## EFEITOS DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS NA ZONA COSTEIRA DE MARECHAL DEODORO – ALAGOAS

J. H. S. Silva<sup>1</sup>, A. L. Bastos<sup>2</sup> e M. Libos<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro, <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro e <sup>3</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro  
jorgehenrique22@hotmail.com – adelmobastos@gmail.com – mlibos@gmail.com

### RESUMO

Marechal Deodoro está localizado no Litoral Central de Alagoas, pertence à Microrregião Geográfica da Grande Maceió. É um município alagoano de grande patrimônio histórico e cultural, em constante desenvolvimento socioeconômico, dotado de um elevado potencial natural. A zona costeira do município compõe uma região de rica biodiversidade, alvo de grandes pressões antrópicas resultantes em impactos ambientais nos diversos ecossistemas existentes. O objetivo do trabalho foi expor os efeitos das atividades turísticas na zona costeira de Marechal Deodoro frente à biodiversidade e os impactos socioambientais disseminados. Foi realizado um levantamento atual sobre os efeitos impactantes das atividades turísticas. Os impactos ambientais detectados na zona costeira deodorense foram analisados mediante visitas *in loco* por meio de observações diretas, e estudos comparativos por meio de fotografias e diálogos informais com estudiosos e interessados da área, comunidades locais e turistas; por fim foram propostas algumas medidas visando garantir a qualidade da área em estudo. Nos primórdios a exploração da Mata Atlântica devastava matas e outros recursos interdependentes como restingas, ilhas, manguezais e mananciais, já na atualidade o desenvolvimento de atividades turísticas e imobiliárias constituem-se como principal vetor de uso e exploração da região costeira do município. Dessa forma, espera-se alcançar metas sustentáveis de uso e ocupação na zona costeira deodorense, procurando ajustar as formas de desenvolvimento e a qualidade de vida das pessoas à integridade dos diversos ecossistemas litorâneos interdependentes.

**Palavras-chave:** Zona costeira, Marechal Deodoro, impactos socioambientais, biodiversidade

## 1. INTRODUÇÃO

Região costeira, faixa litorânea ou zona costeira compõe uma região altamente biodiversa devido à dinâmica das transições ecológicas entre a terra e o mar. Ela abriga sistemas interdependentes e sua definição é agravada, devido os limites geográficos (naturais) dificilmente serem conexos aos limites estabelecidos por diferentes legislações, sendo sugestivo seguir um estudo sob a região costeira de acordo com o problema ou o objetivo.

Moraes (2007) relata que estudos recentes apontam como vetores prioritários a urbanização, a industrialização, e a exploração turística. Assim, o rastreamento de tais processos, com a captação de sua lógica de instalação e de seu ritmo, permite iluminar algo de comportamento futuro da dinâmica de ocupação da zona costeira. Para isso, entretanto, é necessário compor o cenário em que se dá esse movimento mais recente, o que implica em avaliar historicamente o processo de povoamento da costa do Brasil.

As zonas costeiras proporcionam uma rica potencialidade que abastecem as necessidades básicas do ser humano, que desde tempos remotos preferiu ocupar-se destas regiões que abrigam condições essenciais para outros sistemas interdependentes, ricas em biodiversidade além de bens e serviços. Os sistemas naturais litorâneos fornecem, portanto, uma grande variedade de aspectos que, aliados a uma beleza única, transforma as zonas costeiras em atratores para a população mundial, tanto para a habitação permanentemente como para turismo.

As razões subjacentes ao estado atual dos sistemas costeiros mundiais resultam por um lado, de fatores socioeconômicos e tecnológicos onde o homem é o ator principal (forçantes humanas) e por outro, de forçantes naturais, onde o homem tinha até há pouco tempo um papel insignificante, mas que devido à natureza e intensidade das suas ações, representa cada vez mais um papel fundamental (BELCHIOR, 2008).

Além de diversos aspectos relacionados aos padrões de consumo e outros bens e serviços, acontece que as cidades crescem e expandem as áreas urbanas, trazendo consigo alterações e degradações no meio ambiente, e isso é ainda mais grave no litoral, onde tais procedimentos vinculados à vulnerabilidade dos ambientes naturais compõem um cenário de grandes impactos socioambientais negativos.

Segundo afirma Guerra (2006), a complexidade dos processos de impacto ambiental apresenta um duplo desafio, pois é preciso problematizar a realidade e construir um objeto de investigação; e articular uma interpretação coerente dos processos ecológicos (biofísico-químicos) e sociais à degradação do ambiente.

Assim como em todo o litoral brasileiro, o município de Marechal Deodoro enfrenta na atualidade a problemática do desenvolvimento sem planejamento que gera graves impactos socioambientais nos recursos naturais degradando essas regiões, tornando-as cada vez mais impactadas e menos conservadas.

Marechal Deodoro (09° 42' 36" S e 35° 53' 42") está localizado no Litoral Central de Alagoas e pertence à Microrregião Geográfica da Grande Maceió. Possui uma área de 363,3 km<sup>2</sup> e dista aproximadamente 28 km da atual capital do Estado (SEBRAE/AL, 1999). É detentor de um riquíssimo sítio natural, no entanto, devido essa biodiversidade ecossistêmica, preferiu-se delimitar este estudo à sua zona costeira e seus ecossistemas associados.

Particularmente a região litorânea deodorense (figura 1), compreendida desde as nascentes que deságuam no Complexo Estuarino-Lagunar (maior e principal ecossistema do Estado), envolvendo ainda matas, mangues, restingas, ilhas até suas praias, de rico e peculiar potencial natural faz desse lugar um alvo para a exploração contínua de seus recursos. A zona praial deodorense compreende a Prainha (a partir da Boca da Barra em Barra Nova), a Praia do Saco da Pedra (pertencente à Resec de mesmo nome, na Massagueira de Baixo) e a Praia do Francês (localizada no distrito de mesmo nome).

Dessa forma, como problema da pesquisa, espera-se alcançar metas sustentáveis de uso e ocupação na zona costeira deodorense, procurando ajustar as formas de desenvolvimento à integridade dos ecossistemas litorâneos interdependentes e, conseqüentemente, à qualidade de vida das pessoas.

Alguns estudos referenciam que as atividades turísticas além da ausência de planejamento, vêm se alastrando de forma induzida e nada automática. As zonas litorâneas oferecem condições favoráveis para tornarem-se áreas de interesse socioeconômico elevado mesmo quando seu projeto for constituído de degradação do ambiente natural e cultural.

De modo geral, as atividades turísticas na região em estudo preocupam pelo ritmo em que vem se desenvolvendo impondo a adoção imediata de todo um suporte de planos técnicos e investimentos infra-estruturais a fim de qualificar a zona costeira em atrativo turístico e em patrimônio natural e cultural.

Considerando os ecossistemas litorâneos impactados negativamente por bens e serviços, ações, atividades e pressões antropogênicas, espera-se contribuir com um modelo de planejamento ambiental que garanta o uso sustentável da zona litorânea com garantia da integridade dos ecossistemas e qualidade de vida da população.

O objetivo desse estudo foi o de analisar os efeitos das atividades turísticas na zona costeira de Marechal Deodoro, como a ação antrópica que mais põe em risco o equilíbrio ambiental da região.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Desenvolvimento Populacional e Turístico no Litoral**

A paisagem litorânea, cuja singular população e biodiversidade encantaram os primeiros exploradores do Brasil foi o alicerce para a indústria do turismo que, com seu crescimento moldou essa região, tornando-as altamente impactadas positiva e negativamente.

Desse modo, é inimaginável tratar de impactos decorrentes de atividades turísticas sem relacionar ao desenvolvimento populacional do litoral, e vice-versa.

Refere-se ao turismo e suas atividades como principais responsáveis pela intensificação do uso da zona costeira, ora indutor de ocupação de novas áreas, ora seguido de investimentos básicos a processos de urbanização, ora articulado às atividades de veraneio (segundas residências), ou até no revigoramento de pequenas localidades com alto potencial turístico. Assim, o turismo tornou-se, na atualidade, o principal fator de desenvolvimento das zonas costeiras.

As cidades costeiras, inchadas pelo fluxo maciço das populações provenientes de todas as áreas subdesenvolvidas interiores, trazem associada uma ampla gama de impactos e são marcadas por processos poluidores de múltiplas procedências, que provocam efeitos negativos sobre os ecossistemas litorâneos (NORMANDE, 2000, p. 19).

De modo geral, as atividades turísticas na região em estudo preocupam pelo ritmo em que vem se desenvolvendo impondo a adoção imediata de todo um suporte de planos técnicos e investimentos infraestruturais a fim de qualificar a zona costeira em atrativo turístico e em patrimônio natural e cultural.

Em Alagoas a ocupação da orla costeira intensificou-se nos últimos 20 anos, e tem trazido sérios problemas relacionados à erosão costeira, saneamento, poluição, destruição dos manguezais e outros danos que poderiam ser evitados se houvesse um planejamento efetivo e a contribuição dos órgãos responsáveis (VIEIRA; COSTA, 2010, p. 3).

A cidade de Maceió, onde vive mais de 40 % da população urbana do Estado (IBGE, 2010), vem crescendo desordenadamente e acarretando conflitos em diferentes unidades naturais que sofrem influências diretas e indiretas. Ao longo deste litoral algumas áreas foram transformadas em pólos

turísticos, como a Praia do Francês, em Marechal Deodoro, que recebe grande fluxo de pessoas, principalmente na época de verão. Como decorrência do incremento turístico, todos os ecossistemas costeiros existentes neste litoral estão sendo cada vez mais impactados por diferentes ações antrópicas, tanto ocasionadas pela ampliação urbana através de novos loteamentos, quanto pelo turismo desordenado que acarreta sérios danos ao meio ambiente.

Todas essas atividades antrópicas acarretam a intensificação dos impactos ambientais já existentes e vem causando outros sérios problemas aos ecossistemas costeiros, principalmente devido à ausência de planejamento adequado e de gestão administrativa por parte dos órgãos responsáveis (CORREIA; SOVIERZOSKI, 2008, p. 31).

## 2.2 Planejamento Ambiental para o Litoral Deodorense

De modo que todas as vantagens que o turismo traz, é crucial, do ponto de vista socioambiental, o planejamento e a prevenção de seus possíveis danos para evitar se chegar a um nível complexo ou até irreversível, como por exemplo, o aumento desenfreado da população trazido pelo turismo que gera grandes riscos aos recursos naturais

Entende-se por planejamento ambiental toda ação praticada para/pela conservação e preservação dos recursos naturais a fim de garantir a própria sobrevivência. Sob esse aspecto é emergente a adoção desse planejamento, pois ao tempo em que cresce a interdependência ambiental segue paralela e relacionada à interdependência socioeconômica (COSTA, 2010).

Os estudos de planejamentos e desenvolvimentos sustentáveis trazem a idéia de inserir na sociedade a educação e a conscientização ambiental para cessar com as diferenças do duelo "*meio ambiente versus homem*". Como o meio didático é um processo há longo prazo, cabe ao Estado a inserção de políticas públicas (COSTA, 2010, p. 3).

As medidas de proteção em favor do meio ambiente são plenamente justificadas pelo estágio atual de ameaça aos recursos naturais no mundo. A conservação da biodiversidade é condição necessária do desenvolvimento sustentável. Dessa forma, a busca deste novo paradigma, necessita ser orientada por novos preceitos teóricos a respeito de desenvolvimento

Emerge que uma nova conduta de comportamento dos indivíduos, de comunidades, de grupos organizados, de associações e etc. seja adotada e praticada a curto prazo como o primeiro passo na ação contra as degradações no meio ambiente. Nesse aspecto pode-se afirmar:

No entanto, os problemas ecológicos não dependem de uma simples solução técnica; pedem uma resposta ética, requerem uma mudança de paradigma na vida pessoal, na convivência social, na produção de bens de consumo e, principalmente, no relacionamento com a natureza (JUNGLES, 2004, p. 7-8).

## 3. MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho caracteriza-se como levantamento de dados. O local escolhido para serem desenvolvidos os estudos que apontarão quais ações causou/está causando interferências na região foi a zona costeira de Marechal Deodoro-AL (figura 1). Devido à interdependência dos elementos estudados, regidos ainda pela dinâmica costeira, é necessário levar em conta este estudo como um simples estudo de coleta de dados e análise de campo, e não como uma avaliação profunda acerca das temáticas abordadas à partir de procedimentos metodológicos e/ou operacionais.

Dessa forma, a pesquisa dividiu-se em três etapas:

1. Composição histórica, onde, por meio de levantamento bibliográfico e documental, buscou-se compreender a zona costeira deodoroense e a sua relação com os fenômenos ocorridos, para posterior entendimento da situação atual dos elementos que a compõem, atentando-se aos

ecossistemas e às principais ações/atividades que põem em risco o equilíbrio ambiental da região;

2. Pesquisas *in loco* destinadas à obtenção de informações atuais. Estas por sua vez, vinculadas às observações diretas, aos diálogos informais com estudiosos e interessados da área, comunidades locais e turistas, além de produção de fotografias que possibilitaram a este estudo característica própria na coleta, análise e interpretação dos dados;
3. Conclusões do material compilado seguidas de um modelo proposto de planejamento para a zona costeira deodorense, com base em princípios sustentáveis de uso e ocupação consciente dos recursos naturais disponíveis, a fim de garantir a integridade dessas regiões essenciais à manutenção da qualidade de vida dos ecossistemas e das pessoas que deles dependem.



Figura 1 – Área de estudo (região costeira de Marechal Deodoro)

## 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 4.1 Identificação dos principais impactos na Costa Deodorense

Em toda sua extensão, a zona costeira de Marechal Deodoro apresenta diversos ecossistemas costeiros, típicos da faixa tropical da região nordeste do Brasil, com expressivas alterações naturais e antrópicas. Dentre a região alternam-se ecossistemas interdependentes, grau de vulnerabilidade e impactos socioambientais característicos de cada ambiente e de diferentes processos degradantes.

Para o ecossistema Mata Atlântica, mais precisamente nas suas encostas e tabuleiros, constatou-se que por volta do fim dos anos 70 (retomada da pressão após o longo processo de exploração em tempos remotos que resultou na sua quase extinção) a implantação do Pólo Industrial de Marechal Deodoro (figura 2) implicou na devastação de grandes áreas da vegetação nativa e no aterro de ilhas e canais do Complexo Estuarino-Lagunar Mundaú/Manguaba, CELMM, para a construção de rodovias. Aliam-se a esses impactos os assentamentos humanos e o cultivo de diversas culturas como coco e cana-de-açúcar.



**Figura 2 – Pólo Industrial de Marechal Deodoro**

Sabe-se que o ecossistema de restinga é um dos mais frágeis ambientes costeiros, assim, pode-se constatar que esse ecossistema vem sendo facilmente impactado principalmente devido à especulação imobiliária, como pode ser observado na figura 3 em Barra Nova. Muitas destas áreas foram substituídas por grandes plantações de coco e outros cultivos de subsistência.



**Figura 3 – Especulação imobiliária em Barra Nova**

Para o ecossistema de manguezal, diagnosticou-se o desmatamento e retirada de madeira, aterro para o cultivo de coco e instalação de grandes empreendimentos imobiliários. Das alterações indiretas destaca-se a poluição pelo verdete que afeta todos os ecossistemas interdependentes.

Dentre as três praias do município, todas possuem significativas alterações ambientais em diferentes processos e ações degradantes. Os impactos ao longo na zona costeira do município interdependem de fatores históricos, socioculturais, geográficos e de interesses econômicos. Mesmo com toda peculiaridade característica de cada região de praia, os principais impactos socioambientais da atualidade advém das atividades turísticas que intensificam o uso e ocupação dessas regiões (figura 4).



**Figura 4 – Orla da Praia do Francês**

Para o turismo, ponto forte do litoral alagoano e principal fator de desestruturação ambiental, tal desenvolvimento abriu as portas para a especulação imobiliária e conseqüentes modificações nos aspectos naturais e paisagísticos, assumindo a responsabilidade do impacto da atuação antrópica na organização superficial e na deterioração do ambiente. Embora sendo constituído de valores socioeconômicos, ainda precisa ser moldado à lógica do desenvolvimento que busque a sustentabilidade dos recursos naturais disponíveis.

Dessa forma, observou-se que foram as atividades turísticas que impulsionaram a expansão costeira deodorense, particularmente pela inserção do turismo de praia e sol e de segundas residências, e trouxeram consigo grandes conseqüências ambientais (figura 5).



**Figura 5 – Ausência de planejamento das casas à beira-mar na Praia do Saco**

Marechal Deodoro faz parte da Região Metropolitana de Maceió e ainda que não desperte grande preocupação com o aumento populacional, a cidade vive na atualidade em processo de desenvolvimento, o que sugere preocupação com o planejamento ambiental com vista aos diversos recursos naturais disponíveis bastante impactados pelas ações antrópicas históricas e atuais.

Até a década de 80, Marechal Deodoro se caracterizava como um típico município interiorano (como demonstra a tabela 1 – dados do IBGE). Daí em diante seu crescimento tomou impulso devido a demanda expansiva de novas áreas habitadas e o conseqüente desenvolvimento econômico que seguem as cidades nordestinas em particular.

**Tabela 1 – Crescimento da população deodorense**

Ano	Total	Masculino	Feminino	Urbana	Rural
-----	-------	-----------	----------	--------	-------

1970	14.724	7.250	7.474	5.481	9.243
1980	22.695	11.228	11.467	9.370	13.325
1991	24.810	12.241	12.569	14.658	10.152
2000	35.866	17.801	18.065	29.837	6.029
2005	42.110	20.900	21.210	35.031	7.079
2007	45.141	-	-	-	-
2008	46.565	-	-	-	-
2009	47.623	-	-	-	-
2010	45.994	22.705	23.289	43.406	2.588

Sabe-se que para a população litorânea, o crescimento vem acompanhado pelo turismo e conseqüente especulação imobiliária que traz modificações nos aspectos naturais e paisagísticos, podendo provocar impactos significativos (degradação do Meio Ambiente) e constantes devido à urbanização acelerada e sem planejamento. Sob este aspecto, observa-se na tabela 2 uma amostragem da proporção das populações 2000-2010 frente à crescente urbanização e aumento da cidade e, o assíduo desfalecimento do campo.

**Tabela 2 - Acréscimo/decréscimo das populações urbana/rural**

	População Rural	População Urbana
2000	17%	83%
2010	5,6%	94,4%

Comprovou-se que a proximidade à capital Maceió, a instalação do Pólo Cloroquímico de Alagoas (atual Distrito Industrial) e a construção da ponte Divaldo Suruagy na década de 70 foram fatores que contribuíram diretamente para o desenvolvimento de Marechal Deodoro datando ainda possíveis impactos, senão os primeiros em consideráveis proporções (após o período da colonização que resultou na quase extinção do Pau-Brasil) nos ecossistemas ali existentes.

Das principais ações antrópicas que degradam as regiões praias e detém a qualidade de vida das pessoas e a biodiversidade costeira, na atualidade, observou-se a devastação de mangues e restingas, a especulação imobiliária e urbanização acelerada, a inserção antrópica em meios preservados, pressão das atividades turísticas, ausência de planejamento ambiental. Em consequência a essas pressões advém a modificação e degradação da paisagem natural, perda do equilíbrio costeiro e do potencial natural da região, risco à qualidade de vida das pessoas e interferência na vida das comunidades tradicionais.

A tabela 3 demonstra uma esquematização dos impactos socioambientais negativos que assolam as regiões praias de Marechal Deodoro decorridos das principais ações humanas que põem em risco a conservação da biodiversidade local e a qualidade de vida das pessoas.

**Tabela 3 – Ações antrópicas e os impactos socioambientais da região das praias deodorenses**

Ações Antrópicas	Impactos Socioambientais
Passeios de barcos de turismo nas piscinas naturais	- Quebra de corais e interferência no habitat das espécies;



	- Poluição das águas.
Ausência do esgotamento sanitário	- Degradação dos recursos naturais; - Perda da saúde da população; - Detenção do desenvolvimento local; - Incapacidade de propor um turismo sustentável.
Incipiente consciência e educação ecológica	- Lixo no mar: ingestão por seres aquáticos; - Perda da qualidade dos ecossistemas; - Aumento de lixo e poluição visual; - Diminuição de áreas verdes.
Pesca indevida	- Desaparecimento de frutos do mar; - Impacto socioeconômico local.
Urbanização acelerada	- Aumento do contingente populacional; - Alteração da ecodinâmica costeira; - Descaracterização do ambiente natural com o aumento desenfreado do turismo; - Ocupação de novas áreas contendo espécies preservadas em alto potencial; - Descaracterização da população tradicional.
Construções de empreendimentos imobiliários	- Queima e aterro da restinga e mangue, e, degradação da paisagem natural.

Ao se tratar desse litoral peculiar que há anos vem sofrendo e se demonstrando ao mesmo tempo encantador, nota-se a deficiência do cuidado para com a biodiversidade que, através do turismo e suas atividades, e de outros atos antrópicos ofensivos ao ambiente natural vêm aumentando os riscos de perda de seu potencial e qualidade ambiental carecendo de um plano de ação com vista na mitigação de impactos na área, ou mesmo que possibilite que seus recursos continuem sendo “explorados”, porém de forma consciente tanto pelo Poder Público como pela população.

Por isso, com vista à utilização sustentável da zona costeira, onde as atividades socioeconômicas de uso e beneficiamento dessa região estejam em harmonia com a proteção dos recursos naturais, tem sido desenvolvido o Gerenciamento Costeiro por meio de medidas de controle, proteção, preservação e recuperação dos recursos naturais e dos ecossistemas costeiros.

## 5. PROPOSTA DE PLANEJAMENTO

Com esse estudo pode-se observar que os impactos ambientais nos ecossistemas litorâneos deodorenses advindos dos processos históricos de ocupação e desenvolvimento partem principalmente da precariedade da ação dos setores gerenciais, bem como da omissão da participação popular. Neste sentido, a prevenção dos possíveis danos ambientais sugere também a adoção de uma conduta sustentável através de medidas que viabilizem a ocupação planejada e o desenvolvimento em todas as esferas envolvidas da área em estudo, constituindo-se parte do meio ambiente. Assim, propõe-se:

1. À Prefeitura e seus órgãos competentes, principais atores legais na defesa ambiental:
  - a) Proibir o acesso e a exploração em áreas de alto interesse e instabilidade ambiental, que ainda que protegidas por lei seja alvo de exploração de seus recursos (a exemplo da APP da Restinga da Praia do Francês, Dunas do Cavalo Russo, RE Ecológica do Saco da Pedra, APA de Santa Rita);

- b) Criar um Plano de Mapeamento da Zona Litorânea do município a fim de registrar e compilar dados, bem como um Plano de Monitoramento permanente para região com a finalidade de controlar e recuperar a degradação já instalada nos Ecossistemas Costeiros;
2. Criar e apoiar projetos de aquicultura, piscicultura, maricultura, etc. desde que resultem em ações socioeconomicamente viáveis e ambientalmente sustentáveis;
3. Propor às usinas e indústrias deodoroenses que implantem, de forma adequada, um programa de Gestão Ambiental;
4. O empreendedor interessado em desenvolver projetos turísticos na Região Costeira de Marechal Deodoro deverá:
  - a) Realizar o levantamento da Legislação Ambiental e restrições aplicáveis ao local pretendido para a implantação do projeto, antes da compra de terreno;
  - b) Considerar o perfil e as necessidades das comunidades locais, para o aproveitamento da mão-de-obra local;
5. Órgãos públicos, Instituto Federal, Universidade, ONG's, todos juntos, informem e conscientizem a população local quanto aos efeitos danosos dos atos que põem em risco a qualidade de vida e os ecossistemas, através de palestras, oficinas, cursos e programas de mutirão.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos primórdios a exploração da Mata Atlântica devastava matas e outros recursos interdependentes como restingas, ilhas, manguezais e mananciais, já na atualidade o desenvolvimento de atividades turísticas e imobiliárias molda a paisagem ambiental, interfere no cotidiano das populações tradicionais e degrada a biodiversidade constituindo-se como principal vetor de intensificação de uso e exploração da região costeira do município.

São grandes as áreas degradadas, e diversos os ecossistemas afetados de Marechal Deodoro, que dentre eles se destaca a zona costeira envolvendo toda a dinâmica de sua biodiversidade litorânea que resiste devido a própria dinâmica natural, pois caso dependesse da população e dos órgãos responsáveis – irresponsáveis e omissos, de modo geral, – para zelar pelo meio ambiente através de ações preservacionistas e preventivas seria difícil saber o que haveria. No entanto, essas condutas de lesão irreparável na área costeira deodoroense refletem num processo histórico, mas que se molda às tendências atuais de desenvolvimento socioeconômico local.

Com base nesse estudo, o desafio é estabelecer um procedimento não só de preservação, mas principalmente de recuperação dos ecossistemas degradados e mais vulneráveis à pressão humana, cada vez mais necessários para o bem estar das populações. Assim, a formulação de um plano que garanta o uso sustentável do espaço costeiro apontará a direção na qual deveremos promover o desenvolvimento da região.

## REFERÊNCIAS

BELCHIOR, Constança de Carvalho. **Gestão costeira integrada**: estudo de caso do Projeto ECOMANAGE na região estuarina de Santos/São Vicente. Dissertação (Pós-Graduação em Ciência Ambiental)- Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

CORREIA, Mônica Dorigo; SOVIERZOSKI, Hilda Helena. **Ecossistemas marinhos**: recifes, praias e manguezais. Maceió: EDUFAL, 2005. 55p. (Conversando sobre Ciências em Alagoas).

COSTA, Caroline Araujo. **Meio ambiente e políticas públicas: pressão demográfica, utilização de recursos naturais e desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <<http://www.google.com.br>>. Acesso em: 03 nov. 2010.

GUERRA, Antonio José Teixeira; CUNHA, Sandra Baptista da (Org.). **Impactos ambientais urbanos no Brasil.** 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

JUNGES, José R. **Ética ambiental.** São Leopoldo: Unisinos, 2004.

MORAES, Antonio Carlos Robert. **Contribuição para a gestão da zona costeira do Brasil: elementos para uma geografia do litoral brasileiro.** São Paulo: Annablume, 2007.

NORMANDE, Eduardo. Meio ambiente estuarino-lagunar: complexo Mundaú-Manguaba. In: **Apoio à proteção ambiental em Alagoas: uma experiência de cooperação técnica.** Maceió: SEPLAN: IMA/GTZ, 2000.

SEBRAE/AL. **Marechal Deodoro: Alagoas: perfil sócio-econômico.** PRODER (Programa de Emprego e Renda). Maceió: SEBRAE, 1999. (Série PRODER).

VIEIRA, Jeilson Lima; COSTA, Jovesi de Almeida. **A dinâmica natural da Prainha e do seu entorno, Marechal Deodoro-AL: uma análise geomorfológica e socioambiental.** Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Ciências Ambientais)-Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2010.

## GESTÃO URBANA E PESCA ARTESANAL: UMA ANÁLISE DO MUNICÍPIO DE MARECHAL DEODORO – AL

José Djalma Alves de Araújo BEZERRA<sup>1</sup> e Gabryelle DANTAS<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Instituto Federal de Alagoas  
E-mail: js.djalma@hotmail.com<sup>1</sup>; gabbydantas@hotmail.com<sup>2</sup>

### RESUMO

A presente pesquisa constitui-se em projeto desenvolvido no âmbito do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL) - campus Marechal Deodoro, por alunos do curso superior tecnológico em Gestão Ambiental. Objetivando analisar os principais impactos das proposições ambientais presentes no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) da cidade de Marechal Deodoro – AL e como tais proposições podem interferir no desenvolvimento da atividade pesqueira da região, já que era a partir da pesca que a região obtinha a principal fonte de sua economia e que ainda hoje possui um grande número de potencial pesqueiro, onde um grande número de pescadores se utiliza dessa atividade como forma de garantir sua sobrevivência seja ela na própria alimentação ou como forma de obter renda, vendendo o pescado para as localidades vizinhas e para os diversos estabelecimentos dentro de sua região que possui um grande atrativo gastronômico, o que acaba ligando a outra fonte econômica, o turismo, que também gera renda, mas que acarreta um grande número de construções que levam a uma especulação imobiliária direcionada para as classes mais favorecidas e acaba por absorver uma grande demanda de pessoas sem um devido planejamento, levando a uma ocupação desordenada do solo urbano e conseqüentemente a degradação ambiental, o que acaba afetando consideravelmente a população pesqueira presente na região. Desta forma pretendemos a partir desse avaliar como as políticas públicas de uso e ocupação do solo urbano e de proteção ambiental presentes na Constituição Federal de 1988, no Estatuto das Cidades e no PDDU da cidade de Marechal Deodoro podem interferir e influenciar no desenvolvimento da atividade pesqueira. Para o encaminhamento do presente projeto foi realizado inicialmente uma revisão bibliográfica sobre as temáticas que as correlacionam como a Urbanização brasileira, Reforma Urbana, Estatuto das Cidades tendo como referência autores conhecidos internacionalmente a exemplo de Santos, Maricato, Engle, Kowarick entre outros, possibilitando o embasamento teórico para que posteriormente fizéssemos um comparativo, com a região a ser estudada, o que trouxe a considerações bem parecidas quando levamos em conta heranças gerais do país e trazemos para a pequena região Deodorense. Os resultados obtidos confirmam o domínio das grandes corporações no aspecto global, trazendo cada vez mais desigualdades, assim Marechal Deodoro tem seu domínio pela própria capital do Estado que se submete a outras corporações, Os polos industriais existentes na cidade são criados para abastecer outras regiões sem contar na mão de obra que sobra para Marechal Deodoro serem as de pouca influência, pois os cargos com maior influência e que detêm de um melhor salário fica nas mãos de especialistas de outras regiões o que acaba não contribuindo para a melhoria na renda local. Os pescadores que poderiam estar vinculados a esses novos mercados sempre são excluídos e acabam ficando a mercê do desemprego tendo somente do pescado seu sustento, o que contribui para a deficiência da questão ambiental quando ocupam áreas ambientalmente frágeis por ficarem mais próximas do seu nicho, e serem áreas de fácil acesso.

**Palavras-chave:** Gestão de áreas urbanas, Estatuto das Cidades, PDDU - Marechal Deodoro – AL.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil, possuindo suas especificidades, começou a ter na década de 50 sua urbanização iniciada e daí por diante expandida principalmente a partir da década de 70, o que foi acarretando diversos problemas já que o mesmo não possuía em suas cidades uma estrutura física e política ou ao menos um planejamento digno para suportar a grande demanda de pessoas que vinham a procura de emprego e de um lugar para se instalar. Com um grande apelo social e com vários estudiosos envolvidos, alternativas começaram a ser desenvolvidas para solucionar ou ao menos minimizar o estado caótico das cidades brasileiras.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 trás dentre as suas formulações o capítulo específico destinado à política urbana (artigos 182 e 183), porém, apesar de tal avanço esse dispositivo ainda necessitava de uma regulamentação, fato que só ocorreu com a promulgação da Lei nº 10.257 de 10 de Julho de 2001, também intitulada de “Estatuto das Cidades”.

O “Estatuto das Cidades” oferece as cidades um conjunto inovador de instrumentos de intervenção sobre os seus territórios, porém, ainda delegou para os municípios a definição do significado da função social da cidade e da propriedade urbana.

Para a lei em tela, além de definir qual a função social da cidade, os municípios deveriam elaborar planos de curto, médio e longo prazo que possibilitassem que a área urbana se tornasse um espaço mais acolhedor, justo socialmente e equilibrado ambientalmente para toda a população. Na esteira dessa legislação, diversos municípios dão início a formulação/execução de um Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), como forma de planejamento para médio prazo, tendo em vista que a sua vida útil deveria ser de 10 anos.

Na cidade de Marechal Deodoro – Al, o PDDU foi aprovado no ano de 2006 e continha dentre as normas as proposições sobre como deveria ser o espaço urbano da cidade e como a questão ambiental deveria ser trabalhada.

Desta forma, completado 50% do período de vigência desse plano faz-se necessária uma avaliação da implementação de tais normas, sua aplicabilidade ou não e dos seus principais impactos para a grande comunidade de pescadores presente na região. Para atingir o objetivo foi feito uma busca no acervo bibliográfico referente às questões políticas e sociais que envolvem toda essa temática, autores como Maricato, Santos, Souza, Villaça, Kowarick, entre outros, para que se obtivesse um melhor embasamento nas discussões que viriam posteriormente como o caso da Urbanização, Reforma Urbana e do Estatuto da Cidade ao qual trará o PDDU como principal instrumento inovador de mudanças e fonte de maior argumentação nesse trabalho. Além de visitas aos locais citados pelo PDDU para analisar de fato as mudanças ocorridas ou não na área e ampliar a quantidade e qualidade dos dados trabalhados em nossa pesquisa.

Assim do ponto de vista social, tal pesquisa tem sua validade no momento que nos deteremos em uma significativa parcela da população deodorense e nas suas inter-relações com a natureza.

Já do ponto de vista científico nosso projeto se valida pela continuidade das atividades que estamos desenvolvendo nos dois últimos anos, além do fato de nos auxiliar na formatação de um amplo banco de dados sobre a pesca em Alagoas. Também ressaltamos o ineditismo do trabalho a que nos propomos e a sua possibilidade de expansão para a área da extensão acadêmica.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O fenômeno da urbanização é assunto essencial nessa pesquisa para se entender o crescimento das cidades e os problemas nelas encontrados, fenômeno esse que vem a ter uma abrangência global após a revolução industrial.

A partir disso muitas mudanças ocorreram, a desigualdade social se acentuou com a separação entre os proprietários dos meios de produção e o proletariado, o sistema capitalista passa a acumular e reproduzir o capital investindo na produção e a cidade passa a ter um caráter produtivo e não mais apenas político-administrativo o que trás consigo um grande êxodo rural, onde a população começa a ir em busca do emprego assalariado.

Engels (1975) já especulava as problemáticas ocorridas em Londres (Inglaterra), berço da industrialização e relatou-as conforme foram sendo ocorridas nesse país, ele afirma que atrás de tanta beleza se escondia uma caótica urbanização com uma acentuada pobreza da grande maioria, insalubridade do meio, diversos impactos ambientais, entre outros. Porém, mesmo com uma expansão caracterizada por tais problemas “o modelo europeu” de urbanização acaba por se difundir globalmente, estando presente na maioria dos países, todavia, sofrendo adaptações a partir das especificidades locais.

No Brasil o fenômeno da urbanização teve início na década de 50, mas que teve como marco histórico a década de 70 se consolidando seja com base no número de habitantes ou até mesmo no tamanho das aglomerações, mais que devido as especificidades de cada região sua difusão foi contemplando umas regiões mais e outras menos, onde cada cidade crescia com base na realidade local dada por características como: divisão do trabalho; nível de renda; tipos de transporte; consumo regional, entre outros. Mesmo sabendo que “todas as cidades brasileiras exibem problemáticas parecidas” (SANTOS, 2009, p.105) algumas limitações persistiam em certas regiões como os problemas relacionados ao mercado, algo que foi visivelmente integrado e apoiado pelas firmas hegemônicas que tiveram e tem até hoje o total apoio do governo que vai desde isenções de impostos para a fixação dessas firmas em locais de interesse dos mesmo até a criação de modelos rodoviários que atendam as suas necessidades.

Daí chega-se a outro ponto essencial dessa pesquisa, lucidar como esse mesmo poder público acaba gerando ou intensificando direta e indiretamente diversos problemas urbanos como de transporte, saúde, educação, moradia, ambiental, entre tantos outros e prometem resolvê-los criando planos como bolsas de auxílio familiar ou planos habitacionais como por exemplo o Banco Nacional de Habitação (BNH) criado em 1964 e extinto em 1986, que servia como órgão central do sistema de financiamento habitacional na qual viria a ludibriar a sociedade, pois fazem pensar que atitudes estão sendo realizadas a seu favor, mais que na verdade pagam por erros tomados anteriormente.

A partir das análises e discussões realizadas em nossa pesquisa podemos notar que a urbanização acabou mostrando ser ao longo do tempo uma fatalidade no ponto de vista do aumento da desigualdade social, que cada vez aumentará mais tendo em vista que que a sociedade civil, as organizações e sindicatos existentes não se movimentam, em prol da sociedade em se mais dos seus próprios interesses, logo as audiências públicas e a participação popular não funcionam do jeito que deveriam, e as verdadeiras necessidades da população de classe baixa são deixadas de lado aumentando assim cada vez mais a desigualdade, todas essas deficiências que ainda tem que superar a inibição dos protestos coletivos e no argumento das grandes empresas que se apoiam na grande demanda aos seus cargos principalmente os que possuem baixa qualificação para possuí-lo, o que faz desse quadro algo muito difícil de ser alterado. “Na presença de uma vasta reserva de mão-de-obra e na ausência de uma sólida organização sindical e política da classe operária, tornou-se fácil aumentar a taxas de exploração.” (KOWARICK, 1979, p. 42)

Na tentativa de se forma uma cidade e uma sociedade mais justa e regulada criam-se as leis, uma iniciativa relevante mais que nos dias de hoje já são bastantes discutidas já que as mesmas são utilizadas de forma que se dê ainda mais privilégios as partes detentoras de um poder concentrado incentivando de uma forma indireta os problemas urbanos. Na questão urbanística não é diferente, segundo Maricato (2003) a reforma urbana foi tida como um instrumento que melhorasse a qualidade da ocupação do solo urbano, no entanto a mesma passava por fortes adversários, com tentativas de adiar ou até mesmo impedir sua realização principalmente na era do regime militar. Mesmo com essa

opressão em meados da década de 80 a bandeira da Reforma Urbana reaparece no cenário nacional, segundo Souza (2005) com preocupações as condições de reprodução da força de trabalho, mais especificamente a qualidade de vida da população pobre e segregada, garantindo a segurança jurídica e geração de renda para quem mais precisa além de garantir o acesso a uma moradia digna, tanto na escala da construção quanto na de localização, entre outras possibilidades.

Apesar de a iniciativa ter crescido no cenário brasileiro alguns entraves para a reforma urbana foram visíveis, com o surgimento da nova constituição o que originalmente eram 20 artigos referente à questão urbana se transformou em apenas dois na Constituição Federal de 1988 (art. 182 e 183) algo que frustrou bastante grande parte da sociedade. Porém, o movimento reivindicatório da reforma urbana não se comparava ainda com aquele que buscava a reforma agrária, tendo em vistas que dos 20 artigos originalmente referentes à questão urbana apenas dois foram efetivados na Constituição Federal de 1988 (art. 182 e 183).

Segundo a Lei Nº 10.252, de 10 de julho de 2001, Art.1º- paragrafo único:

Para todos os efeitos, esta Lei, denominada Estatuto da Cidade, estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental.

Para alcançar e estabelecer de forma contundente o Estatuto da Cidade trabalha em cima de alguns instrumentos bem interessantes onde alguns merecem um destaque como é o caso do Plano Diretor, instrumento ao qual a pesquisa está focada para estabelecer concepções locais e que se torna peça chave para o sucesso das proposições que são dadas no Estatuto da Cidade, pois ele leva em conta as especificidades de cada Cidade a partir dos mesmos instrumentos estabelecidos pelo “maestro” Estatuto.

Seria um plano que, a partir de um diagnóstico científico da realidade física, social, econômica, política e administrativa da cidade, do município e de sua região, apresentaria um conjunto de propostas para o futuro desenvolvimento socioeconômico e futura organização espacial dos usos do solo urbano, das redes de infra-estrutura e de elementos fundamentais da estrutura urbana, para cidade e para o município, propostas essas definidas para curto, médio e longo prazos, e aprovados por lei municipal.(VILLAÇA,2010, p. 2)

O problema é que as grandes cidades estão cada vez mais sendo manipuladas pelas grandes corporações como já analisado anteriormente e por isso também surge algumas dificuldades, mas as diretrizes do plano diretor combate isso ameaçando suas atividades e proporcionando mudanças.

Outros instrumentos do plano diretor são: a outorga onerosa do direito de construir, mais conhecida como “solo criado”, que parte do pressuposto de que a construção de um prédio agrega vários patamares se tornando cada um uma espécie de novo solo, fazendo com que concentre uma grande quantidade de pessoas em um mesmo local. Dessa forma os impostos coletados pelo IPTU acaba criando uma desigualdade que é refletida pela construção de infra-estrutura de determinado local que tem que atender essa grande quantidade de pessoas para se dá uma melhor qualidade de vida; O IPTU progressivo no tempo onde o solo urbano não-edificado e utilizado de forma parcial está sujeito a um aumento de até duas vezes o valor do ano anterior do IPTU isso durante 5 anos como forma de utilização compulsório ou a negociação da área; O direito de preempção (prioridade para o governo municipal na compra de imóveis) que dá ao município instrumento importante para a obtenção de terras para as políticas públicas urbanas, onde os imóveis sujeitos ao direito de preempção deverão ser discriminados também no Plano Diretor de cada região, enfim instrumentos esses que complementados por um zoneamento alternativo fazem desses instrumentos, apesar de seus defeitos, uma proposta no mínimo digna de pensamentos para aplicação.

Assim com a própria Constituição Federal e o Estatuto das Cidades, o plano diretor também trás em sua formulação a participação popular como umas das principais preposições e portanto um ponto chave para desvendar problemas específicos. Através de análises no decorrer do projeto através da participação popular adequadamente gerida e fiscalizada poderá trazer mudanças, contando que ela não caia na inercia ou muito menos se torne fictícia diante dos conflitos de interesses de pessoas que estejam no aparelho do Estado. Esse é um assunto bastante polêmico relatado nesse trabalho e que gera diversos pensamentos como, o de SOUZA (2010, p.130) que diz “[...] há formas e formas de participação, algumas sem aspas e muitas com aspas, de modo que dizer, apenas, que existe um conselho „participativo“ não basta”.

Quanto a questão ambiental os instrumentos presente são o Estudo de Impacto Ambiental (EIA), que se refere a um documento técnico feito pela equipe multidisciplinar contratada por um empreendimento a fim de se analisar quais são os possíveis danos que o empreendimento pode causar diretamente ao meio ambiente apontado as medidas mitigadoras; e o Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) que é executado de forma a contemplar os efeitos positivos e negativos do empreendimento ou atividade quando a qualidade de vida da população residente na área e suas proximidades. Esses instrumentos possuem tanta importância que não dá pra aceitar hoje a construção de um empreendimento sem esses estudos, o que bruma é que muitos dos investidores dos grandes empreendimentos conseguem burlar a lei de alguma forma e esses estudos para eles se tornam apenas mais um obstáculo que deve ser passado sem que seja um empecilho no desenvolver dos seus negócios. Esses instrumentos são de grande valia para a proteção do meio ambiente e das pessoas que de certa forma vivem de seus recursos naturais, como por exemplo, do grande número de pescadores do município de Marechal Deodoro, que quando não há o respeito desse instrumento poderá ocorrer desequilíbrios que afetem o meio ambiente, diminuindo o número quantitativo de peixes e de espécies, prejudicando diretamente seu sustento.

Enfim, tendo em vista os instrumentos complementares, poucos os que são estabelecidos de forma eficaz, pois acabam por atingir interesses capitalistas, principalmente quando relacionados à questão imobiliária. Mesmo assim segundo Rolnik (2001) o Estatuto e seus instrumentos são expectativas positivas formadas nas cidades no intuito de romper com essa prática de desvios da lei.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa em andamento tem como características primordiais ser um estudo aplicado e com ligação acadêmica com o curso superior em Gestão Ambiental oferecido pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL) campus Marechal Deodoro, o pertencimento ao escopo de projetos do Grupo de Altos Estudos da Realidade Alagoana com possibilidade para possibilidade de expansão para atividades de extensão. O presente projeto adota como metodologias básicas a revisão bibliográfica e atividades de campo. Até o presente momento foram desenvolvidas desenvolvidas atividades de região bibliográfica abrangendo vários temas correlacionados com Urbanização brasileira, Reforma Urbana, Estatuto das Cidades, PDDU, e mais especificamente com a análise do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Marechal Deodoro para identificarmos quais as proposições ambientais presentes no mesmo e quais as suas inter-relações com a comunidade pesqueira. Tal atividade compreenderá os meses de Março a Maio do corrente ano.

No mês de junho iniciamos a nossa atividade de campo buscando verificar a aplicação ou não das proposições ambientais do Plano Diretor de Marechal Deodoro. Para tanto, visita mos as localidades onde existem maior número de pescadores comparando a estrutura urbana atual com as proposições analisadas. Utilizamos recursos audiovisuais para registrar nossas atividades.

De posse desse material iremos iniciar a terceira etapa de nosso projeto, onde realizaremos uma análise de dados buscando compreender se as alterações sugeridas foram concretizadas e quais seus impactos para o desenvolvimento da atividade pesqueira no município.



Desse modo a pesquisa aplicada terá num total a duração de 9 meses, indo de março a dezembro do presente ano.

#### **4. RESULTADOS E DICURSSÕES**

Mesmo nos dias atuais é possível observar que a urbanização brasileira não superou características passadas – do período colonial- como a concentração de terra, renda e poder. Essas características são estão bem correlacionadas e se tornam marcantes quando passamos a tratar do assunto ocupação territorial.

O planejamento de toda cidade se da por competência do Estado, no qual tem o dever de aplicar uma função social das cidades, porém segundo Maricato (2008) este mesmo é a expressão da classe dominante o que impede uma democracia e igualdade entre todos de ser realmente aplicada.

Desse modo no decorrer da pesquisa foi possível observar um círculo de dominação sobre as cidades envolvendo os seguintes agentes: as grandes corporações; o Estado e; a burguesa. Tais agentes tem o seu funcionamento baseado nas lógicas da interdependência e da cooperação, mesmo que em determinados momentos suas ações pareçam estarem desconexas. Assim, a cidade é estruturada para atender as necessidades desses poucos agentes, em detrimento do restante da sociedade, que sofre com as carência de infraestrutura e de serviços.

Assim segundo Maricato (2008) até a própria lei é exposta a situações de privilégios o que contribuiu para resultados como a e a exclusão de das classes menos favorecidas ocasionando por diversas vezes uma segregação sócio econômica para áreas ambientalmente frágeis.

O que leva a outro ponto bastante claro no decorrer do trabalho, onde observamos que os muitos dos mecanismos criados para atender a política urbana- como, por exemplo, o BNH (Banco Nacional de Habitação), que acabava contrariando seus objetivos, ou seja, acabava privilegiando novamente as classes mais favorecidas e deixando cada vez mais as menos favorecidas em situação de desesperança.

Nesse mesmo sentido podemos levar em conta o próprio Plano Diretor, em situação territorial podendo servir para gerar uma grande especulação em algumas regiões com potenciais econômicos, mas ao mesmo tempo trazendo uma periferização absurda para outra parte da população que não consegue acompanhar o preço dada a especulação imobiliária.

Os interesses provenientes para a geração de riqueza que é imposta pelo nosso sistema está sempre em primeiro plano, sem levar em consideração nenhuma a sociedade como um todo, mais só a sociedade capitalista.

#### **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir da realização dessa pesquisa foi constatado que muitas das transformações sugeridas pelas autoridades são feitas com o intuito de favorecer as grandes corporações ao qual consiste em uma troca de interesses para que se conquistem seus objetivos resumidos na forma de lucro e o fator primordial das políticas de intervenção urbana que deveria ser o da melhoria das questões sociais e ambientais são deixados para segundo plano. Essa troca de favores aumenta a disparidade de classes sociais e de degradação ao meio ambiente que necessitam cada vez mais de políticas públicas e de uma boa gestão urbana para que os problemas sejam solucionados ou ao menos diminuídos.

O problema é que o que deveria ser solução não passa de um instrumento que iludi a sociedade, começando pelas leis que deveriam exigir um maior comprometimento e punição aos infratores, mais que acaba sendo algo supérfluo e persiste em permanecer sobre um olhar de desconfiança da

sociedade, pois as leis são aplicadas para uns e não para outros, ou seja, de forma arbitrária como afirma Maricato (2003).

Outras alternativas como políticas públicas surgem como amenizadoras dos problemas, estão sempre atingindo as consequências dos fatos e não vão ao foco deles, ou seja, o problema nunca será solucionado e a sociedade continuará a sofrer por muito tempo as consequências das más gestões políticas, autoridades essas que são postas no poder pela própria sociedade o que também leva a uma reflexão sobre a importância da participação das tomadas de decisões sejam ela no início ou no decorrer dessas.

No seguimento da pesquisa, com o estudo sobre o PDDU, foi constatado que instrumentos como o mesmo ao qual está depositado grande parte da expectativa da sociedade são formadas por conceitos gerais ou por cópias de outros PDDU já existentes o que dessa forma não trará mudanças no desenvolvimento social e ambiental de uma região e levará a mesma a uma estagnação ou continuará a ser explorada pelos detentores de poder que através desses documentos maquiagem sua inação. Para que a mudança venha ocorrer é necessário que se avalie as necessidades locais, pois elas variam conforme determinada região e por isso a importância de não copiar modelos externos, além de melhorar os conceitos deixando cada vez menos tecnicistas para melhor interpretação.

Mesmo com todas as dificuldades, não se pode abrir mão desses instrumentos, a batalha para a sua funcionalidade não foi a toa, pois muitas perspectivas podem ser mudadas através deles, questões ambientais e sociais melhoradas e conceitos como sustentabilidade posto realmente em prática, a participação da população tem que melhorar quantitativamente e qualitativamente, pois é essa sociedade civil que deve gerir, fiscalizar e cobrar das autoridades o que de fato é seu de direito.

## REFERÊNCIAS

ENGELS, F. A situação da classe trabalhadora na Inglaterra. Lisboa: Ed. Presença, 1975.

Estatuto das Cidades. Lei Nº 10.257, de 10 de julho de 2001.

FREITAG, Bárbara. O mito da megalópole na literatura brasileira. Tempo Brasileiro. nº 132, jan-mar, 1998, p. 143-158. Disponível em: < <http://www.joaoalmino.com/SambaFreitag.html>>. Acesso em: 12 de abr de 2011

KOWARICK, Lúcio. A espoliação urbana. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979. (pág. 29-53) MARICATO, Ermínia. MetrÓpole, legislação e desigualdade. Estudos Avançados. V.17, nº 48, 2003, p.151-166.

ROLNIK, Raquel. Estatuto da Cidade – instrumento para as cidades que sonham crescer com justiça e beleza. 2001. Disponível em: < [http://www.polis.org.br/artigo\\_interno.asp?codigo=76](http://www.polis.org.br/artigo_interno.asp?codigo=76)>

SANTOS, Milton. A urbanização brasileira. 5ª ed., São Paulo: edusp, 2009. (capítulos 8, 9, 10, 11, 12 e 13)

SOUZA, Marcelo Lopes de. ABC do desenvolvimento urbano. 5ªEd. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 2010. (Capítulos 8, 9, 10 e 11)

SOUZA, Marcelo Lopes de. O desafio metropolitano : um estudo sobre a problemática sócio-espacial nas metrÓpoles brasileiras. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 2005. (Parte II, capítulo 1 e 2)

VILLAÇA, Flávio. As ilusões do Plano Diretor. São Paulo: 2005. Disponível em: <[www.orgcidade.com.br](http://www.orgcidade.com.br)>

## GESTÃO URBANA: UMA ANÁLISE DO MUNICÍPIO DE MARECHAL DEODORO – AL

José Djalma Alves de Araújo BEZERRA<sup>1</sup> e Gabryelle Dantas Cavalcante de BARROS<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas – Campus Marechal Deodoro e <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas – Campus Marechal Deodoro

js.djalma@hotmail.com – gabbydantas@hotmail.com

### RESUMO

A presente pesquisa constitui-se em projeto desenvolvido no âmbito do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL) - campus Marechal Deodoro, por alunos do curso superior tecnológico em Gestão Ambiental. Objetivando analisar os principais impactos das proposições ambientais presentes no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) da cidade de Marechal Deodoro – AL e como tais proposições podem interferir no desenvolvimento da atividade pesqueira da região, já que era a partir da pesca que a região obtinha a principal fonte de sua economia e que ainda hoje possui um grande número de potencial pesqueiro, contribuindo para o enriquecimento de outras atividades como a gastronomia, impulsionando direta ou indiretamente outras fontes econômicas como o turismo, além do crescimento de empreendimentos na região afim de atender a demanda da população interna e externa o que acaba gerando uma especulação imobiliária, levando a uma ocupação desordenada do solo urbano e consequentemente a degradação ambiental. Desta forma pretendemos a partir desse avaliar como as políticas públicas de uso e ocupação do solo urbano e de proteção ambiental presentes na Constituição Federal de 1988, no Estatuto das Cidades e no PDDU da cidade de Marechal Deodoro podem interferir e influenciar no desenvolvimento da atividade pesqueira. Para o encaminhamento do presente projeto foi realizado inicialmente uma revisão bibliográfica sobre as temáticas que as correlacionam como a Urbanização brasileira, Reforma Urbana, Estatuto das Cidades tendo como referência autores conhecidos internacionalmente a exemplo de Santos, Maricato, Engel, Kowarick entre outros, possibilitando o embasamento teórico para que posteriormente fizéssemos um comparativo, com a região a ser estudada, o que trouxe considerações bem parecidas quando levamos em conta heranças gerais do país e trazemos para a pequena região Deodorense. Os resultados obtidos mostram que as transformações sugeridas pelas autoridades são feitas com o intuito de favorecer as grandes corporações ao qual consiste em uma troca de interesses, onde um beneficia o outro a fim de atingir seu objetivo de gerar riqueza, recursos, lucro, o que é confirmado em Marechal Deodoro pelo próprio pólo cloroquímico da região que atende aos interesses externos. Outro fato analisado é o das políticas de planejamento e intervenção urbana que deveriam se apresentar como suporte para minimizar a disparidade social; dando assistência a quem realmente precisa como os pescadores da região e a degradação ambiental se apresenta de forma inerte. No combate a isso, a participação da população tem que melhorar quantitativamente e qualitativamente, pois é essa sociedade civil que deve gerir, fiscalizar e cobrar das autoridades o que de fato é seu de direito.

**Palavras-chave:** Gestão de áreas urbanas, Estatuto das Cidades, PDDU - Marechal Deodoro – AL.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil, possuindo suas especificidades, começou a ter na década de 50 sua urbanização iniciada e daí por diante expandida principalmente a partir da década de 70, o que foi acarretando diversos problemas já que o mesmo não possuía em suas cidades uma estrutura física e política ou ao menos um planejamento digno para suportar a grande demanda de pessoas que vinham a procura de emprego e de um lugar para se instalar. Com um grande apelo social e com vários estudiosos envolvidos, alternativas começaram a ser desenvolvidas para solucionar ou ao menos minimizar o estado caótico das cidades brasileiras.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 trás dentre as suas formulações o capítulo específico destinado à política urbana (artigos 182 e 183), porém, apesar de tal avanço esse dispositivo ainda necessitava de uma regulamentação, fato que só ocorreu com a promulgação da Lei nº 10.257 de 10 de Julho de 2001, também intitulada de “Estatuto das Cidades”.

O “Estatuto das Cidades” oferece as cidades um conjunto inovador de instrumentos de intervenção sobre os seus territórios, porém, ainda delegou para os municípios a definição do significado da função social da cidade e da propriedade urbana.

Para a lei em tela, além de definir qual a função social da cidade, os municípios deveriam elaborar planos de curto, médio e longo prazo que possibilitassem que a área urbana se tornasse um espaço mais acolhedor, justo socialmente e equilibrado ambientalmente para toda a população. Na esteira dessa legislação, diversos municípios dão início a formulação/execução de um Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), como forma de planejamento para médio prazo, tendo em vista que a sua vida útil deveria ser de 10 anos.

Para essa pesquisa será analisado o PDDU da cidade de Marechal Deodoro – Al, localizada na micro-região geográfica de Maceió, na Mesorregião do Leste Alagoano, situada a margem da Lagoa Sul, conhecida como Lagoa Manguaba e a 28 km da capital do Estado (Maceió), conforme mostra o anexo 1. Possui uma população de 45.590 habitantes (IBGE, 2010), sendo o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* R\$ 13,143 e ocupando a 8º colocação estadual no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano.

Mesmo com essa quantidade de habitantes e diversificação das atividades no setor primário: o cultivo da cana-de-açúcar, exploração de petróleo e a pesca tradicional; setor secundário: unidade PVC da Braskem conjugada a outras indústrias químicas que forma o Pólo Multifábrica e diversas usinas; e finalmente o setor terciário na presença de atrativos políticos e pelo pólo gastronômico da Massagueira. O PDDU só venho a ser aprovado no ano de 2006 e continha dentre as normas as proposições sobre como deveria ser o espaço urbano da cidade e como a questão ambiental deveria ser trabalhada.

Desta forma, completado 50% do período de vigência desse plano faz-se necessária uma avaliação da implementação de tais normas, sua aplicabilidade ou não e dos seus principais impactos para a grande comunidade de pescadores presente na região. Para atingir o objetivo foi feito uma busca no acervo bibliográfico referente às questões políticas e sociais que envolvem toda essa temática, autores como Maricato, Santos, Souza, Villaça, Kowarick, entre outros, para que se obtivesse um melhor embasamento nas discussões que viriam posteriormente como o caso da Urbanização, Reforma Urbana e do Estatuto da Cidade ao qual trará o PDDU como principal instrumento inovador de mudanças e fonte de maior argumentação nesse trabalho. Além de visitas aos locais citados pelo PDDU para analisar de fato as mudanças ocorridas ou não na área e ampliar a quantidade e qualidade dos dados trabalhados em nossa pesquisa.

Assim do ponto de vista social, tal pesquisa tem sua validade no momento que nos deteremos em uma significativa parcela da população deodorense e nas suas inter-relações com a natureza.

Já do ponto de vista científico nosso projeto se valida pela continuidade das atividades que estamos desenvolvendo nos dois últimos anos, além do fato de nos auxiliar na formatação de um amplo banco de dados sobre a pesca em Alagoas. Também ressaltamos o ineditismo do trabalho a que nos propomos e a sua possibilidade de expansão para a área da extensão acadêmica.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O fenômeno da urbanização é assunto essencial nessa pesquisa para se entender o crescimento das cidades e os problemas nelas encontrados, fenômeno esse que vem a ter uma abrangência global após a revolução industrial.

A partir disso muitas mudanças ocorreram, a desigualdade social se acentuou com a separação entre os proprietários dos meios de produção e o proletariado, o sistema capitalista passa a acumular e reproduzir o capital investindo na produção e a cidade passa a ter um caráter produtivo e não mais apenas político-administrativo o que trás consigo um grande êxodo rural, onde a população começa a ir em busca do emprego assalariado.

Engels (1975) já especulava as problemáticas ocorridas em Londres (Inglaterra), berço da industrialização e relatou-as conforme foram sendo ocorridas nesse país, ele afirma que atrás de tanta beleza se escondia uma caótica urbanização com uma acentuada pobreza da grande maioria, insalubridade do meio, diversos impactos ambientais, entre outros. Porém, mesmo com uma expansão caracterizada por tais problemas “o modelo europeu” de urbanização acaba por se difundir globalmente, estando presente na maioria dos países, todavia, sofrendo adaptações a partir das especificidades locais.

No Brasil o fenômeno da urbanização teve início na década de 50, mas que teve como marco histórico a década de 70 se consolidando seja com base no número de habitantes ou até mesmo no tamanho das aglomerações, mais que devido as especificidades de cada região sua difusão foi contemplando umas regiões mais e outras menos, onde cada cidade crescia com base na realidade local dada por características como: divisão do trabalho; nível de renda; tipos de transporte; consumo regional, entre outros. Mesmo sabendo que “todas as cidades brasileiras exibem problemáticas parecidas” (SANTOS, 2009, p.105) algumas limitações persistiam em certas regiões como os problemas relacionados ao mercado, algo que foi visivelmente integrado e apoiado pelas firmas hegemônicas que tiveram e tem até hoje o total apoio do governo que vai desde isenções de impostos para a fixação dessas firmas em locais de interesse dos mesmos até a criação de modelos rodoviários que atendam as suas necessidades.

Daí chega-se a outro ponto essencial dessa pesquisa, lucidar como esse mesmo poder público acaba gerando ou intensificando direta e indiretamente diversos problemas urbanos como de transporte, saúde, educação, moradia, ambiental, entre tantos outros e prometem resolvê-los criando planos como bolsas de auxílio familiar ou planos habitacionais como, por exemplo, o Banco Nacional de Habitação (BNH) criado em 1964 e extinto em 1986, que servia como órgão central do sistema de financiamento habitacional na qual viria a ludibriar a sociedade, pois fazem pensar que atitudes estão sendo realizadas a seu favor, mais que na verdade pagam por erros tomados anteriormente.

A partir das análises e discussões realizadas em nossa pesquisa podemos notar que a urbanização acabou mostrando ser ao longo do tempo uma fatalidade no ponto de vista do aumento da desigualdade social, que cada vez aumentará mais tendo em vista que a sociedade civil, as organizações e sindicatos existentes não se movimentam, em prol da sociedade em se mais dos seus próprios interesses, logo as audiências públicas e a participação popular não funcionam do jeito que deveriam, e as

verdadeiras necessidades da população de classe baixa são deixadas de lado aumentando assim cada vez mais a desigualdade, todas essas deficiências que ainda tem que superar a inibição dos protestos coletivos e no argumento das grandes empresas que se apoiam na grande demanda aos seus cargos principalmente os que possuem baixa qualificação para possuí-lo, o que faz desse quadro algo muito difícil de ser alterado. “Na presença de uma vasta reserva de mão-de-obra e na ausência de uma sólida organização sindical e política da classe operária, tornou-se fácil aumentar a taxas de exploração.” (KOWARICK, 1979, p. 42)

Na tentativa de se forma uma cidade e uma sociedade mais justa e regulada criam-se as leis, uma iniciativa relevante mais que nos dias de hoje já são bastante discutidas já que as mesmas infelizmente são utilizadas de forma que se dê ainda mais privilégios as partes detentoras de um poder concentrado incentivando de uma forma indireta os problemas urbanos. Na questão urbanística não é diferente, segundo Maricato (2003) a reforma urbana foi tida como um instrumento que melhorasse a qualidade da ocupação do solo urbano, no entanto a mesma passava por fortes adversários, com tentativas de adiar ou até mesmo impedir sua realização principalmente na era do regime militar. Mesmo com essa opressão em meados da década de 80 a bandeira da Reforma Urbana reaparece no cenário nacional, segundo Souza (2005) com preocupações as condições de reprodução da força de trabalho, mais especificamente a qualidade de vida da população pobre e segregada, garantindo a segurança jurídica e geração de renda para quem mais precisa além de garantir o acesso a uma moradia digna, tanto na escala da construção quanto na de localização, entre outras possibilidades.

Apesar de a iniciativa ter crescido no cenário brasileiro alguns entraves para a reforma urbana foram visíveis, com o surgimento da nova constituição o que originalmente eram vinte artigos referentes à questão urbana se transformou em apenas dois na Constituição Federal de 1988 (art. 182 e 183) algo que frustrou bastante grande parte da sociedade. Porém, o movimento reivindicatório da reforma urbana não se comparava ainda com aquele que buscava a reforma agrária, tendo em vistas que dos 20 artigos originalmente referentes à questão urbana apenas dois foram efetivados na Constituição Federal de 1988 (art. 182 e 183).

Segundo a Lei Nº 10.252, de 10 de julho de 2001, Art.1º- paragrafo único:

Para todos os efeitos, esta Lei, denominada Estatuto da Cidade, estabelece normas de ordem pública e interesse social que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental.

Para alcançar e estabelecer de forma contundente o Estatuto da Cidade trabalha em cima de alguns instrumentos bem interessantes onde alguns merecem um destaque como é o caso do Plano Diretor, instrumento ao qual a pesquisa está focada para estabelecer concepções locais e que se torna peça chave para o sucesso das proposições que são dadas no Estatuto da Cidade, pois ele leva em conta as especificidades de cada Cidade a partir dos mesmos instrumentos estabelecidos pelo “maestro” Estatuto.

Seria um plano que, a partir de um diagnóstico científico da realidade física, social, econômica, política e administrativa da cidade, do município e de sua região, apresentaria um conjunto de propostas para o futuro desenvolvimento socioeconômico e futura organização espacial dos usos do solo urbano, das redes de infra-estrutura e de elementos fundamentais da estrutura urbana, para cidade e para o município, propostas essas definidas para curto, médio e longo prazos, e aprovados por lei municipal.(VILLAÇA,2010, p. 2)

O problema é que as grandes cidades estão cada vez mais sendo manipuladas pelas grandes corporações como já analisado anteriormente e por isso também surge algumas dificuldades, mas as diretrizes do plano diretor combate isso ameaçando suas atividades e proporcionando mudanças.

Outros instrumentos do plano diretor são: a outorga onerosa do direito de construir, mais conhecida como “solo criado”, que parte do pressuposto de que a construção de um prédio agrega vários patamares se tornando cada um uma espécie de novo solo, fazendo com que concentre uma grande quantidade de pessoas em um mesmo local. Dessa forma os impostos coletados pelo IPTU acabam criando uma desigualdade que é refletida pela construção de infraestrutura de determinado local que tem que atender essa grande quantidade de pessoas para se dá uma melhor qualidade de vida; O IPTU progressivo no tempo onde o solo urbano não-edificado e utilizado de forma parcial está sujeito a um aumento de até duas vezes o valor do ano anterior do IPTU isso durante 5 anos como forma de utilização compulsório ou a negociação da área; O direito de preempção (prioridade para o governo municipal na compra de imóveis) que dá ao município instrumento importante para a obtenção de terras para as políticas públicas urbanas, onde os imóveis sujeitos ao direito de preempção deverão ser discriminados também no Plano Diretor de cada região, enfim instrumentos esses que complementados por um zoneamento alternativo fazem desses instrumentos, apesar de seus defeitos, uma proposta no mínimo digna de pensamentos para aplicação.

Assim com a própria Constituição Federal e o Estatuto das Cidades, o plano diretor também trás em sua formulação a participação popular como umas das principais preposições e portanto um ponto chave para desvendar problemas específicos. Através de análises no decorrer do projeto através da participação popular adequadamente gerida e fiscalizada poderá trazer mudanças, contando que ela não caia na inercia ou muito menos se torne fictícia diante dos conflitos de interesses de pessoas que estejam no aparelho do Estado. Esse é um assunto bastante polêmico relatado nesse trabalho e que gera diversos pensamentos como, o de SOUZA (2010, p.130) que diz “[...] há formas e formas de participação, algumas sem aspas e muitas com aspas, de modo que dizer, apenas, que existe um conselho ‘participativo’ não basta”.

Quanto a questão ambiental os instrumentos presente são o Estudo de Impacto Ambiental (EIA), que se refere a um documento técnico feito pela equipe multidisciplinar contratada por um empreendimento a fim de se analisar quais são os possíveis danos que o empreendimento pode causar diretamente ao meio ambiente apontado as medidas mitigadoras; e o Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) que é executado de forma a contemplar os efeitos positivos e negativos do empreendimento ou atividade quando a qualidade de vida da população residente na área e suas proximidades. Esses instrumentos possuem tanta importância que não dá pra aceitar hoje a construção de um empreendimento sem esses estudos, o que bruma é que muitos dos investidores dos grandes empreendimentos conseguem burlar a lei de alguma forma e esses estudos para eles se tornam apenas mais um obstáculo que deve ser passado sem que seja um empecilho no desenvolver dos seus negócios. Esses instrumentos são de grande valia para a proteção do meio ambiente e das pessoas que de certa forma vivem de seus recursos naturais, como por exemplo, do grande número de pescadores do município de Marechal Deodoro, que quando não há o respeito desse instrumento poderá ocorrer desequilíbrios que afetem o meio ambiente, diminuindo o número quantitativo de peixes e de espécies, prejudicando diretamente seu sustento.

Enfim, tendo em vista os instrumentos complementares, poucos os que são estabelecidos de forma eficaz, pois acabam por atingir interesses capitalistas, principalmente quando relacionados à questão imobiliária. Mesmo assim segundo Rolnik (2001) o Estatuto e seus instrumentos são expectativas positivas formadas nas cidades no intuito de romper com essa prática de desvios da lei.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa em andamento tem como características primordiais ser um estudo aplicado e com ligação acadêmica com o curso superior em Gestão Ambiental oferecido pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL) campus Marechal Deodoro, o pertencimento ao escopo de projetos do Grupo de Altos Estudos da Realidade Alagoana com possibilidade para possibilidade de expansão para atividades de extensão. O presente projeto adota como metodologias básicas a revisão bibliográfica e atividades de campo. Até o presente momento foram desenvolvidas atividades de região bibliográfica abrangendo vários temas correlacionados com Urbanização brasileira, Reforma Urbana, Estatuto das Cidades, PDDU, e mais especificamente com a análise do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Marechal Deodoro para identificarmos quais as proposições ambientais presentes no mesmo e quais as suas inter-relações com a comunidade pesqueira. Tal atividade compreenderá os meses de Março a Maio do corrente ano.

No mês de junho iniciamos a nossa atividade de campo buscando verificar a aplicação ou não das proposições ambientais do Plano Diretor de Marechal Deodoro. Para tanto, visitamos as localidades onde existem maior número de pescadores comparando a estrutura urbana atual com as proposições analisadas. Utilizamos recursos audiovisuais para registrar nossas atividades.

De posse desse material iremos iniciar a terceira etapa de nosso projeto, onde realizaremos uma análise de dados buscando compreender se as alterações sugeridas foram concretizadas e quais seus impactos para o desenvolvimento da atividade pesqueira no município.

Desse modo a pesquisa aplicada terá num total a duração de 9 meses, indo de março a dezembro do presente ano.

### 4. RESULTADOS DISCURSÕES

Mesmo nos dias atuais é possível observar que a urbanização brasileira não superou características passadas – do período colonial- como a concentração de terra, renda e poder. Essas características estão bem correlacionadas e se tornam marcantes quando passamos a tratar do assunto ocupação territorial.

O planejamento de toda cidade se da por competência do Estado, no qual tem o dever de aplicar uma função social das cidades, porém segundo Maricato (2008) este mesmo é a expressão da classe dominante o que impede uma democracia e igualdade entre todos de ser realmente aplicada.

Desse modo no decorrer da pesquisa foi possível observar um círculo de dominação sobre as cidades envolvendo os seguintes agentes: as grandes corporações; o Estado e; a burguesia. Tais agentes têm o seu funcionamento baseado nas lógicas da interdependência e da cooperação, mesmo que em determinados momentos suas ações pareçam estarem desconexas. Assim, a cidade é estruturada para atender as necessidades desses poucos agentes, em detrimento do restante da sociedade, que sofrem com as carências de infraestrutura e de serviços.

Assim segundo Maricato (2008) até a própria lei é exposta a situações de privilégios o que contribuiu para resultados como a exclusão da classe menos favorecida ocasionando por diversas vezes uma segregação sócio econômica para áreas ambientalmente frágeis.

O que leva a outro ponto bastante claro no decorrer do trabalho, onde observamos que os muitos dos mecanismos criados para atender a política urbana- como, por exemplo, o BNH (Banco Nacional de



Habitação), que acabava contrariando seus objetivos, ou seja, acabava privilegiando novamente as classes mais favorecidas e deixando cada vez mais as menos favorecidas em situação de desesperança.

Nesse mesmo sentido podemos levar em conta o próprio Plano Diretor, em situação territorial podendo servir para gerar uma grande especulação em algumas regiões com potenciais econômicos, mas ao mesmo tempo trazendo uma periferização absurda para outra parte da população que não consegue acompanhar o preço dada a especulação imobiliária.

Dessa forma os interesses provenientes para a geração de riqueza que é imposta pelo nosso sistema estão sempre em primeiro plano, sem levar em consideração nenhuma a sociedade como um todo. Ficando em segundo plano estão inclusas as questões ambientais isso já elucidado no próprio plano diretor de Marechal Deodoro que aborda esse tema de forma muito geral, usando termos modernos como a sustentabilidade a fim de solucionar todos os problemas relacionados a essas questões. A ideia de cidade sustentável vai mais além e para isso ocorrer muita coisa deve ser mudada, um município que possui a ilha de Santa Rita – maior ilha lacustre do país e área de preservação ambiental deveria no mínimo seguir as exigências de uma área protegida e ao contrário disso a região acolhe empreendimentos causadores de degradação ambiental e que atende sempre a minoria da sociedade aquela que detém de um auto poder aquisitivo.

Com isso a grande maioria da sociedade sofre com as consequências principalmente aquela que necessita dos recursos naturais para sobreviver como é o caso das mais de 1.000 famílias de pescadores presentes na região, onde os mesmos passam por dificuldade como escassez de peixe, sururu e outros seres vivos ao qual tiram o seu sustento, seja na forma de consumo ou de geração de renda. Essa mesma gama da sociedade sofre com o mínimo de apoio das autoridades que como já dito anteriormente é tratada de forma superficial ou posta em um contexto geral no Plano Diretor uma grande falha já que o número de pescadores na região é muito alto uma vez que a economia já foi gerada em torno dessa atividade

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da realização dessa pesquisa foi constatado que muitas das transformações sugeridas pelas autoridades são feitas com o intuito de favorecer as grandes corporações ao qual consiste em uma troca de interesses para que se conquistem seus objetivos resumidos na forma de lucro e o fator primordial das políticas de intervenção urbana que deveria ser o da melhoria das questões sociais e ambientais são deixados para segundo plano. Essa troca de favores aumenta a disparidade de classes sociais e de degradação ao meio ambiente que necessitam cada vez mais de políticas públicas e de uma boa gestão urbana para que os problemas sejam solucionados ou ao menos diminuídos.

O problema é que o que deveria ser solução não passa de um instrumento que iludi a sociedade, começando pelas leis que deveriam exigir um maior comprometimento e punição aos infratores, mais que acaba sendo algo supérfluo e persiste em permanecer sobre um olhar de desconfiança da sociedade, pois as leis são aplicadas para uns e não para outros, ou seja, de forma arbitrária como afirma Maricato (2003).

Outras alternativas como políticas públicas surgem como amenizadoras dos problemas, estão sempre atingindo as consequências dos fatos e não vão ao foco deles , ou seja, o problema nunca será solucionado e a sociedade continuará a sofrer por muito tempo as consequências das más gestões políticas, autoridades essas que são postas no poder pela própria sociedade o que também leva a uma reflexão sobre a importância da participação das tomadas de decisões sejam ela no início ou no decorrer dessas.

No seguimento da pesquisa, com o estudo sobre o PDDU, foi constatado que instrumentos como o mesmo ao qual está depositado grande parte da expectativa da sociedade são formadas por conceitos gerais ou por cópias de outros PDDU já existentes o que dessa forma não trará mudanças no desenvolvimento social e ambiental de uma região e levará a mesma a uma estagnação ou continuará a ser explorada pelos detentores de poder que através desses documentos maquiagem sua inação. Para que a

mudança venha ocorrer é necessário que se avalie as necessidades locais, pois elas variam conforme determinada região e por isso a importância de não copiar modelos externos, além de melhorar os conceitos deixando cada vez menos tecnicistas para melhor interpretação.

Mesmo com todas as dificuldades, não se pode abrir mão desses instrumentos, a batalha para a sua funcionalidade não foi a toa, pois muitas perspectivas podem ser mudadas através deles, questões ambientais e sociais melhoradas e conceitos como sustentabilidade posto realmente em prática, a participação da população tem que melhorar quantitativamente e qualitativamente, pois é essa sociedade civil que deve gerir, fiscalizar e cobrar das autoridades o que de fato é seu de direito.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ENGELS, F. **A situação da classe trabalhadora na Inglaterra**. Lisboa: Ed. Presença, 1975.

**Estatuto das Cidades**. Lei Nº 10.257, de 10 de julho de 2001.

FREITAG, Bárbara. O mito da megalópole na literatura brasileira. **Tempo Brasileiro**. nº 132, jan-mar, 1998, p. 143-158. Disponível em: < <http://www.joaoalmino.com/SambaFreitag.html>>. Acesso em: 12 de abr de 2011

KOWARICK, Lúcio. **A espoliação urbana**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979. (pág. 29-53)

MARICATO, Ermínia. MetrÓpole, legislação e desigualdade. **Estudos Avançados**. V.17, nº 48, 2003, p.151-166.

ROLNIK, Raquel. **Estatuto da Cidade – instrumento para as cidades que sonham crescer com justiça e beleza**. 2001. Disponível em: < [http://www.polis.org.br/artigo\\_interno.asp?codigo=76](http://www.polis.org.br/artigo_interno.asp?codigo=76)>

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 5ª ed., São Paulo: edusp, 2009. (capítulos 8, 9, 10, 11, 12 e 13)

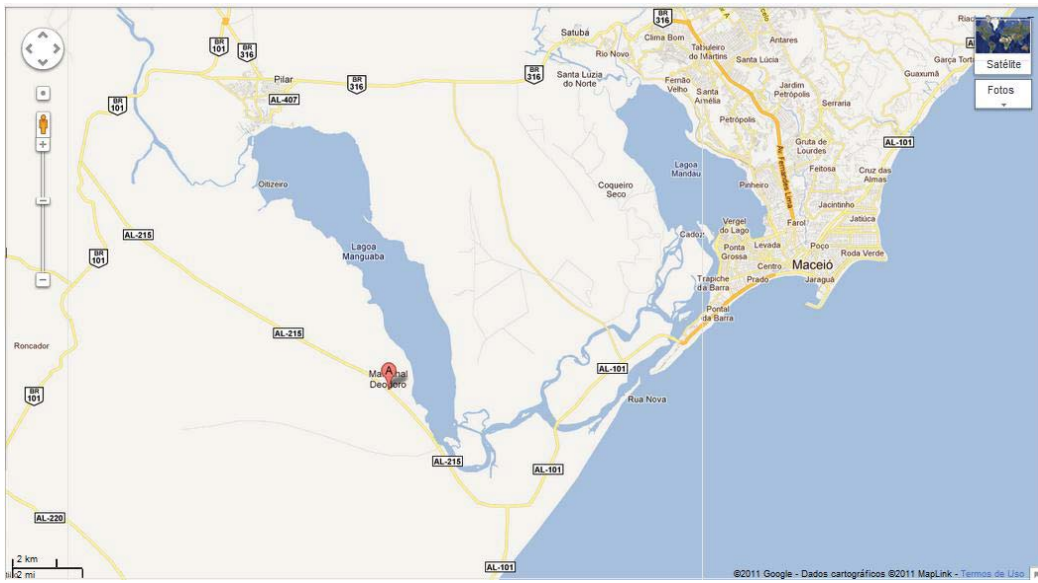
SOUZA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**. 5ªEd. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 2010. (Capítulos 8, 9, 10 e 11)

SOUZA, Marcelo Lopes de. **O desafio metropolitano : um estudo sobre a problemática sócio-espacial nas metrópoles brasileiras**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Berthand Brasil, 2005. (Parte II, capítulo 1 e 2)

VILLAÇA, Flávio. **As ilusões do Plano Diretor**. São Paulo: 2005. Disponível em: < [www.orgcidade.com.br](http://www.orgcidade.com.br)>

## ANEXO

Anexo 1: Localização do Município de Marechal Deodoro.



## IMPACTOS AMBIENTAIS E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA ZONA COSTEIRA DE MARECHAL DEODORO – AL

J. H. S. Silva<sup>1</sup>, A. L. Bastos<sup>2</sup> e M. Libos<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro <sup>3</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro  
jorgehenrique22@hotmail.com – adelmobastos@gmail.com – mlibos@gmail.com

### RESUMO

Marechal Deodoro possui uma área de 363,3 km<sup>2</sup>, distante 28 km da capital e faz parte da Mesorregião do Leste Alagoano, na Microrregião Geográfica da Grande Maceió. A Zona Costeira do município possui inúmeros recursos naturais interdependentes que interagem entre si tornando a região dotada em biodiversidade e particularidade. No entanto, devido à riqueza dos ambientes naturais disponíveis, as diversas atividades humanas têm intensificado o uso e exploração dessa região. A zona costeira deodoroense se tornou na atualidade alvo de grandes pressões antrópicas com reflexos impactantes nos diversos ecossistemas existentes. O objetivo desse trabalho foi o de identificar os principais processos que causam impactos, e analisar as suas consequências na zona costeira de Marechal Deodoro-AL. Por meio de subsídios (documentais, bibliográficos, diálogos informais e visitas *in loco*) reunidos, foi caracterizada a zona costeira deodoroense e analisados os impactos decorridos das diversas ações humanas. Em sua extensão a zona costeira de Marechal Deodoro apresenta diversos ecossistemas costeiros, típicos da faixa tropical da região nordeste do Brasil, com expressivas alterações naturais e antrópicas. Dentre as três praias deodoroenses alternam-se ecossistemas interdependentes, grau de vulnerabilidade e impactos ambientais característicos de cada ambiente. Nos primórdios a exploração da Mata Atlântica devastava os recursos naturais costeiros, já na atualidade o desenvolvimento de atividades turísticas e imobiliárias molda a paisagem ambiental, interfere no cotidiano das populações tradicionais e degrada a biodiversidade constituindo-se como principal vetor de intensificação de uso e exploração da região costeira do município

**Palavras-chave:** Zona costeira, Marechal Deodoro, impactos socioambientais, biodiversidade.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a pressão antrópica sobre os ecossistemas aumentou e mais da metade dos ecossistemas no mundo estão degradados tendo como consequência as evidências das mudanças climáticas e a perda da biodiversidade. Essa interação humana nos recursos ambientais, que implica em impactos, preocupa ainda mais quando previsto seu aumento nos próximos anos devido à exploração insustentável dos recursos, isso porque é deixada para segundo plano a resolução do dano causado durante o processo de beneficiamento do mesmo (BELCHIOR, 2008).

Além de diversos aspectos relacionados aos padrões de consumo e outros bens e serviços, acontece que as cidades crescem e expandem as áreas urbanas, trazendo consigo alterações e degradações no meio ambiente, e isso é ainda mais grave no litoral, onde tais procedimentos vinculados à vulnerabilidade dos ambientes naturais compõem um cenário de grandes impactos socioambientais negativos.

A realidade que se instala em Marechal Deodoro é que o município possui um riquíssimo sítio natural (compreendendo desde as nascentes que deságuam no Complexo Estuarino-Lagunar, maior e principal ecossistema do Estado, envolvendo matas, mangues, restingas, ilhas até seu litoral constituído por três praias) o que faz deste lugar um alvo para a exploração contínua de seus recursos. A zona costeira do município, composta pela Prainha, Praia do Saco da Pedra e Praia do Francês, dotada de uma grande biodiversidade tornou-se, na atualidade, alvo de grandes pressões antrópicas com reflexos impactantes nos diversos ecossistemas existentes.

Considerando os ecossistemas litorâneos impactados negativamente por bens e serviços, ações, atividades e pressões antropogênicas, verificou-se como o problema da pesquisa a ausência de planejamento ambiental para a zona costeira de Marechal Deodoro, que almeje seu uso sustentável através da garantia da integridade dos ecossistemas e a qualidade de vida da população.

Mesmo com a importância socioeconômica e ambiental, e toda degradação difundida são poucos os subsídios a tratar dos processos de expansão, com implicações no meio natural, no espaço geográfico de Marechal Deodoro e o crescimento do seu contingente urbano, particularmente no litoral.

O objetivo do trabalho foi o de identificar os principais processos que causam impactos socioambientais, e analisar as suas consequências na zona costeira de Marechal Deodoro-AL.

Desse modo, buscou-se alcançar metas sustentáveis de uso e ocupação dos ecossistemas, procurando ajustar as formas de desenvolvimento à integridade das diversas formas de vida interdependentes dos ecossistemas litorâneos, conforme a área delimitada para este estudo.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Impacto Ambiental

No art. 1º da Resolução CONAMA nº 001/86 impacto ambiental é definido como:

Qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam:

I – a saúde, a segurança e o bem-estar da população;

II – as atividades sociais e econômicas;

III – a biota;

IV – as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente;

V – a qualidade dos recursos ambientais.

Para Custódio citada por Ab'saber e Müller-Plantenberg (2006) na terminologia do direito ambiental a palavra impacto aparece como o sentido de “choque” ou “colisão” de substâncias, de

radiações, ou de formas diversas de energia, advindas da realização de obras ou atividades com danosa alteração do ambiente natural, artificial, cultural ou social.

No entanto, para se chegar ao resultado de atos antrópicos ofensivos ao meio ambiente, impactos ou danos ambientais, o processo de degradação perpassa por uma variedade de fatores interdependentes e, a evolução deste processo só vem agravar os métodos de mitigação que dependem de uma composição histórica.

Entre os impactos ambientais considerados indiretos, está o desmatamento da Mata Atlântica, que vem ocorrendo desde a época da colônia e o cultivo de cana-de-açúcar, juntamente com as demais atividades agroindustriais. Somados a estes impactos a grande quantidade de esgotos industriais e domésticos lançados no meio ambiente sem tratamentos adequados, decorrentes de obras e construções inadequadas. Todos estes impactos são decorrentes da falta de consciência ecológica. (CORREIA e SOVIERZOSKI, 2005, pg. 51).

Nota-se que daquela visão colonial, que os recursos naturais eram tidos como infinitos e que havia muito que se explorar, pouco se evoluiu, uma vez que a conquista predatória dos espaços litorâneos tem intensificado desde as últimas décadas. Dessa intervenção danosa atribui-se ao Estado (principalmente), por suas expressivas instalações e ineficiente política garantidora do direito que todos temos a um Meio Ambiente “ecologicamente equilibrado e essencial a sadia qualidade de vida”, permanecendo este como um agente significativo e comprovado de impactos negativos no patrimônio natural e cultural dessas regiões.

Segundo afirma Guerra (2006), a complexidade dos processos de impacto ambiental apresenta um duplo desafio, pois é preciso problematizar a realidade e construir um objeto de investigação; e articular uma interpretação coerente dos processos ecológicos (biofísico-químicos) e sociais à degradação do ambiente.

Sob este aspecto surge o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e seu respectivo Relatório de Impacto Ambiental (Rima). A obrigatoriedade desse instrumento constituiu um fator de preocupação mais séria com o meio ambiente por parte de todos no país. Serviu de base política que o Poder Público precisava para sensibilizar-se com as variáveis ambientais dos mais diversos projetos de empreendimentos, antes vistos pela técnica e viabilidade econômica apenas – interesse público. À sociedade, esse instrumento de prevenção do direito (ambiental) brasileiro excitou em uma maior participação nas discussões.

Para alguns teóricos do assunto a Avaliação de Impacto Ambiental (AIA) é um amplo processo que inclui instrumentos como o Estudo de Impacto Ambiental (EIA). Para outros, é uma das etapas de um processo mais amplo que consiste no EIA e, que por sua vez deve determinar, prever, interpretar, atenuar, monitorar os efeitos ambientais de uma atividade proposta, seja ela uma política, um programa ou um projeto (RIBEIRO, 2004).

Assim, sob a percepção de Ab’Saber e Müller-Plantenberg (2006) o objetivo central de um EIA é o de simplesmente evitar um projeto, obra ou atividade – ainda que justificado sob a esfera econômica – que decorra posteriormente em uma alteração no meio ambiente.

## 2.1 Problemática das Zonas Costeiras

As paisagens litorâneas resultam de variações do nível do mar ocorridas entre 7 e 2 mil anos atrás. Os movimentos transgressivos do mar são responsáveis pelo “afogamento” de rios, por deposições arenosas e pela variação do lençol d’água subterrâneo (lençol freático), o que traz o fechamento de estuários, originando lagoas, formas marcantes do território alagoano, recifes, cordões litorâneos, dunas, restingas e brejos (IMA/GTZ, 1994).

Os ecossistemas costeiros proporcionam uma rica potencialidade da qual abastecem as necessidades básicas do ser humano, que desde cedo preferiu ocupar-se destas zonas que abrigam

condições essenciais para outros sistemas interdependentes, ricas em biodiversidade e outros bens e serviços. Os sistemas naturais litorâneos fornecem, portanto, uma grande variedade de bens e serviços que, aliados a uma beleza única, transformam as zonas costeiras em atratores para a população mundial, tanto para a habitação permanentemente como para turismo.

A zona costeira tem naturalmente uma grande variedade de usos e ocupações servindo para diversas atividades humanas relacionadas com a produção de alimentos, o transporte, a energia, a recreação, turismo e o urbanismo. As maiores concentrações urbanas e complexos industriais localizam-se nessas áreas. Outras passam atualmente por um rápido e intenso processo de ocupação, colocando em risco diversos sistemas estuarinos ainda não degradados (NORMANDE, 2000).

Dentre os fatores naturais que interferem na dinâmica costeira, destacam-se a erosão, o assoreamento, a migração de dunas e a mortandade de peixes por processos naturais. Dentre fatores antrópicos que interferem na dinâmica costeira, destacam-se a construção desordenada, a expansão urbana, o lançamento de esgotos e lixo, o desmatamento da cobertura vegetal para a especulação imobiliária, a pesca predatória e inserção humana em meios preservados.

A tabela 1 referencia bens e serviços à importância ecológica e socioeconômica das Zonas Costeiras.

**Tabela 1 – Papel ecológico e socioeconômico da Zona Costeira**

<b>Papel Ecológico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centro de biodiversidade;</li> <li>- produtividade biológica;</li> <li>- berçário e área de alimentação de espécies;</li> <li>- proteger a linha da costa de processos e desastres naturais;</li> </ul>
<b>Papel Socioeconômico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pesca;</li> <li>- turismo;</li> <li>- agricultura;</li> <li>- atividades portuárias;</li> </ul>

## 2.2 Características da cidade de Marechal Deodoro

Localizado no Nordeste brasileiro, sob as coordenadas geográficas 09° 42' 36" S e 35° 53' 42", Marechal Deodoro faz parte da Microrregião Geográfica da Grande Maceió. Possui uma área de 363,3 km<sup>2</sup>, distando aproximadamente 28 km da atual capital do Estado (SEBRAE/AL, 1999). A zona costeira compreende três praias de grande atrativo natural, e, ainda interagindo junto a essa dinâmica de sistemas naturais há o Complexo Estuarino-Lagunar Mundaú-Manguaba, o mais importante ecossistema alagoano detentor de alta biodiversidade endêmica, embora, em sua maioria, ameaçada de extinção.

Por ser um município costeiro, a vegetação que se verifica na área é bastante variada. Marechal Deodoro, possui dunas, restingas, mangues e vestígios de Mata Atlântica (que possivelmente já cobriu por inteiro o município) cobrindo parte dos tabuleiros e encostas, embora esteja muito devastada, sobretudo em consequência da intensa expansão da cultura da cana-de-açúcar.

A bacia hidrográfica de Marechal Deodoro é representada pelos Rios Sumaúma, Estiva, e dos Remédios (os principais), além do Rio Utinga, Riacho Branco, os Riachos das Cabreiras, a Bica da Pedra, Rio Vermelho, Catita e o Açude Horizonte. Todos têm sua devida importância, porém o Rio Estiva é o rio mais importante por ser o que abastece a cidade.

O Complexo Estuarino-Lagunar Mundaú/Manguaba, CELMM (figura 1), é um sistema de corpos aquáticos naturais que possui duas lagunas costeiras, Mundaú e Manguaba, e uma zona de canais de acesso aonde chegam os rios Mundaú, Paraíba do Meio, Sumaúma e Remédios. O complexo conta com várias ilhas e uma parte estuarina comum a ambas as lagunas no deságüe no mar. Esse complexo está



enquadrado como estuarino-lagunar, pois constitui uma estrutura geológica com três subsistemas principais: o subsistema flúvio-lagunar e suas interações rio-laguna; a laguna central; e o subsistema de canais e suas interações estuário-mar (LINS, 2008).

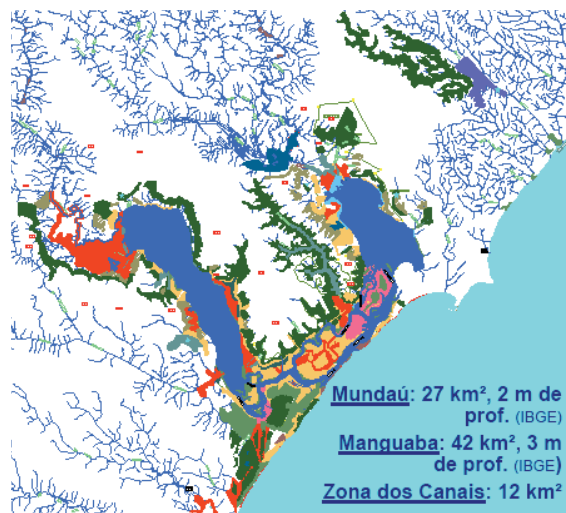


Figura 1 – O CELMM

Além de patrimônio natural, o município contribui significativamente para o desenvolvimento do estado sendo um dos que mais cresce economicamente e contribui com o PIB do estado. Das atividades que dilatam o desenvolvimento no município, destacam-se o turismo histórico, de praia e sol e, de veraneio, os investimentos infraestruturais e na indústria.

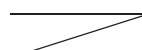
Até a década de 80, Marechal Deodoro se caracterizava como um típico município interiorano (como demonstra a tabela 2 – dados do IBGE). Daí em diante seu crescimento tomou impulso devido a demanda expansiva de novas áreas habitadas e o consequente desenvolvimento econômico que até hoje perseguem as cidades costeiras.

Tabela 2 – Crescimento da população deodorense

Ano	Total	Masculino	Feminino	Urbana	Rural
1970	14.724	7.250	7.474	5.481	9.243
1980	22.695	11.228	11.467	9.370	13.325
1991	24.810	12.241	12.569	14.658	10.152
2000	35.866	17.801	18.065	29.837	6.029
2005	42.110	20.900	21.210	35.031	7.079
2010	45.994	22.705	23.289	43.406	2.588

Sabe-se que para a população litorânea, o crescimento vem acompanhado pelo turismo e consequente especulação imobiliária que traz modificações nos aspectos naturais e paisagísticos, podendo provocar impactos significativos (degradação do Meio Ambiente) e constantes devido à urbanização acelerada e sem planejamento. Sob este aspecto, observa-se na tabela 3 uma amostragem da proporção das populações 2000-2010 frente à crescente urbanização e aumento da cidade e, o assíduo desfalecimento do campo.

Tabela 3 - Acréscimo/decréscimo das populações urbana/rural

	População Rural	População Urbana
		

2000	17%	83%
2010	5,6%	94,4%

Comprovou-se ainda que a proximidade à capital Maceió, a instalação do Pólo Cloroquímico de Alagoas (atual Distrito Industrial) e a construção da ponte Divaldo Suruagy na década de 70 foram fatores que contribuíram diretamente para o desenvolvimento de Marechal Deodoro datando ainda possíveis impactos, senão os primeiros em consideráveis proporções (após o período da colonização que resultou na quase extinção do Pau-Brasil), nos ecossistemas ali existentes (Mata Atlântica, mangues, restingas, lagoas, praias, solo, dentre outros sistemas interdependentes).

### 3. MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho é caracterizado como levantamento de dados e foi escolhida a zona costeira de Marechal Deodoro-AL para serem realizadas as pesquisas *in loco* que apontarão quais ações causou/está causando interferências nessa região.

Dessa forma, inicialmente fez-se um levantamento bibliográfico e documental procurando fundamentar as temáticas que embasam esse estudo; logo, buscou-se subsídios acerca dos ecossistemas costeiros deodorenses e as principais ações/atividades antrópicas e naturais que põe em risco o equilíbrio ambiental; por fim, as visitas *in loco* (aliadas a diálogos informais com setores públicos e privados, estudiosos/interessados da área, comunidade local e turistas, e produção de fotografias) possibilitaram a este estudo uma característica própria de dados e análises.

A área de estudo (figura 2) está situada na região de tabuleiro e planície litorânea em sua maior parte, e encontra-se sob influência marinha (IMA/GTZ, 1994).



Figura 2 – Área de estudo (região costeira de Marechal Deodoro)

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

#### 4.1 Consequências na Costa Deodorense

A zona costeira de Marechal Deodoro apresenta diversos ecossistemas costeiros, típicos da faixa tropical da região nordeste do Brasil, com expressivas alterações ambientais resultantes de diversos processos de impactos antrópicos. Dentre essa região alternam-se recursos naturais interdependentes, grau de vulnerabilidade e impactos socioambientais característicos de cada ação degradante os quais são retratados abaixo.

##### 4.1.1 Atividades Canavieiras

Observou-se que dentre os principais impactos ambientais causados pelas atividades canavieiras foram, principalmente, o desmatamento dos tabuleiros costeiros, os quais tiveram como consequência uma grande redução da cobertura vegetal nativa; os processos de erosão alterando expressivamente a composição dos solos; o lançamento sem qualquer tipo de tratamento de produtos e resíduos químicos e orgânicos havendo degradação direta e indireta das praias através do deságue dos rios contaminados por agrotóxicos e pesticidas. Esses dados corroboram com Ramos Filho (2007) ao estudar os impactos da expansão canavieira no Estado de São Paulo.

Nota-se ainda que a ocupação da cidade de Marechal Deodoro resultou em canaviais implantados nas matas de tabuleiros e encostas até as margens da Laguna Manguaba. Algumas destas áreas por sua vez logo cederam espaço para outras atividades somando ainda mais impactos, tem-se a este exemplo a implantação do Distrito Industrial de Marechal (figura 3) construído na região de tabuleiros costeiros, esta já suprimida e replantada com cana-de-açúcar.



**Figura 3 – Pólo Industrial de Marechal Deodoro**

#### **4.1.2 Obras de Engenharia e Construções Irregulares**

Observou-se que devido à construção de estradas, aterros, clubes, loteamentos e condomínios irregulares (e algumas vezes até regulares perante os órgãos responsáveis, mas irregulares perante as condições ambientais) é iminente o desmatamento, com a retirada da cobertura vegetal acarretando, em sua maioria, alterações irreversíveis nos ecossistemas atingidos; a retirada de areia dos tabuleiros principalmente para obras de infraestrutura pública e privada; em decorrência do lançamento de dejetos urbanos e industriais no meio ambiente, a biodiversidade é degradada comprometendo assim a fauna e a flora local. Outros impactos ocorrem devido à redução e/ou alteração nos cursos d'água com consequente assoreamento dos mesmos e a própria ocupação desordenada e sem planejamento que causa a devastação dos recursos naturais. Esses dados estão de acordo com Roth e Garcias (2009) ao estudarem as atividades da Construção Civil e a Degradação Ambiental no Brasil.

Nas áreas mais próximas a linha de praia, a especulação imobiliária tornou-se mais intensa nos últimos anos, destruindo áreas de restingas (figura 4) para a implantação de novos empreendimentos.



Figura 4 – Aterro da Restinga da Praia do Francês para construção imobiliária

#### **4.1.3 Pesca Predatória**

Como consequência da captura de tamanhos inferiores de pescado, bem como o uso de artefatos ilegais foi diagnosticado redução do estoque pesqueiro; e, devido a captura de fêmeas em períodos de desovas (crime de pesca em época proibida; defeso), além da pesca em locais indevidos presume-se o comprometimento do ciclo biológico das espécies e da dependência das populações pesqueiras. Outro fator preocupante observado é a prática predatória da pesca de arrasto onde apanham tudo o que a rede abarca e acabam não comercializando todo o pescado arriscando a biodiversidade marinha, além de gerar dano à economia local. Esses dados estão de acordo com Algostinho (2008) ao estudar os Aspectos Jurídicos da Pesca Predatória e a Lei de Crimes Ambientais no Brasil, e em especial no Estado de Santa Catarina.

#### **4.1.4 Exploração dos Recifes e Corais**

Observou-se que o impacto decorrido da retirada, pisoteio e exploração indevida dos ecossistemas recifais, implicou em grandes consequências ambientais, uma vez que este sistema é muito vulnerável e vem sofrendo há muito tempo com as diversas ações humanas; pela navegação e ancoragem inadequada (figura 5), devido a movimentação em áreas rasas das embarcações e o lançamento de âncoras causando a quebra dos corais tanto vivo quanto morto e a redução das áreas de arrecifes atingidos; a retirada de corais vivos e/ou mortos para diversos fins (captura, obtenção de cal, tráfico) além de causar um decréscimo de tamanho e quantidade nesses elementos naturais, resulta ainda na drástica alteração ecossistêmica dos recifes e corais.



Figura 5 – Ancoragem de barcos nos arrecifes da Praia do Francês

#### **4.1.5 Turismo Inadequado**

Verificaram-se várias atividades turísticas impactantes na região litorânea de Marechal Deodoro através de informações errôneas e roteiros que depredam os vários ecossistemas existentes resultado de guias turísticos despreparados e ausência de planejamento adequado para com um turismo ecológico; aumento da produção de resíduos devido à crescente urbanização costeira, ao mesmo tempo em que também há falta de tratamento e disposição correta dos resíduos; destruição e consequente redução, para construção de hotéis, bares e restaurantes em áreas principalmente ocupadas por mangues e restingas.

Dentre as atividades econômicas mais impactantes, mas que são essenciais ao desenvolvimento da região litorânea, encontra-se o turismo. Pode-se afirmar que a área costeira de Marechal Deodoro tornou-se o alvo de grandes empresas hoteleiras e construtoras com objetivos apenas de lucrar com a exploração do local, fazendo com que essas localidades se transformem em áreas urbanas de forma hostil. Esses dados corroboram com Giumelli e Polette (2008) ao estudarem para o litoral de Santa Catarina a utilização de indicadores para a análise da sustentabilidade em áreas turísticas.

Além da especulação imobiliária como ponto forte do turismo, as atividades turísticas de praia e sol geram também grande pressão nos ambientes naturais e alterações aparentemente imperceptíveis, sendo esta interação antrópica com o dinamismo natural causa de degradação ambiental (figura 6).



Figura 6 – Dinamismo da Praia do Francês

#### 4.1.6 Consciência Ambiental Incipiente

Pela insuficiente consciência ecológica no município de Marechal Deodoro constatou-se, entre os principais impactos, a destruição e poluição dos ecossistemas e ambientes costeiros tendo como consequência o consumo elevado, o desperdício, bem como a alteração e redução da biodiversidade e, perda da qualidade de vida das pessoas. Outras atividades predatórias aliadas à falta de consciência e atitude ambientalmente correta foram observadas e relacionadas, principalmente, com a retirada de exemplares vivos e/ou mortos da fauna e flora costeira causando lesões irreparáveis aos biomas, além da degradação da biodiversidade; e, a venda e comercialização de plantas, pássaros, peixes, corais, etc. acarretando na interferência em maior/menor grau nos ecossistemas costeiros.

### 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os impactos históricos negativos notáveis e significativos no município se caracterizam basicamente pela exploração da Mata Atlântica (degradação difundida em todo o litoral brasileiro, desde o período colonial), e mais tarde pela supressão da vegetação destinando áreas a plantação da cana-de-açúcar e outras culturas. Na atualidade o desenvolvimento de atividades turísticas e imobiliárias molda a paisagem ambiental, interfere no cotidiano das populações tradicionais e degrada a

biodiversidade constituindo-se como principal vetor de intensificação de uso e exploração da região costeira do município.

Ao se tratar desse litoral peculiar que há anos vem sofrendo e se demonstrando ao mesmo tempo encantador, nota-se a deficiência do cuidado para com a biodiversidade que, através do turismo e suas atividades, e de outros atos antrópicos ofensivos ao ambiente natural vêm aumentando os riscos de perda de seu potencial e qualidade ambiental carecendo de um plano de ação com vista na mitigação de impactos na área, ou mesmo que possibilite que seus recursos continuem sendo “explorados”, porém de forma consciente tanto pelo Poder Público como pela população.

Logo, o desafio é estabelecer um procedimento não só de preservação, mas principalmente de recuperação dos ecossistemas degradados e mais vulneráveis à pressão humana, cada vez mais necessários para o bem estar das populações. Assim, a formulação desse plano coerente que garanta o uso do espaço costeiro, baseado em considerações de sustentabilidade, apontará a direção na qual deveremos promover o desenvolvimento através do planejamento ambiental.

## REFERÊNCIAS

AB’SABER, Aziz Nacib; MÜLLER-PLANTENBERG, Clarita (Orgs.). **Previsão de Impactos**. 2. ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

ALGOSTINHO, Valmor. **Aspectos jurídicos da pesca predatória e a lei de crimes ambientais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito)-Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, Biguaçu, 2008.

BELCHIOR, Constança de Carvalho. **Gestão costeira integrada: estudo de caso do Projeto ECOMANAGE na região estuarina de Santos/São Vicente**. Dissertação (Pós-Graduação em Ciência Ambiental)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BRASIL. **Constituição Federal e Coletânea de Legislação Ambiental**. Resolução CONAMA 001 de 1986 – Dispõe sobre critérios básicos e diretrizes gerais para o Relatório de Impacto Ambiental – Rima. 7 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

CORREIA, Mônica Dorigo; SOVIERZOSKI, Hilda Helena. **Ecosistemas marinhos: recifes, praias e manguezais**. Maceió: EDUFAL, 2005. 55p. (Conversando sobre Ciências em Alagoas).

GIUMELLI, O. D.; POLETTE, M.. **A utilização de indicadores para a análise da sustentabilidade em áreas turísticas**. Trabalho apresentado no V SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

GUERRA, A. José T.; CUNHA, S. B. da (Org.). **Impactos ambientais urbanos no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

IMA/GTZ. **Guia do meio ambiente: litoral de Alagoas**. 2. ed. Maceió: Projeto IMA-GTZ, 1994.

LINS, S. B. (Coord). **Enciclopédia dos Municípios de Alagoas**. Maceió-AL: Instituto Arnon de Mello, 2008.

NORMANDE, E.. Meio ambiente estuarino-lagunar: complexo Mundaú-Manguaba. In: **Apoio à proteção ambiental em Alagoas: uma experiência de cooperação técnica**. Maceió: SEPLAN: IMA/GTZ, 2000.

RAMOS FILHO, L . Impactos da expansão canavieira em Ribeirão Preto. In: Seminário Brasileiro de Agroecologia, 5, 2007. **Anais... Revista Brasileira de Agroecologia** / out. 2007, v. 2, n. 2.

RIBEIRO, H. **Estudo de impacto ambiental como instrumento de planejamento**. In: PHILLIP JR., A.; ROMÉRO, M. A.; BRUNA, G. C. Curso de Gestão Ambiental. Barueri: Manole, 2004.

ROTH, C. G.; GARCIAS, C. M. Construção civil e a degradação ambiental. **Revista Desenvolvimento em Questão**, v. 7, n. 13, jan./jun. 2009, p. 111-128, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.

SEBRAE/AL. **Marechal Deodoro: Alagoas: perfil sócio-econômico**. PRODER (Programa de Emprego e Renda). Maceió: SEBRAE, 1999 (**Série PRODER**).

## LEVANTAMENTO DAS CONDIÇÕES SANITÁRIAS DOMICILIARES DO MUNICÍPIO DE MIGUEL LEÃO - PI

Z. N. C. F. Mendes<sup>1</sup> e C. A. C. Tomaz<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina Central  
zilvanataliacelho@hotmail.com – Ceci\_cisne@hotmail.com

### RESUMO

As condições higiênico-sanitárias domiciliares são de fundamental importância no que se refere ao bem-estar. A partir da higienização evita-se a proliferação de doenças e em decorrência disto é visto o aumento da qualidade de vida das populações. O objetivo deste artigo foi averiguar as condições sanitárias e higiênicas das residências localizadas na zona rural do município de Miguel Leão do Piauí. Os dados foram gerados a partir da aplicação de questionários às famílias residentes no município. As perguntas baseavam-se na ausência ou presença de sanitários, fossas sépticas, rede de abastecimento de água, rede coletora de esgotos, pias de cozinha, lavatórios, reservatório de água, filtros domésticos, etc.

**Palavras-chave:** saneamento, Miguel Leão, domicílios, condições sanitárias.



## 1. INTRODUÇÃO

Em termos de Brasil viu-se o crescimento das cidades em descompasso com o nível de infra-estrutura básica, ocasionando assim desigualdades, exclusão social e local de morada insalubre.

As classes populares viam-se de fora da assistência dos serviços urbanos mais básicos. Segundo o Ministério das Cidades (2010), as cidades brasileiras abrigavam, há menos de um século, 10% da população nacional. Atualmente são 82%. Incharam, num processo perverso de exclusão e de desigualdade. Como resultado, 6,6 milhões de famílias não possuem moradia, 11% dos domicílios urbanos não têm acesso ao sistema de abastecimento de água potável e quase 50% não estão ligados às redes coletoras de esgotamento sanitário.

As epidemias provocadas por veiculação hídrica são as de maiores impactos na sociedade, exigindo respostas urgentes do Poder Público. No entanto as doenças provocadas por indivíduos entéricos, causadas pela falta de higiene, são as que mais atingem as populações de baixa renda, limando assim a resistência das pessoas, deixando-as sujeitas a outras enfermidades. Com isso essas doenças sobrecarregam os serviços de saúde e diminuem a produtividade de trabalho de pessoas atingidas.

As condições sanitárias adequadas das residências são de grande importância para que se tenha uma vida saudável, sendo indispensável para a atuação de profissionais da saúde pública, e responsável ainda por uma melhoria no bem-estar das famílias, na medida em que a higienização evita o aparecimento de doenças.

Este estudo teve como objetivo averiguar as condições sanitárias e higiênicas das residências localizadas na zona rural do município de Miguel Leão, Piauí, para posteriormente serem executadas melhorias a partir das necessidades identificadas, levando-se em consideração a cultura local, bem como as tecnologias adequadas às instalações e a disponibilidade dos recursos. Os resultados advindos desta pesquisa poderão servir de base para projetos de melhorias, futuros, fornecendo um número maior de informações em relação às residências fiscalizadas.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

O saneamento contempla cinco grandes aspectos: abastecimento de água; coleta e tratamento de esgotos; controle de vetores de doenças; disposição final de resíduos sólidos urbanos; e drenagem. Em regiões urbanas as atividades destinadas à promoção do saneamento ambiental devem incluir a proteção à qualidade do ar e das águas, repercutindo favoravelmente sobre a saúde humana (RIBEIRO, 1998).

De acordo com OPAS (2007), saneamento básico é o conjunto de ações que se executam no âmbito do ecossistema humano para melhoramento dos sistemas de abastecimento de água, coleta de esgoto, o manejo dos resíduos sólidos, a higiene domiciliar e o uso industrial da água, em um contexto político, legal e institucional no que participam diversos atores no âmbito nacional, regional e local. Este conjunto de ações mantém uma inter-relação permanente entre a gestão do saneamento básico e a saúde pública.

Segundo a OMS (Organização Mundial de Saúde), saneamento é o controle de todos os fatores do meio físico do homem, que exercem ou podem exercer efeitos nocivos sobre o bem-estar físico, mental e social. De outra forma pode-se dizer que o saneamento caracteriza o conjunto de ações sócio-econômicas que tem por objetivo alcançar a Salubridade Ambiental.

SACCO (2003) utiliza dados do Censo 2000 para dar uma idéia da situação do saneamento no Brasil. A autora aponta que 8,3% dos domicílios, ou seja, 3.705.308 casas, não possuem qualquer forma de banheiro. Diante de tal quadro, as doenças causadas pela ausência de boas condições de saneamento ainda são um problema para o país. SACCO (2003) mostra que entre 1996 e 2000, o Sistema Único de Saúde registrou três milhões de internações por doenças causadas pela falta de saneamento. Além

disso, em 1999, sete mil pessoas morreram de diarreias e outras oito mil morreram em virtude de outras doenças causadas pela falta de saneamento.

Esses números demonstram a importância do saneamento básico para a saúde pública. REBOUÇAS (2003), vem complementar essas informações com números da Organização Mundial de Saúde (OMS), segundo os quais, cada dólar investido em saneamento implica na redução de, aproximadamente, 4 a 5 dólares em despesas médicas. REBOUÇAS (2003) afirma, também, que 11 milhões de brasileiros não têm acesso à água distribuída pelas empresas de saneamento brasileiras e 40 milhões de pessoas recebem água de forma intermitente, ou não podem confiar em sua qualidade. Por outro lado, de 40 a 60% da água produzida nos sistemas de saneamento do país se perdem nas redes de distribuição.

Ribeiro (1998) em uma análise minuciosa diz que a proliferação de doenças e epidemias decorre diretamente da precariedade dos serviços de saneamento, quando agravado pela carência de controle de vetores. De acordo com isso as condições insuficientes de saneamento básico causam taxas significativas de mortalidade ocasionadas por doenças infecciosas e parasitárias.

O tratamento de esgotos e a disposição final de resíduos sólidos urbanos constituem sérios problemas para muitos municípios que, entretanto, podem equacioná-los individualmente ou por meio de associações e consórcios intermunicipais. A administração municipal assume a operação dos sistemas de água, esgoto e lixo, ou concede para operação por terceiros. A dimensão ambiental deve estar sempre incorporada à prestação dos serviços. (RIBEIRO, 1998).

A utilização do saneamento como instrumento de promoção da saúde pressupõe a superação dos entraves tecnológicos políticos e gerenciais que têm dificultado a extensão dos benefícios aos residentes em áreas rurais, municípios e localidades de pequeno porte (FUNASA, 2007).

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 Geral:**

Fazer o levantamento das condições sanitárias domiciliares da zona rural do município de Miguel Leão- Piauí.

#### **3.2 Específicos:**

Identificar domicílios com ausência de banheiros;

Despertar nos moradores a consciência da importância de saneamento básico;

Proporcionar ações de atenção integral à saúde dos moradores de Miguel Leão, respeitando seus aspectos culturais e geográficos.

### **4. METODOLOGIA**

A avaliação constituiu-se na aplicação de 56 (cinquenta e seis) questionários às famílias distribuídas em um único povoado da zona rural do município de Miguel Leão. O questionário foi dividido em três módulos de perguntas. O primeiro abarcava os seguintes quesitos:

- Se possuíam abastecimento coletivo de água;
- Ligados à rede municipal;
- Domicílios com poço próprio;
- Domicílios que se abastecem em outras fontes;
- Domicílios com banheiros;
- Domicílios com lavatório;

- Domicílios com pia de cozinha;
- Domicílios com reservatório de água;

No segundo módulo as perguntas referiam-se a:

- Destino dos dejetos;
- Se possuíam rede de esgoto;
- Se a rede tinha tratamento;
- Domicílios com rede de esgotos ligada ao município;
- Domicílios com privada (fossa seca ou vaso sanitário);
- Domicílios com fossa séptica
- Domicílios com sumidouro (poço absorvente)
- Outros;

E finalizando no terceiro módulo:

- Se possuíam coleta pública de lixo;
- Qual o destino final do lixo;
- Se existia sistema de acondicionamento do lixo;

As visitas de campo foram realizadas em conjunto com o agente de saúde do município, sendo que foram cedidos 2(dois) carros, pela prefeitura, para que se tivesse acesso às localidades. Foram investigados os principais aspectos relacionados às condições higiênicas dos domicílios tais como a presença de banheiros, lavatórios para mãos e rosto, chuveiros, vasos sanitários, pias de cozinha, tanque pra lavar roupas, fossas sépticas, fossas seca, filtros domésticos, reservatório de água, rede coletora de esgotos. Foi feito o georreferenciamento das residências visitadas através da coleta de pontos com o GPS (Sistema Global de Posicionamento), utilizando-se o Datum UTM 23S. Ainda registrou-se por meio de máquina fotográfica a estrutura das residências, bem como os espaços que serviam de banheiros. Os dados foram coletados baseando-se no roteiro de vistorias da FUNASA (Fundação Nacional de Saúde) de 2004.

## 5. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Miguel Leão é um município brasileiro do estado do Piauí. Está localizado a 88 quilômetros da Capital Teresina, a uma latitude 05°40'50" sul e a uma longitude 42°44'19" oeste, estando a uma altitude de 185 metros. A criação do município está diretamente ligada à figura do comerciante Miguel de Arêa Leão nos anos de 1930 que instalou ali uma fazenda de gado e uma pequena indústria para fabricação de aguardente e rapadura, além de beneficiamento de madeira e algodão. A atividade de Miguel Área Leão empregava cerca de 150 pessoas. A maioria das famílias foi atraída pelo emprego e lá fixaram residência, iniciando assim um pequeno povoado que foi se desenvolvendo. Sua população está estimada em de 1.194 habitantes. Possui uma área de 100,41 km<sup>2</sup>. Foi elevado à categoria de município e distrito com a denominação de Miguel Leão, pela lei estadual nº 2351, de 05 de dezembro de 1962, desmembrado de Guadalupe. Sede no atual distrito de Miguel Leão, ex-povoado. Constituído do distrito sede, instalado em 30 de dezembro de 1963.



Figura 1: vista aérea do município de Miguel Leão, Piauí. Fonte: Google Earth

## 6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram aplicados 56 (cinquenta e seis) questionários na zona rural do município de Miguel Leão, somando um total de 123 habitantes. Os questionários foram divididos em três módulos de perguntas: abastecimento de água, destino dos dejetos e destino do lixo. Havia 61 (sessenta e uma) residências neste bairro e 5 (cinco) não contavam com nenhum membro da família para responder ao questionário. No tocante ao abastecimento de água constatou-se que 40 (quarenta) famílias beneficiavam-se deste, sendo de responsabilidade da Prefeitura, e de proveniência de caixas d'água, mas esta não possuía nenhum tratamento, fixando-se assim um percentual de 71% dos domicílios ligados à rede pública (ver Figura 2).

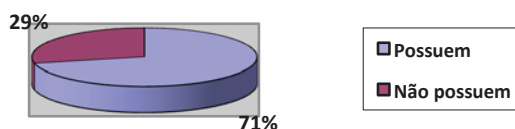
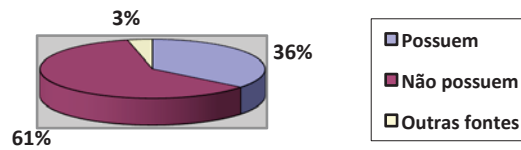


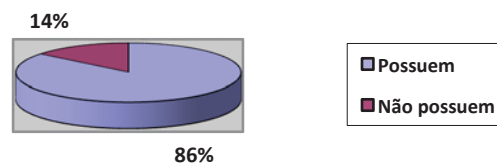
Figura 2 – Gráfico da porcentagem dos domicílios ligados à rede de água

No que se remete a ausência ou presença de poço próprio 20 (vinte) domicílios apresentaram-no, fechando um percentual de 36% em detrimento de 4 (quatro), que se abasteciam em outras fontes (ver Figura 3).



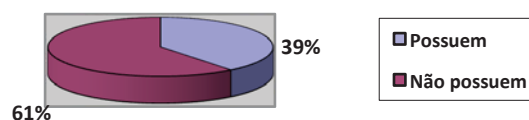
**Figura 3 – Gráfico da porcentagem de domicílios com poço próprio**

Em se tratando do quesito “domicílios com banheiros”, foi percebido que 48 (quarenta e oito) possuíam, gerando um total de 86% (ver Figura 4). Dessa forma notou-se que a grande maioria era portadora do item, o que mostra certo avanço em se tratando de melhorias sanitárias, já que o que está em questão é a zona rural.



**Figura 4 – Gráfico da porcentagem de domicílios que possuem banheiro**

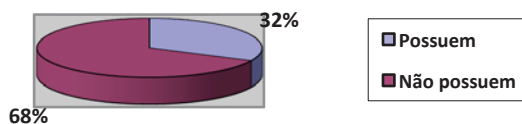
Do total de 56 residências, 22 (vinte e duas) apresentaram lavatórios para mãos e rosto fixando-se assim um percentual de 39% (ver Figura 5). A partir deste resultado ver-se que a maioria apresenta deficiência do item.



**Figura 5 – Gráfico da porcentagem de domicílios que possuem lavatórios**

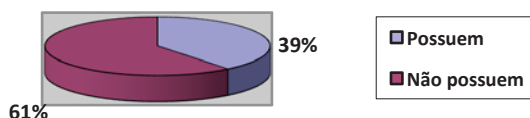
Referindo-se a filtro doméstico, 18 (dezoito) famílias afirmaram possuí-lo, formando uma porcentagem de 32%, em contrapartida, 68% dos domicílios carecem do item (ver Figura 6). Dessa

maneira percebe-se que a maioria das famílias não tem acesso à água de qualidade, podendo assim aumentar o nível de doenças veiculadas pela água não tratada.



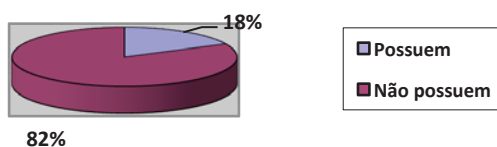
**Figura 6 – Gráfico da porcentagem de domicílios com filtro doméstico**

No item “pias de cozinha” ,22 (vinte e duas) casas disseram possuí-la, fixando um índice de 39% (ver Figura 7).



**Figura 7– Gráfico da porcentagem de domicílios com pia de cozinha**

Reportando-se agora a domicílios com reservatório de água, viu-se que apenas 10 (dez) casas o apresentaram em suas instalações, gerando um índice percentual de 18% (ver Figura 8).

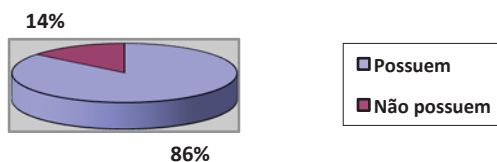


**Figura 8 – Gráfico da porcentagem de domicílios com reservatório de água**

Remetendo-se agora ao destino dos dejetos, nenhum domicílio questionado apresentou rede coletora de esgotos e conseqüentemente o mesmo não apresentava tratamento, fechando-se assim um percentual de 0% para ambos os quesitos. Seria necessário o tratamento desses esgotos na medida em

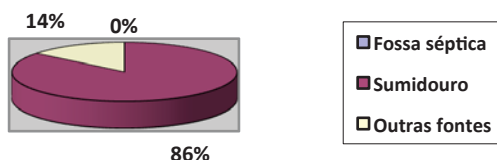
que uma rede sem tratamento facilita a proliferação de doenças, interferindo na qualidade de vida da população.

Referindo-se a domicílios com privada 48 (quarenta e oito) apresentaram o item gerando um total de 86% (ver Figura 9).



**Figura 9 – Gráfico da porcentagem de domicílios com privada**

Nenhum domicílio apresentou a fossa seca como destino dos dejetos, formando um percentual de 0%, sendo também que nenhum apresentou fossa séptica, e em decorrência 48 (quarenta e oito) responderam usar sumidouros (poços absorventes), fixando um percentual de 86%, finalizando o segundo módulo com 8(oito) domicílios utilizando a opção “outros” como destino de seus dejetos, totalizando assim 14% (ver Figura 10).



**Figura 10 – Gráfico da porcentagem do destino dos dejetos**

No terceiro módulo de perguntas denominado “destino do lixo” todas as residências afirmaram não possuir coleta pública, sendo que o lixo era queimado ou enterrado nos quintais das casas, sem nenhum sistema de acondicionamento ou tratamento, formulando-se um percentual de 0% para os quesitos citados. A situação assim piora, pois o lixo acumulado antes da queima é o ambiente adequado para a proliferação de insetos e roedores, como baratas, mosquitos e ratos, que são vetores de doenças como a dengue, a febre amarela e a leptospirose. Se depositado no leito dos rios, o lixo pode provocar assoreamentos e conseqüentemente, enchentes e contaminação da água, afetando o meio ambiente e a saúde das populações ribeirinhas. Se o destino do lixo for a queima a céu aberto, novamente o impacto é negativo tanto para as pessoas como para a natureza: a queima lança no ar dezenas de produtos tóxicos, que variam da fuligem, que afeta os pulmões, e as dioxinas, resultantes da queima de plásticos, que são cancerígenas.

## 7. CONCLUSÃO

A partir dos dados coletados na zona rural do município de Miguel Leão do Piauí, foi verificado que a quase totalidade dos domicílios apresentaram falha em algum item questionado. A maioria das residências possuía banheiros, e por este entendem-se as instalações que permitam o banho com água corrente (chuveiro) ou com caneca e cuia. Notou-se que as famílias necessitam de maiores informações acerca das questões sanitárias e higiênicas, pois algumas das vezes afirmavam dá prioridade para coisas fúteis, pondo de escanteio a sua própria saúde ao não possuírem as condições sanitárias mínimas pra se viver com qualidade, na medida em que não possuíam nenhum instrumento de tratamento de água e esgotos.

O resultado desta pesquisa mostra que o tema educação sanitária ainda deve ser bastante disseminado entre esses habitantes, e o termo higienização precisa ser fixado na mente dessas pessoas, por estas não se atentarem ao fato de que para se viver bem é necessário saúde, sendo que no caso deste artigo, este conceito advém de condições sanitárias mínimas. Então percebe-se que para isso torna-se necessário que o “conhecimento” chegue a essas famílias, já que esses habitantes residem em áreas rurais distantes do pólo administrativo, o que torna a questão um tanto problemática pela falta de comunicação entre Prefeitura e moradores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROSO, Luis Roberto. Saneamento básico: competências constitucionais da União, estados e municípios. **Revista Diálogo Jurídico**, Salvador, CAJ – Centro de Atualização Jurídica, n. 13, abr./maio 2002. Disponível em: <<http://www.direitopublico.com.br>>. Acesso em: 26 de set. de 2011.

DUARTE, Fábio. **Planejamento urbano**. Curitiba: Ibpex, 2007

ESREY, A. S. Habich JP. **Epidemiologic evidence for health benefits from improves water and sanction in developing countries**. *Epidemiol Rev*, 1986.

Fundação Nacional de Saúde. **Manual de saneamento**. 3. ed. rev. - Brasília: Fundação Nacional de Saúde, 2004.

LAZZARINI, Marilena. O saneamento e os consumidores. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Desenvolvimento Urbano – SEDU/PR. Programa de Modernização do Setor Saneamento – PMSS. **O pensamento do setor saneamento no Brasil: perspectivas futuras**. Brasília, dez.2002.

MIGUEL LEÃO - PI. **Histórico**. Disponível em<  
<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=220630#>>. Acesso em 28 de set 2011.

OLIVEIRA, Anderson Luis Silva de. **Saneamento Básico no Brasil: Limites e possibilidades e atuação do setor privado**. Dissertação (Mestrado) – UFBA. Salvador, 2004.

OPAS- Organização Pan-Americana de Saúde nas Américas: 2007 Washington, D.C.: OPAS, 2007. 2. v (OPAS. Publicação Científica e técnica, n.622). Disponível em: <<http://www.opas.org.br/publicmo.cfm?código=97>. Acesso em 9 de out 2011.

REBOUÇAS, Aldo, **“O paradoxo brasileiro”** in Cadernos Diplô, “A disputa pelo Ouro Azul” Le Monde diplomatique, 2003.

RIBEIRO, Mauricio Andrés. **Município e meio ambiente**. 2.ed., revista e atualizada. Belo Horizonte: Fundação Estadual do Meio Ambiente, 1998.

SACCO, Denise, **“A esperança nacional”** in Cadernos Diplô, Le Monde diplomatique, 2003.



## NOVOS SIGNIFICADOS DO ESPAÇO URBANO: UMA ANÁLISE A PARTIR DO NORTH SHOPPING EM FORTALEZA-CE

Tiago Estevam Gonçalves<sup>1</sup> e Tatiane Rodrigues Carneiro<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Ceará– Campus Umirim e <sup>2</sup> Universidade Federal do Ceará  
tiagoestevam@yahoo.com.br – tatianecarneiro@gmail.com

### RESUMO

Dada a importância dos shopping centers, destacamos esses empreendimentos do setor terciário em nosso estudo. Esses equipamentos que oferecem no mesmo espaço: comércio, serviços e lazer têm atraído um grande número de frequentadores tanto em Fortaleza como nas cidades brasileiras. Nesse contexto, o objetivo desse artigo é estudar o North Shopping, na cidade de Fortaleza e suas implicações nas novas dimensões do espaço público e privado. No desenvolvimento teórico desta pesquisa estarão inseridos os conceitos: atividades terciárias, comércio, shopping center, cidade e espaço urbano. No que tange as mudanças no cotidiano na cidade de Fortaleza a partir da implantação do North Shopping resultou em novas dimensões de análise do espaço público e privado.

**Palavras-chave:** espaço urbano, espaço público, North Shopping.

## 1. INTRODUÇÃO

A cidade como resultado das novas relações sociais tem sido palco de constantes alterações que produz e reproduz novas configurações espaciais. O espaço da cidade com suas materializações incentivadas pelos avanços técnicos e científicos têm imprimido inovações no cotidiano do modo de vida urbano.

As atividades econômicas ligadas ao comércio sempre foram um elemento impulsionador de desenvolvimento urbano. Dentre estas atividades comerciais, temos como objeto de estudo o North Shopping, um dos mais importantes shoppings da cidade de Fortaleza.

Nesse sentido, na cidade de Fortaleza em meio à diversificação das atividades econômicas e expansão urbana surgem os shoppings centers, estes, por sua vez, geraram e geram transformações no espaço urbano.

Fortaleza teve a implantação do primeiro shopping center em 1974, o Center Um, localizado no bairro da Aldeota, um dos primeiros núcleos comerciais da cidade, a partir dessa década a capital cearense aos poucos deixa de ser monocêntrica (um centro comercial) transformando-se em policêntrica (vários centros comerciais).

Na década de 1980, nasce na zona leste da cidade o shopping Iguatemi, sendo um shopping inserido em uma nova área incorporada ao capital imobiliário-comercial, e que aos poucos modificou o espaço urbanístico da metrópole, dando origem a uma nova centralidade em seu entorno.

Já o North Shopping, surge em 1991, localizando-se em uma das principais vias de Fortaleza, na Avenida Bezerra de Menezes, sendo também um novo equipamento de atividades terciárias provocou uma dinâmica comercial na zona oeste da cidade. No final do século XX, tivemos o aparecimento de muitos shoppings, principalmente nos bairros de classe média alta. Contudo, os principais equipamentos são: Iguatemi e North Shopping.

Nessa perspectiva temos como objetivo analisar o North Shopping como espaço de consumo em que estão imbricadas contradições que possibilitam uma nova leitura no que tange a ressignificações do espaço público e privado, bem como no processo de construção da modernidade da sociedade urbana fortalezense, compreendendo como o moderno pode a partir de símbolos e signos gerar espaços dicotômicos de inclusão e exclusão.

Diante disso, nossos questionamentos são: Como podemos considerar popular este espaço privado, já que sua dinâmica está baseada na lógica do capital, através do consumo do espaço ou espaço de consumo? Como esse espaço fechado (privado), pode tornar-se um espaço democrático (público), onde todas as classes sociais podem caminhar pelos seus corredores e sentir-se confortável? Como este shopping através de suas estratégias de símbolos pode incluir ou excluir? Como este equipamento consegue atrair o maior número de pessoas anualmente, sendo o maior shopping de Fortaleza em termos de vendas?

Partindo dessas inquietações, consideramos importante estudar como este espaço se incorpora ao urbano de Fortaleza. E no qual consegue ter uma “boa” imagem criada pela publicidade e propaganda; espaço que todos podem consumir sem constrangimentos. Por isso é fundamental pensar o que é popular, já que o shopping é formulado para ser um contraponto do público (popular), das áreas centrais tradicionais. Pensar também até onde podemos considerar o North Shopping, como *locus* de inclusão ou exclusão social.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

Os procedimentos metodológicos são etapas mais concretas de investigação, com finalidade mais restrita em termos de explicação geral dos fenômenos. Dir-se-ia até serem técnicas que,

pelo uso mais abrangente, se erigiram em métodos. Pressupõem uma atitude concreta em relação ao fenômeno e estão limitados a um domínio particular.

Neste contexto, para o desenvolvimento da pesquisa, destacaremos as seguintes etapas metodológicas que farão parte da estrutura do trabalho, facilitando por sua vez a construção e aprofundamento do debate a respeito da temática. Assim os procedimentos metodológicos encontram-se divididos em: a primeira parte que tem como pressuposto a apresentação do aporte teórico, ou seja, pesquisa bibliográfica; a segunda é a pesquisa de material documental, e por fim entrevistas.

Iniciamos a pesquisa com a busca de material bibliográfico: utilização de livros, dissertações e teses, no qual direcionaram algumas teorias e os conceitos essenciais à realização do estudo. Dentre as obras mais relevantes destacamos as seguintes: Pintaudi e Frúgoli Júnior (1992). Estes autores trazem a tona a temática shopping. Pintaudi (1992) discute o surgimento dos shoppings no Brasil e a relação destes com a concepção de modernidade. Destaca também, a condição do surgimento destes em um período conturbado de nossa história, que mesmo diante de questões socioeconômicas conseguiu se estabelecer com espaço moderno para o consumo. Inicialmente as classes mais abastadas foram as que mais se utilizaram deste espaço. Outra questão que destaca é o papel feminino no crescimento dos shoppings. Frúgoli Júnior (1992) debate uma concepção antropológica, discute a questão do lazer e sociabilidade, destaca a questão simbólica do consumo.

Uma outra obra que tivemos acesso foi de autoria de Padilha (2006), que traz a tona à temática shopping numa abordagem crítica. Ao estudar o shopping encontra-se neste um paradigma da “sociedade do consumo” um espaço no qual faz parte da lógica social do consumo nas sociedades capitalistas. No shopping temos a presença abundante de mercadorias é tanto que Padilha (2006) designa tal espaço de catedral das mercadorias. Ao entrar no shopping percebemos sua distinção do Centro tradicional através da exuberância das vitrines que apresentam as mercadorias como se cada uma delas fossem únicas. A partir desses “espaços da felicidade” evidencia-se a contradição de nossa sociedade com altos índices de produção ao mesmo tempo com alto índice de pobreza. Este contexto social, faz parte da contraditória sociedade capitalista. Esta autora nos auxiliará teoricamente para questões relacionados aos aspectos da estrutura interior do North Shopping, e na discussão dicotômica entre espaço popular e seletivo, assim como espaço privado e público.

### **3. ESPAÇO PÚBLICO E PRIVADO: NOVAS DIMENSÕES DE ENTENDIMENTO**

Os shopping centers transformaram o ritmo de vida tradicional. Aos poucos se apresentaram como forma moderna de lazer e consumo, segura sem violência atraiu as pessoas a frequentarem seus espaços privados (fechados), assim as atividades como: de caminhar nas calçadas, ruas, praças (espaços públicos) e o acompanhamento das coisas simples do mundo vivido, deixaram aos poucos de fazer parte do cotidiano.

Assim tem-se percebido que esses equipamentos com incentivo de capital comercial imobiliário e do Estado tem gerado consequências tanto no urbano quanto ao modo de viver. Ao tratar de espaços públicos, remetem-se aos espaços urbanos, geralmente abertos de uso coletivo e não-privado. O conceito de espaço público refere-se às áreas urbanas utilizadas pela coletividade, da maioria, a priori, irrestrita. Nesse sentido, abrange ruas, becos, lagos, praças e espaços afins que conformam a estrutura urbana não-privada (ALMEIDA, 2006).

A partir da Geografia do Comércio, tendo como exemplo os shopping centers, apresentamos características por sua vez do North Shopping analisando aqui o espaço público a partir da sua relação com os espaços privados. Destacamos que não temos como intuito definir o que é espaço público, embora tenhamos algumas sentenças sobre este conceito, mas destacamos como análise o espaço público e privado correlacionando com os shopping centers.

Os shoppings são, agora, lugares onde cada vez mais se busca o consumo, o lazer e os contatos, com conforto e segurança. O contraponto da rua. Espaços criados e recriados, a todo instante,

como símbolos maiores do avanço do privado sobre o público (do avanço da lógica capitalista que ao mesmo tempo incentiva a todos ao consumo e seletiva aqueles que podem realizar compras, lazer nestes espaços privados criados para atender ao consumo, lazer e serviços diversos) (FERREIRA, 2002, p.43).

Adentrando nesta perspectiva dos shoppings, autores como Carlos (2004) destaca que os shopping centers são espaços semi-públicos, já Spósito (1998) afirma que os shoppings são espaços privados de uso coletivo, para Padilha (2006) são espaços pseudopúblicos. Neste contexto, podemos afirmar que o shopping center é espaço privado que apresenta uma “coletividade isolada”.

Ressaltamos que ao entrarmos nos shoppings pensamos que são públicos por serem espaços que teoricamente todos podem entrar, desde que estejam no padrão de imagem aceitável. Daí Padilha (2006) coloca que ele se traveste de público. Presenciamos que nestes espaços de propriedade privada de uso coletivo que são mundos construídos (intramuros). É como afirma Frúgoli Júnior (1992) privilegia a privatização, acentua as exclusões sociais, cria enfim, uma cidade apartada, restrita, “intramuros”. Ainda que isso não signifique, obviamente, o “fim do espaço público”, apontamos uma redução considerável da diversidade e heterogeneidade dos espaços de interação social intercalasses.

Lógica do processo produtivo vigente, os shoppings centers são um contraponto do desaparecimento de uma parte significativa dos espaços públicos. Temos percebido assim, a proliferação destes espaços privados de uso coletivo, baseados no discurso da segurança, comodidade, para a recreação de atividades urbanas. Assim, o comércio e lazer que envolvem políticas de reprodução de espaços privados de uso coletivo se refletem no esvaziamento dos espaços públicos, que tornam-se locais de passagem impulsionados pelo novo ritmo de vida urbana (ALMEIDA, 2006). Então, parques, praças e bairros que detinham uma vivência coletiva têm se transformado significativamente.

A “nova cidade” que surge está baseada, na privatização dos espaços, no detrimento dos espaços públicos e no novo homem - o homem moderno, através da relação moderna do consumo e do sentir-se bem, incentivado é claro pelo sistema capitalista no qual o shopping tornou-se um meio e um fim para a acumulação.

O shopping center configurou-se como um novo espaço de consumo que agregou o lazer, cuja eficácia era e é tão grande que hoje cidadãos confundem-se com consumidores. Os shopping centers foram se transformando em novas cidades, e seus freqüentadores em novos cidadãos, cujos direitos e deveres vinculam-se ao consumo de bens, serviços e imagens (PADILHA, 2006, p.60).

Neste contexto, Padilha (2006) coloca que, os shopping centers aparecem como espaços privados redesenhando deste modo, a geografia das grandes cidades brasileiras e desarticulando as áreas públicas em favor daquela em que reina mercantilização ou coisificação. Levando o cidadão à não ser mais cidadão, e sim levando-o a ser consumidor ou simplesmente coisa.

Por isso Gomes (2002, p.187) diz que:

Nessas “ilhas utópicas” é o padrão monetário que determina a possibilidade de ingresso. Por isso, tantas vezes se confunde a idéia de ter direitos com o fato de apresentar signos sociais que demonstrem um certo padrão de consumo. Definitivamente, as noções de cidadão e consumidor se associam e se misturam. De certa forma, essa associação é moeda corrente em uma sociedade caracterizada pela enorme desigualdade econômica e ocorre em

todos os lugares onde as distinções sociais são necessárias para demarcar uma hierarquia ou a posse de uma cidadania efetiva.

Pintaudi (1992) diz que, as relações que se estabelecem nos shopping centers entre os “iguais” e que não existe o diferente, eles estão excluídos, o diferente pertence à rua, que é pública, não ao espaço que parece público, mas na verdade é privado. Ele pretende ser uma cópia da rua, mas que não é porque não chove, a luminosidade não se altera, ninguém pede esmola, o tempo parece não existir, não tem passeata, muito menos sobressaltos. Sendo assim simulacros de mundo sem lugar para o imprevisto, onde tudo está organizado, onde o ambiente e a temperatura estão controlados, onde os passos estão vigiados e as pessoas se sentem seguras.

#### 4. NOVOS SIGNIFICADOS DO ESPAÇO URBANO: O NORTH SHOPPING EM PAUTA

O espaço urbano apresenta-se como um produto social, cujos benefícios, são apropriados de forma privada. A produção do espaço urbano obedece ao movimento de toda a sociedade, mas os benefícios dessa produção não são apropriados de forma homogênea por todos os segmentos dela, pelo contrário, a apropriação é desigual, beneficiando principalmente os grupos de maior poder político e econômico (MIÑO, 2004).

A contradição entre o processo de produção do espaço e sua apropriação privada está na base do entendimento do processo de reprodução espacial. Isto porque, em uma sociedade fundada sobre a troca, a apropriação do espaço, ele próprio produzido como mercadoria, liga-se cada vez mais à forma de mercadoria, servindo às necessidades de acumulação por meio das mudanças/readaptações de usos e funções dos lugares, que também se reproduzem sob a lei do reproduzível, a partir de estratégias da reprodução em determinado momento da história do capitalismo (CARLOS, 2001, p.15).

Esta (re)produção do espaço urbano em si possuem formas – os espaços ou centros comerciais modernos podem ser expressões da desigualdade econômica que no urbano tem tido um avanço econômico e social extraordinário.

Neste contexto destacamos o North Shopping. Assim retomamos aos questionamentos iniciais desse trabalho podemos considerá-lo popular? Como este espaço pode tornar-se um espaço democrático? Tentaremos responder estas questões. A primeira questão referente ao popular, precisamos diferenciar o que é popular e o que é seletivo, o que será seletivo na sociedade vigente. Os shoppings são espaços seletivos? E assim o North Shopping faz parte desta seletividade? Como este equipamento consegue atrair um grande número de pessoas anualmente?

Nesta perspectiva definiremos o North Shopping primeiramente como espaço privado, já que sua dinâmica está baseada na lógica do capital, de espaço fechado altamente vigiado. Então, o North Shopping está na lógica da crescente privatização dos locais de confraternização, diversão, cultura, lazer e práticas esportivas.

O shopping center em sua maioria parece um espaço aberto a todos, mas não é, ele é um espaço privado e seletivo. A lógica do espaço produzido não gera relações sociais de forma integral, mas somente entre os “iguais”, ele é excludente porque está baseado na capacidade de consumo, contribuindo para uma sociabilidade segmentada.

Os shoppings, como exemplo de espaço privado que avança rapidamente no Brasil, tem a sua grande maioria destinada ao atendimento das pessoas de renda alta e média, então em certos espaços percebemos de fato uma segregação em que se concretiza de forma direta ou indireta; de forma direta relaciona-se com o poder aquisitivo do indivíduo, e de forma indireta vem à tona questão dos signos e símbolos em que o cidadão-consumidor tem um estranhamento ao entrar em ambientes com requinte e sofisticação, que tem a presença de pessoas que possuem um rendimento e/ou comportamento distintos.

Com relação ao North Shopping, embora não tenha como conseqüências uma segmentação exacerbada, pois pessoas de rendimento salarial baixo ou médio estão inseridas nesse espaço, assim esse shopping apresenta-se com questões distintas da grande maioria dos shoppings. Contudo, também está inserido na privatização dos espaços da cidade.

Nesse instante, apresentamos dados referentes às nossas entrevistas realizadas, que contribuíram significativamente para afirmarmos essa questão do North Shopping, no qual se contrapõe a idéia de shopping como espaço seletivo algo que presenciamos na maioria desses equipamentos. Um dos dados que obtivemos nos chamou a atenção, a renda mensal da maioria dos consumidores do North Shopping não ultrapassam a renda mensal de 2 salários mínimos, em 2008, esta renda mensal é de R\$ 830,00, que se enquadraria de acordo com CAEN2(2008) na classe média baixa. De acordo com o CAEN (2008), os indigentes com renda inferior R\$ 103,75; pobres R\$ 207,50; classe média baixa R\$ 207,50 a 1.064,00; classe média R\$ 1.064,00 a 4.591,00; classe média alta R\$ 4.591 a 16.600; classe alta acima de R\$ 16.600. Esta renda é considerada por domicílio.

Evidenciamos que cerca de 31% dos consumidores do North Shopping tem uma renda mensal que atinge até um salário mensal. Outro quadro relevante é que a grande maioria é assalariada e atinge no máximo o teto de 2 salários, cerca de 73%, alguns poucos ultrapassam 2 salários.

Diante desses dados, possamos nos opor há algumas ideias postas quando se remetem aos shoppings como espaço seletivo, não estamos querendo dizer que os shopping não são espaços privados e seletivos, contudo precisamos adentrar em algumas questões específicas como é o caso do North Shopping em que grande parcela de seus consumidores fazem parte da classe média baixa de acordo com os dados do CAEN (2008), tornando esse equipamento mais acessível para um grande contingente da população, por isso designamos “popular”, contudo não queremos dizer que o North Shopping se assemelhe as galerias do Centro tradicional de Fortaleza, cuja são chamadas de “shoppings populares”. Reforçando nossa idéia queremos dizer que, com relação a grande maioria dos shoppings de Fortaleza, o North Shopping torna-se mais acessível, tendo com público alvo a classe média baixa e classe média. Contudo, mesmo sendo “popular” aparece como espaço privado.

O North Shopping como um dos principais shopping de Fortaleza. No seu processo de produção e desenvolvimento percebemos a relação privado e público que se fez e se faz presente. No surgimento deste espaços privados de consumo tivemos a participação do Estado, a partir de ações do poder público municipal, dando instrumentos tanta para a instalação deste shopping em área que não poderia estar.

Evidenciamos também que o poder público tem mecanismos de participação mútua sobre alguns espaços públicos, por exemplo na relação público-privado evidenciamos a ‘privatização’ de uma praça ao lado do North Shopping, que está sob a responsabilidade de manutenção deste. Sendo uma praça pública, quem deveria ser responsável pela manutenção não era o Estado?

Então se o Estado passa a não ter cunho administrativo e de conservação de áreas públicas ao passo que empresas privadas passam a fazer o papel do Estado será que esta praça é de fato pública? Deixamos claro que é interessante relação público e privado, mas o que eu quero chamar atenção é para o fato que este espaço torna-se uma extensão do shopping, e além disso o Estado fica ausente de funções que até então seriam de sua responsabilidade. Ressaltamos que a discussão sobre a relação

público e privado vai muito além, contudo utilizamos este exemplo para percebermos ações do poder público e privado na cidade de Fortaleza.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse sentido, hoje se perguntarmos para a população fortalezense como para outros cidadãos, como seria a cidade sem um shopping, provavelmente muitos responderiam que ficaria um vazio, onde ficaria o lazer? O consumo?

Dentre outros questionamentos. O shopping deste modo como espaço da “modernidade” conseguiu modificar o quadro no espaço de consumo, assim como trouxe novos paradigmas no que tange ao uso dos espaços privados e públicos na cidade.

Nesse sentido, através do North Shopping percebemos uma nova organização espacial tanto intra-shopping, como também num perfil desse shopping nos fluxos do urbano. Por isso destacamos Frúgoli Júnior (1992) os shoppings surgem, portanto, no interior da cidade, como outra “cidade em miniatura”, que dialoga com signos e características de outros espaços e instituições, recriando em seus interiores novas praças, calçadas, bulevares, alamedas de serviços, agrupamentos de lojas etc. nesse cenário de irrealidade, os frequentadores imaginam encontrar um lugar a salvo das estatísticas da violência urbana e pobreza.

Diante disso, afirmamos que cada vez mais a proliferação de espaços confinados na cidade de Fortaleza como o North Shoppinge dentre outros. Temos diante de nós, um novo contexto de cidade dada às novas relações dos espaços privado e public.

Desse modo, o North Shopping inova na cidade de Fortaleza a concepção desses equipamentos, já que passa a atender também as classes menos abastadas, e no qual deixa de se localizar especificamente na Aldeota, bairro composto por indivíduos de renda elevada. É evidente que não é somente através da renda que percebemos que o shopping atende as classes menos abastadas, também no comportamento, modo de vestir e dentre outros.

Podemos considerar que o North Shopping é um espaço de uso popular em que as camadas de menor aquisitivo podem adentrá-lo e usufruir de seus atributos. Alguns fatores desencadeiam tal análise desse shopping, por exemplo, está localizado na zona oeste, uma área da cidade se comparada com a zona leste, composta por uma classe menos abastada. Contudo, mesmo sendo “popular” aparece como espaço privado.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Cecília Fernandes de. **Espaços Públicos em João Pessoa (1889-1940):** Formas, Usos e Nomes. Escola de Engenharia de São Carlos (EESC), 2006.

BARBOSA, Luciano César Bezerra. **Análise das condições de conforto térmico em um shopping center em Natal/RN com base na avaliação pós-ocupação.** Natal/UFRN, dissertação de Mestrado, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de Consumo.** Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BIENENSTEIN, Glauco. **Acumulação de Capital e Espaço Urbano:** o exemplo do Shopping Center. Rio de Janeiro/UFRJ. Dissertação de mestrado, 1993.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Cidade de **Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Edusp, 2000.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Espaço urbano Novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: Contexto, 2004.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Espaço-Tempo na Metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.

DAMIANI, Amélia Luisa. O lugar e a produção do cotidiano. In: CARLOS, Ana Fani Carlos Alessandri (org.) **Novos caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

FERREIRA, William Rodrigues. **O espaço público como referência nas áreas centrais: a rua como referência – um estudo de caso em Uberlândia – MG**. São Paulo/USP, tese de Doutorado, 2002.

FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor. Os Shoppings de São Paulo e a Trama do Urbano. Um olhar Antropológico. In PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JÚNIOR (orgs). **Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora da Universidade Federal Paulista, 1992.

GAETA, Antônio Carlos. Gerenciamento dos Shoppings Centers e transformação do espaço urbano. In PINTAUDI, Silvana Maria e FRÚGOLI JÚNIOR (orgs). **Shopping centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora da Universidade Federal Paulista, 1992.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da Modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOMES, Paulo César da Costa. **Geografia e modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

GOMES, Paulo César da Costa. **A condição urbana**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2002.

LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

PADILHA, Valquíria. **Shopping center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2006.

PINTAUDI, Silvana Maria; FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor (orgs). **Shopping Centers: Espaço, Cultura e Modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora Estadual Paulista, 1992.

RYBCZYNSKI, Witold. **A vida nas cidades: Expectativas urbanas no Novo Mundo**. Tradução: Beatriz Horta. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SANTOS JÚNIOR, Wilson Ribeiro dos. **Shopping Center: Uma Imagem de Espelhos**. In: Pintaudi, Silvana Maria; Frúgoli Júnior, Heitor (orgs). **Shopping Centers: Espaço, Cultura e Modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Editora Estadual Paulista, 1992.

SILVA, José Borzacchiello da. **Reinventando Fortaleza: o saber geográfico e outros saberes na interpretação da cidade**. In Carlos, Ana Fani Alessandri. (org.). **Os caminhos da reflexão sobre a cidade e o urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

SOBARZO MIÑO, Oscar Alfredo. **Os espaços da sociabilidade segmentada: A produção do espaço público em Presidente Prudente**. Presidente Prudente, Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista,



2004.

SPOSITO, M. Encarnação B. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. **Revista Território**. Rio de Janeiro: LAGET/UFRJ, n. 4, 1998.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). Novas formas comerciais e a redefinição da centralidade intraurbana. **Urbanização e cidades: Perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: UNESP, GASPERR, 2001.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A Urbanização da sociedade; reflexões para um debate sobre as novas formas espaciais. In: DAMIANI Amélia Luisa; CARLOS Ana Fani Alessandri; SEABRA, Odette Carvalho de Lima (orgs.) **O espaço no fim de século. A nova raridade**. São Paulo, Contexto, 2001.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. Rio de Janeiro: Stúdio Nobel;

## O CENTRO DE QUIXADÁ: AS NORMAS, O PLANEJAMENTO URBANO E O SETOR IMOBILIÁRIO

F. A. F. Pereira<sup>1</sup> e A. Q. Pereira<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – Campus Quixadá  
adila.pereira15@hotmail.com – aqp@ifce.edu.br

### RESUMO

A cidade de Quixadá se diferencia das metrópoles atuais por apresentar-se monocêntrica e com as delimitações centrais bem definidas. Atualmente, o município vem crescendo bastante no ramo comercial e no plano vertical. Neste trabalho será abordado o conceito e a importância de centro urbano para uma cidade, a localização, o histórico e a dinâmica atual do planejamento da área central de Quixadá, projetos pensados (executados ou não) para o local, contidos no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), elaborado em 2000. Ainda nesse texto, é descrito o papel contemporâneo do setor imobiliário na centralidade.

**Palavras-chave:** centro urbano, planejamento urbano e setor imobiliário.

### 1. INTRODUÇÃO

O que é um centro urbano? Qual a importância dele para uma cidade?

[...] O centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo o ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela (SPOSITO, 1991, p.6).

A partir dessa definição, compreende-se a importância dos centros urbanos, pois neles se concentram com maior ênfase as funções comerciais, institucionais, residenciais e sociais.

O município de Quixadá está localizado em pleno Sertão Central Cearense, fica, aproximadamente, a 170 km de Fortaleza (capital do Ceará). Segundo os dados do Perfil Básico Municipal de Quixadá (2010) do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), a cidade faz limite com os seguintes municípios: ao norte com Ibaretama, Itapiúna e Choró, ao Sul com Quixeramobim e Banabuiú, ao oeste com Choró e Quixeramobim e, ao leste com Banabuiú, Morada Nova, Ibicuitinga e Ibaretama, conforme o mapa abaixo:



**Figura 1- Mapa Municipal de Quixadá**  
(Fonte: <http://www.sertaoemrede.org.br>)

Quixadá possui um cenário natural impar pela presença dos *inselbergs* (ou monólitos), formações rochosas de diversos formatos e tamanhos, que cercam toda a cidade. Por conta disso, ela se chama Quixadá, palavra Tupi, que significa pedra de ponta curvada.

A história do território quixadaense começa quando, em 1747, José de Barros Ferreira adquiriu as terras desse atual município, inicialmente chamadas de Sítio Quixadá, e instalou uma fazenda de gado, precisamente onde hoje se localiza a Praça José de Barros. Ali se formou um pequeno povoado que foi prosperando aos poucos.

Em 1869, esse Sítio passou a ser distrito de Quixeramobim. Depois disso, Quixadá passou por várias reformas administrativas e foi elevado à categoria de cidade em 17 de agosto de 1889. A parte central do município foi estruturada em forma de xadrez, pelo engenheiro inglês Jules Jean Revy, no final do século XIX.

Segundo os dados do censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população desse município é de 80.604 habitantes. A presença da Empresa Petrobrás e das universidades Faculdade Católica Rainha do Sertão (FCRS), Universidade Federal do Ceará (UFC), Universidade Estadual do Ceará (UECE) e do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) tem atraído muitas pessoas das cidades vizinhas e, até mesmo, de outros estados para estudar, trabalhar ou morar na sede de Quixadá.

Atualmente, a cidade possui 22 bairros: Alto da Boa Vista, Alto São Francisco, Baviera, Bôto, Campo Novo, Campo Velho, Carrascal, Cedro, Centro, Cohab, Combate, Curicaca, Herval, Irajá, Jardim dos Monólitos, Monte Alegre, Nova Jerusalém, Planalto Renascer, Planalto Universitário, Putiú, São João e Triângulo.

Desta maneira, torna-se importante para o caso de Quixadá, discutir, principalmente, o conceito de centro urbano e as ações de planejamento urbano na parte central, com o objetivo de compreender a totalidade das transformações socioespaciais ocorridas. Assim, para a centralidade, serão analisados projetos pensados (executados ou não), contidos nos dados do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU), elaborado em 2000 e, também, a crescente atuação do setor imobiliário.

## 2. METODOLOGIA

Esta pesquisa busca monitorar as transformações socioespaciais ocorridas no centro urbano de Quixadá. As etapas metodológicas desse trabalho foram realizadas na seguinte ordem: leitura de material documental e bibliográfico a respeito do tema principal; catalogação e mapeamento de todos os imóveis presentes na área central; registro fotográfico de alguns

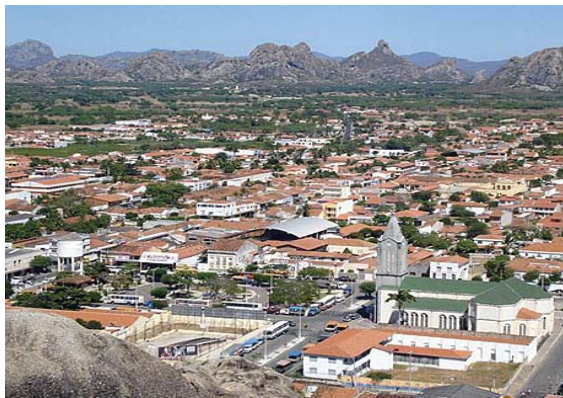
prédios antigos, atuais, verticais e térreos inseridos na centralidade; entrevista com o atual Acessor Legislativo da Câmara Municipal.

### 3. O CENTRO URBANO DE QUIXADÁ E SEU PLANEJAMENTO URBANO

A cidade de Quixadá se diferencia das metrópoles atuais, principalmente, por apresentar-se monocêntrica, com as delimitações centrais bem definidas e por possuir grande concentração de residências em seu centro, pois em muitas das grandes cidades há a predominância de áreas comerciais e institucionais no recorte central. Além de carros, motos, bicicletas e ônibus, o município tem como transporte característico as carroças puxadas à tração animal, que servem como a solução mais barata para o transporte de pessoas e mercadorias.

Diferentemente das metrópoles atuais, policêntricas, Quixadá (CE) apresenta-se monocêntrica e com um centro bem definido. Em termos de escala, pode-se dizer que todas as suas localizações podem ser percorridas por um passeio a pé. Esta localização tem força simbólica e econômica que contribui para a constituição da imagem e das funções da cidade (PEREIRA, 2010, p.3).

Do alto da Pedra do Cruzeiro, monólito presente na zona urbana, é possível ver toda estruturação da área central.



**Figura 2- O Centro de Quixadá  
(Foto da Autora, 2011)**

Atualmente, o bairro centro se delimita com outros dez: ao norte com Herval, Triângulo e Alto da Boa Vista; ao sul com Putiú; ao leste com Baviera, Irajá e Alto do São Francisco; e ao oeste com Planalto Universitário, Combate e Curicaca.

Na parte central estão presentes cinco praças: a José de Barros, a José Linhares da Páscoa, a Praça da Cultura, a Coronel Nanã e a Praça José Marque da Silva, consideradas os principais espaços públicos da cidade. A que mais se destaca nesse papel é a Praça José de Barros, onde são organizadas as maiores manifestações culturais e todos os tipos de festividades. Também estão presentes no centro a maioria das instituições de poder como a Câmara Municipal, a Prefeitura e a Cúria Diocesana.

Atualmente, o município de Quixadá, está passando por sérios problemas de infraestrutura. Falando especificamente do recorte central, as ruas estão esburacadas, esgotos estourados, praças pouco conservadas e cheias de lixo, falta de estacionamentos etc. Tudo isso, representa, em parte, a falta de capacidade técnica e de planejamento das políticas públicas municipais para com os quixadaenses, mas, ao mesmo tempo, significa certa acomodação social para exigir melhorias no local.

A desorganização no trânsito é outra problemática que afeta a dinâmica central. Muitas pessoas estacionam seus automóveis no meio da rua, comprometendo a passagem dos outros veículos, motoristas não respeitam o espaço de pedestres, sendo que, falta conscientização de ambos, a fim de por em prática as normas do código de trânsito.

O Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) de Quixadá abarca vários projetos de infraestrutura para o centro, uma parte prevista para o ano de 2002 e a outra para o de 2010, mas por falta de recursos do poder público municipal, geralmente oriundos das instâncias estadual e/ou federal, grande parte dos projetos não foram executados. Tem-se conhecimento de que apenas três projetos foram concretizados, são eles: ampliação da rede de abastecimento (2002), implantação do sistema de esgotamento sanitário (2010) e reforma do terminal rodoviário (2002). Ações como essas foram fundamentais para a melhoria da infraestrutura local e da qualidade de vida da população. Atualmente, não há novos projetos em execução.

Passados onze anos da elaboração do PDDU, não houve revisão oficial. Por meio de entrevista concedida aos autores, o atual Assessor Legislativo da Câmara Municipal de Quixadá informou que não foi realizada audiência pública para o estabelecimento de um novo PDDU e que ainda não há planejamento ou agendamento para isto.

#### **4. O SETOR IMOBILIÁRIO DO CENTRO DE QUIXADÁ**

Se as ações planejadas pela municipalidade apresentam lentidão, ou mesmo, não são postas em prática, por outro lado, as ações do mercado imobiliário mostram-se crescentes no centro de Quixadá.

A maior parte de prédios e casarões antigos localizados no centro já foram demolidos em prol do erguimento de novas residências e de pontos comerciais. Os que ainda restam na área central são 358, muitos estão inutilizados e em péssimo estado de conservação, realmente abandonados pelo poder público municipal ou por seus proprietários. Além disso, a grande parte da população não reconhece o valor histórico e cultural desses imóveis. Por um lado, a cidade se desenvolve, mas por outro o patrimônio material que faz parte dela está sendo extinto.

#### **Imóveis Antigos:**



**Figura 3- Chalé da Pedra**  
(Foto da Autora, 2011)



**Figura 4- Antigo Cinema São José**  
(Foto da Autora, 2011)



**Figura 5- Comércio situado no cruzamento das ruas José de Queiroz Pessoa e Francisco Enéias de Lima** (Foto da Autora, 2011)

De fato, o setor imobiliário central está crescendo no plano vertical. Estão surgindo muitos imóveis de três, quatro e até de cinco andares. Em parte, isso pode significar fator de desenvolvimento, mas não é bem assim. A cidade está se verticalizando aceleradamente e de forma irregular, pois nela só é permitido construir prédios de até dois andares pelo fato de ainda não haver uma unidade de corpo de bombeiros na sede.

#### Prédios Atuais:





**Figura 6- Prédio situado na Rua Rui Barbosa (Foto da Autora, 2011)**

**Figura 7- Imóvel localizado na Rua Dr. Rui Maia (Foto da Autora, 2011)**

**Figura 8- Prédio situado na Rua Rodrigues Junior (Foto da Autora, 2011)**

Para o entendimento da dinâmica imobiliária, realizou-se trabalho de campo com o intuito de descrever o parque imobiliário do centro da cidade. Para tanto, essa atividade de campo aconteceu durante os meses de abril a junho de 2011, com o auxílio de um mapa fornecido pela Secretaria de Planejamento e Finanças de Quixadá (SEPLAF), onde foi feita a catalogação de todos os imóveis centrais, seguindo como critérios a verticalidade e a antiguidade dos mesmos. No critério de antiguidade, somente imóveis como comércios e instituições foram classificados como tal, com exceção das residências.

Para melhor compreensão dos dados contidos no mapa dividiu-se o mesmo em três áreas: setor I, setor II e setor III.

Segundo os dados dessa pesquisa, há, aproximadamente, 2036 prédios na parte central, destes, 1388 são horizontais e 648 são verticalizados, variando entre um e cinco andares.

O setor I concentra o maior número de imóveis horizontais, verticais e antigos. Há, aproximadamente, 668 prédios térreos; 406 edificações verticais, sendo que, 364 possuem um andar, 28 imóveis tem dois pavimentos, 11 prédios possuem três andares e 3 imóveis tem quatro pavimentos; antigos há 185, sendo que, 139 são horizontalizados, 42 imóveis tem um andar, 3 prédios possuem dois andares e 1 imóvel possui três pavimentos.

No setor II, há 385 prédios horizontais; 164 imóveis verticais, sendo que, 142 possuem um andar, 15 prédios tem dois pavimentos, 6 imóveis possuem três andares e 1 prédio tem cinco andares ; 128 antigos, 107 são imóveis térreos, 20 imóveis possuem um pavimento e 1 prédio tem dois andares.

Por último, no setor III estão presentes 335 prédios horizontais; 79 verticais, sendo que 72 deles possuem um andar, 6 prédios tem dois andares e 1 imóvel possui três pavimentos; 45 são antigos, sendo que, 39 são térreos e 6 prédios possuem um andar.

Como se pode perceber, grande quantidade de imóveis térreos e verticais de um até cinco pavimentos, são atuais.

Os locais onde mais predominam residências na centralidade são: Rua Rui Barbosa, Rua Dr. Rui Maia, Rua Oscar Barbosa, Av. José Caetano de Almeida, Rua Benjamim Barroso, Rua Autran Moreno e o entorno da Pedra do Cruzeiro.

As principais áreas comerciais da sede se localizam nas Ruas José de Queiroz Pessoa, Francisco Enéias de Lima, Basílio Emiliano Pinto, Rodrigues Junior, José Jucá, Tabelião Enéias, Av. Plácido Castelo e Trav. Tiradentes.



## OUTORGA ONEROSA DO DIREITO DE CONSTRUIR: INSTITUTO JURIDICO NA RECUPERAÇÃO DA MAIS VALIA URBANA

M. E. Chaves<sup>1</sup> e R. M. C. Silveira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do RN - Campus Natal-Central e <sup>2</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Monick\_fj@yahoo.com.br – raquelmcsilveira@hotmail.com

### RESUMO

Este artigo focaliza a influência do instituto da outorga onerosa do direito de construir, em suas diversas vertentes. Objetiva, por conseguinte, analisar o processo de construção do território urbano, a construção de novas conjunturas sócio-espaciais, estudar alguns diplomas legais que tem por finalidade a ordenação do território urbano municipal e ainda as diretrizes legais que caracterizam o instituto em estudo. Para tanto, recorreu-se a pesquisas de caráter documental e bibliográficas. Os resultados apontam para um superficial conhecimento acerca do Solo Criado, restando assim, uma má utilização da outorga onerosa do direito de construir, o que prejudica a dinâmica espacial do território urbano no Brasil. De maneira que, tal instituto é, muitas vezes, percebido como simples forma de captação de recursos por parte dos gestores públicos e a cobrança de capital decorrente de tal percepção torna-se ínfima diante da imensa lucratividade do setor da construção civil. Nota-se ainda a carência de investimento em infraestrutura nas cidades, o que decorre diretamente da falta de consciência a respeito da necessidade de planejamento para que a cidade cumpra sua função social e, conseqüentemente, da incorreta utilização da contrapartida dada para adquirir o direito de construir acima do coeficiente básico de adensamento nas áreas urbanas.

**Palavras-chave:** Direito de Construir, Solo Criado, Função Social da Propriedade, Urbanização, Gestão Urbana.

## 1. INTRODUÇÃO

A Constituição Federal de 1988 trouxe, como marco norteador para a apropriação da democracia, um rol de direitos, dentre os quais se encontram os direitos à propriedade. Tais direitos, não estão em sua completude dispostos no corpo constitucional, sendo forçoso portanto a sua regulamentação. No entanto, é necessário convir que tais regulamentações surgiram posteriormente ao visível crescimento irregular do espaço urbano, sendo imperioso afirmar que a irregularidade da ocupação urbana ocorreu com muita ênfase no Brasil. Para frear este tipo de crescimento surgiram leis que visavam garantir uma estruturação lógica e sustentável do solo urbano. Neste sentido, há a criação do Estatuto das Cidades (Lei nº 10.257/01) que propiciou o estabelecimento dos Planos Diretores em muitas das cidades brasileiras.

Assim, a partir da criação de tais normas regulamentadoras ocorreu a gênese de alguns institutos jurídicos que tentam controlar o crescimento do espaço urbano. Um dos dispositivos de relevante importância é a outorga onerosa do direito de construir (artigos 28 a 31, Lei 10.257/01), objeto principal do presente trabalho. Neste sentido, desenvolve-se neste artigo uma investigação sobre o direito à construção acima do coeficiente único de aproveitamento do solo urbano e sua relação com a recuperação da mais valia urbana por parte do Poder Municipal. De forma contínua, busca-se estabelecer os impactos de tais normatizações para o desenvolvimento urbano no Brasil, bem como as possibilidades de adequação do instituto. Sobressai ainda, uma análise acerca da utilização da contrapartida dada pelo particular ao Ente Público para poder exercer o direito ao “Solo Criado”.

Para analisar os desdobramentos acima citados foi necessário o desenvolvimento de pesquisa de caráter bibliográfico e documental. Assim, inicialmente, serão estabelecidas algumas reflexões a respeito da política urbana brasileira pós Constituição de 1988. Em seguida, serão feitas digressões a respeito da função social da propriedade. Elucidar-se-ão também algumas especificidades que se mostram imprescindíveis para a discussão acerca do instituto da outorga onerosa do direito de construir. Posteriormente, em arremate de conclusão mostrar-se-á os impactos do instituto, bem como serão definidas algumas medidas capazes de expandir as vantagens da outorga onerosa do direito de construir.

## 2. POLÍTICA URBANA E CONSTITUIÇÃO DE 1988

A luta pelo ordenamento da cidade não é algo novo nem muito menos simples. Dessa forma, escolhendo-se como ponto de partida a Constituição Federal, tem-se que o constituinte originário, em seu capítulo II do título VI, dirigido à ordem econômica e financeira, contemplou a Política Urbana. Já a proteção ao Meio Ambiente integra a ordem social.

Tal inserção da Política Urbana em um capítulo destinado à ordem econômica e financeira é, no mínimo, curiosa. De certo, a questão da terra e da organização de uma cidade envolve capital, contudo, mais do que isso, envolve aspectos sociais. É devido à função social da propriedade e à função social da cidade que o tratamento da política urbana em tal capítulo torna a discussão que virá em seguida ainda mais polêmica.

A cidade surgiu da contradição proveniente das relações humanas, pois, foi a divisão do trabalho que tornou possível que, enquanto uns se dedicavam às atividades de produção, outros dedicassem o tempo à organização da cidade. Portanto, já nasceu de relações desiguais e, da mesma forma, serve de espaço para refletir tais desigualdades.

Com relação à urbanização, o Brasil seguiu a regra dos demais países subdesenvolvidos: pulou etapas e construiu suas cidades sem um mínimo de planejamento urbano, fazendo aflorar na malha urbana o problema da desigualdade que já marcava a sociedade em geral. Assim, o processo de urbanização se desenvolveu mais marcadamente no Brasil durante o século XIX, apesar de sua gênese ter sido notada ainda no século XVI, (SANTOS, 2005).

E ainda mais, durante a década de 30 com o fenômeno da industrialização. Mais modernamente, o processo de urbanização se estabelece de forma mais agressiva, a relação de crescimento da população nos centros urbanos ganha números alarmantes que são comprovados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

Esse crescimento das cidades no Brasil caracteriza-se pela expressa falta de um sistema urbano articulado e precariedade da infraestrutura. O desvirtuamento da função da cidade é ainda mais acentuado após o regime ditatorial dos militares, onde a gestão da cidade recai sob a lógica de mercado, assim, o Estado deixa de gerir a cidade para que o mercado opere por sua própria vontade. Dessa forma, torna difícil o acesso aos serviços urbanos que passam a ser mensurados em valor, distanciando cada vez mais o homem da função da cidade.

Por conseguinte, as paisagens das cidades demonstram essa ordem estabelecida. Vê-se hodiernamente um processo desordenado de ocupação do solo. O que reclama uma intervenção do Estado nas políticas de acesso à cidade e de garantias de infraestrutura. De fato, o Estado é chamado nos últimos anos a se posicionar firmemente contra esta apropriação irregular do solo urbano, contudo não se pode permitir que as ações do Estado se moldem apenas pelo planejamento urbano regional e ignore as especificidades do lugar, como afirma Souza (1988, p. 125).

[...] enquanto o Desenvolvimento urbano e a própria organização do espaço não forem entendidos como uma questão política e não apenas como mais um setor de atuação do governo; enquanto o planejamento e o desenvolvimento regional não incorporarem o *onde* e não apenas o *o que* nas formulações e tomadas de decisão sobre o modelo de desenvolvimento brasileiro, o urbano continuará sendo um resíduo de preocupações governamentais, enquanto que o seu desafio assume proporções talvez já irremediáveis. Daí a urgência de critérios espaciais, locais[...]

Neste sentido, a opção do legislador em 1988 talvez tenha ocorrido devido à pressões do momento histórico que refletiam uma sociedade marcada por desigualdades, fazendo o constituinte enfatizar o direito à propriedade, visto que o processo acelerado de urbanização gera especulação imobiliária e exclusão social.

O Brasil tem, na CF/88, pela primeira vez, uma política de desenvolvimento urbano. Todavia, o que deve ser discutido é até que ponto essa política se desvinculou dos interesses privados e buscou a satisfação dos direitos sociais. A própria classificação e localização da política urbana dentro da Carta Maior não demonstraria o verdadeiro objetivo do constituinte naquele momento? A proteção seria mesmo à sociedade considerada de maneira ampla, ou determinados setores se beneficiaram com a aprovação de determinados institutos criados com o intuito de maquiagem o jogo de interesses?

Assim preceitua a Constituição Federal em seu artigo 21, XX, que compete à União instituir diretrizes para o desenvolvimento urbano, inclusive habitação, saneamento básico e transportes urbanos.

As diretrizes referidas foram trazidas pela lei nº 10.257 de 10.07.2001, que regulamentou os artigos 182 e 183, que determinam a competência do município para executar a política de desenvolvimento urbano, ordenando o desenvolvimento da função social da cidade e o bem estar de seus habitantes.

Dentro da política urbana trazida pela Constituição, deve-se salientar a importância do instituto do Plano Diretor. Segundo o artigo 182, § 1º, CF:

§ 1º - O plano diretor, aprovado pela Câmara Municipal, obrigatório para cidades com mais de vinte mil habitantes, é o instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana.

O plano diretor é percebido como peça essencial para o real desenvolvimento da cidade, capaz de destinar um rumo sustentável ao crescimento da malha urbana e ordenar os interesses que a compõem,

sendo tratado pelo Estatuto da Cidade como instrumento da política urbana. Outro instrumento, contemplado pela lei, e objetivo principal do presente trabalho, é a outorga onerosa do direito de construir, esses dois instrumentos citados, bem como os demais presentes no diploma legal, devem ser bem utilizados e encarados de forma séria por aqueles que determinam os limites de seu uso. Caso contrário, corre-se o risco de os instrumentos da política urbana tornarem-se mais um meio de ceder aos interesses do capital ao invés de atender ao fim que deveria: o bem estar da sociedade e o real desenvolvimento urbano.

### 3. ESTATUTO DA CIDADE E A POLÍTICA URBANA BRASILEIRA: BREVES CONSIDERAÇÕES

O Estatuto da Cidade é um dos principais diplomas aqui estudados, tendo nascido de uma reivindicação antiga de arquitetos, engenheiros e diversos outros grupos no Movimento pela Reforma Urbana. Neste sentido, o Projeto de Lei que deu início ao seu processo de aprovação, apresentado pelo Senador Pompeu Soares, na justificação do seu projeto, segundo Sousa (2010, apud Bassul, 2010, p.80), afirmou existir:

‘indevida e artificial valorização imobiliária, que dificulta o acesso dos menos abastados a terrenos para habitação e onera duplamente o poder público, forçado a intervir em áreas cuja valorização resulta, na maioria das vezes, de investimentos públicos, custeados por todos em benefício de poucos’.

O projeto foi repudiado por diversos segmentos, dentre eles o da construção civil, e empresários do ramo imobiliário. Segundo Bassul (2010, p. 81):

O Estatuto da Cidade foi igualmente repudiado pelos empresários da construção civil e do mercado imobiliário que participaram do 56º Encontro Nacional da Indústria da Construção Civil, realizado em Fortaleza, em 1992. No relatório final do encontro, a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) considerava que “o projeto mascara atos de autoritarismo estatal, entre outros, quando interfere na aquisição de imóvel urbano, objeto de compra e venda entre particulares.

Do lado contrario aos empresários, encontrava-se a sociedade em busca de regulamentação de uma questão essencial para a vida no meio urbano. Após muita luta, a aprovação do Estatuto representou enorme avanço, com a formalização de práticas já existentes em alguns municípios brasileiros, mesmo antes da regulamentação, conforme ocorria com a Outorga Onerosa.

O Estatuto da Cidade é, portanto, um instrumento que determina as diretrizes para o implemento de uma política urbana voltada para o aspecto social. De forma mais específica, esse Estatuto prevê o planejamento municipal. Para tanto, foram criados alguns instrumentos de política urbana, como é o caso da outorga onerosa do direito de construir.

Se o município não atentar para estas diretrizes básicas de sustentabilidade do solo urbano serão gerados diversos problemas, como enfatiza Meireles (2003, p.523).

Em nossos dias, o avassalador fenômeno da *urbanização* e o desmedido crescimento das cidades vê exigindo mais e maiores imposições edilícias em benefício da coletividade urbanizada, o que sobrecarrega o Município com encargos imprevistos e despesas extraordinárias para atender a áreas tornadas urbanas repentinamente, sem o equipamento mínimo indispensável às necessidades dessas novas concentrações populacionais.

Ainda no que pertine a execução do poder de polícia do Município é indispensável que o gestor municipal oriente a ordenação urbana. A utilização do solo é um fator que notadamente influencia a sustentabilidade da cidade. Para manejar de forma adequada a utilização do solo urbano o Estatuto das Cidades previu de forma especial a criação de Planos Diretores para as cidades, como já exposto

anteriormente. Assim, cabe apenas ressaltar que este Plano Direito deve se firmar em dispositivos jurídico-urbanísticos para concretizar uma cidade eficiente.

Importante também colocar que o desenvolvimento de uma cidade não está adstrito a apenas o crescimento desta sendo, no entanto, necessário que as cidades próximas também tenham planos de gestão do território. Assim, mais notadamente nas regiões metropolitanas, é salutar que a gestão urbana esteja em consonância com outras cidades, permitindo assim o desenvolvimento regional

#### 4. FUNÇÃO SOCIAL DA PROPRIEDADE

A Constituição Federal de 1988, elenca em seu título II os Direitos e Garantias Fundamentais. Segundo doutrina de Milaré (2004), a longa enumeração traz, de forma geral, direitos, e não, deveres. Segundo o artigo 5º, inciso XXII:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXII - é garantido o direito de propriedade.

Contudo, o mesmo artigo, em seu inciso XXIII, trata a função social da propriedade como um dever. Assim, em vista de sua localização dentre os direitos considerados fundamentais, a função social da propriedade integra as chamadas cláusulas pétreas.

Dessa forma, embora o direito à propriedade seja largamente garantido, o proprietário deverá exercê-lo dentro de alguns limites, que, certamente, são os direitos da coletividade, aqui mais precisamente a função social da propriedade. Observando-se as regras atinentes à propriedade no Código Civil, tem-se:

Art. 1.228. O proprietário tem a faculdade de usar, gozar e dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha.

§ 1º O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna, as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas.

Antes de iniciar a discussão do tema, faz-se necessário conceituar direito de propriedade, o qual é definido como direito real oponível a todos e que compreende as faculdades de usar, perceber os frutos advindos daquele bem e dispor do bem. Todavia, embora o proprietário possa usar sua propriedade, tal fruição não pode ocorrer sem limites, de maneira que o uso da propriedade deve sempre respeitar os fins ético-sociais da comunidade a que o particular pertence. Para que o interesse individual não atinja negativamente o coletivo, existem restrições legais, geralmente estabelecidas nas leis que regulam o solo e dispõem sobre o zoneamento urbano.

Assim, deve se perceber que a propriedade, sem deixar de ser privada, se socializou, com isso significando que deve oferecer à coletividade uma maior utilidade, dentro da concepção de que o social orienta o individual, (CARVALHO, 1997, p.737).

Dessa forma, o próprio exercício do direito recebe limitações, de maneira que deve-se sempre respeitar os fins ético-sociais da comunidade. A função social da propriedade altera o direito de quem exerce a propriedade de um bem, condicionando seu uso ao interesse coletivo.

Em virtude de tal discussão, cabe ainda ressaltar a discutida Função social e ambiental da propriedade, a qual não constitui apenas um simples limite ao exercício do direito de propriedade, deixando que o proprietário pratique todas as ações que não prejudique a coletividade. A função social e ambiental autoriza a imposição de comportamentos positivos para que a propriedade se adeque à lei, tal conceito é conhecido como Princípio da Função Socioambiental da Propriedade.

Assim, o direito de propriedade será limitado por questões de limitações urbanísticas, que devem ser entendidas como restrições que visam proteger a coletividade. Estas restrições são produtos do Poder de Polícia que é inerente a Administração Pública. Deste modo, nas palavras de Meirelles (2003, p.498).

“Os superiores interesses da comunidade justificam as limitações urbanísticas de toda ordem, notadamente as imposições sobre área edificável.”.

De igual modo, o artigo 170 da Carta Magna Brasileira reitera que é assegurada ao cidadão a proteção da coletividade, enfatizando no parágrafo 3º a função social da propriedade. Porquanto, pode-se afirmar que as limitações sobre o poder de propriedade do particular não extinguem o direito deste, mas apenas condicionam esse exercício. Sendo imprescindível que a Administração Pública exerça o seu Poder de Polícia e governe o ordenamento urbano.

Ao tratar da questão referente ao papel desempenhado pela administração pública, deve-se ainda afirmar que gestão da questão urbana não deve, em hipótese alguma, estar dissociado do que se entende por interesse público no âmbito do Direito Administrativo, mais precisamente utilizando-se dos conhecimentos de Celso Antônio Bandeira de Melo. O conceito é entendido de forma que o objetivo almejado pela administração pública em cada ato praticado deve estar sempre em consonância com o interesse público, entendido como interesse do todo, não se confundindo com a somatória dos interesses individuais peculiares a cada qual. Trata-se, portanto, da dimensão pública dos interesses individuais enquanto partícipe da sociedade de maneira que o interesse público não se confunde com os interesses do Estado, devendo sim, ser sempre o fim almejado por este, pois trata-se de um conceito intrinsecamente ligado ao interesse social.

## 5. PLANEJAMENTO E POLÍTICA URBANA

Pesquisas de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE demonstram a importância do assunto aqui tratado. Segundo o “Perfil dos Municípios Brasileiros/ IBGE– 2002” verificou-se que, naquele ano houve, em Natal, alteração ambiental que prejudicou a paisagem, que, segundo os dados disponibilizados pela pesquisa, deveram-se tão somente (dentre as demais atividades elencadas) à atividade de construção e infra-estrutura, empreendimentos imobiliários e ocupações irregulares ou desordenadas do solo.

Tratar a ocupação urbana como forma simples de captação de capital leva a consequências desastrosas. Como se sabe, a urbanização de todo o território brasileiro não foi ocorrendo de forma planejada, de maneira que os equipamentos públicos estivessem prontos à espera da população e nem ao menos foram postos em concomitância com a chegada dela ao centro urbano. Pelo contrário, até hoje, grande parte da população espera por esses equipamentos. Todavia, diante da falta de recursos enfrentada pelos municípios brasileiros e da quantidade de problemas que surgiram com a desordem, os gestores tratam das emergências e esquecem-se de planejar.

Se o instituto da outorga onerosa não for percebido como recuperação de mais valia urbana e, conseqüentemente, investido na própria cidade, os danos apenas aumentarão. Os valores cobrados ainda são ínfimos em comparação com os lucros do setor de construção civil. Ainda precisaremos de um longo tempo para livrarmo-nos de pressões de setores econômicos sob o Poder Público. Entretanto, um bom início é a preparação dos gestores, conhecimento sobre os institutos da Política Urbana e comprometimento com a população. Se, pelo menos, essa pequena quantia fosse investida na infra-

estrutura urbana, como deveria, seria um avanço, que, embora pequeno, traria certas melhorias, principalmente, se tal recurso fosse utilizado com prévio planejamento.

## 6. OUTORGA ONEROSA DO DIREITO DE CONSTRUIR: SOLO CRIADO.

Em consonância com as ideias trazidas pela Constituição Federal e o Código Civil, o Estatuto da Cidade elenca diversos instrumentos aptos a gerar o desenvolvimento da política urbana. Um deles é a outorga onerosa o direito de construir. É necessário frisar que tal instituto recebe nomenclaturas diferenciadas a depender da região onde é utilizado. O mesmo instituto recebe o nome de Solo Criado, que é toda área edificável além do coeficiente único de aproveitamento do lote, legalmente fixado, sendo sempre um acréscimo ao direito de se construir além do coeficiente básico de aproveitamento estabelecido; acima desse coeficiente, o proprietário não terá o direito originário de construir, mas poderá adquiri-lo do Município, nas condições gerais que a lei dispuser.

Assim, trata-se da compra de uma parcela a mais para construir, ou seja, para exercer o direito de construir a mais do que o coeficiente básico de edificação o particular deve dar uma contrapartida em dinheiro para o Município. Tendo, portanto, a outorga onerosa, em sua essência, e se corretamente utilizada, a natureza de recuperação de mais valia urbana, que deve ser aplicada em benefício de toda sociedade.

A outorga onerosa não é um instituto novo, porém, é ainda muito desconhecido por parte da sociedade. Poucos sabem que a construção, por exemplo, de um grande espigão dentro da cidade envolve tal instituto, sem saber, até mesmo que existe um limite edificável. O instituto tem sua origem ligada a discussões datadas de 1971, em Roma, em que especialistas ligados à Organização das Nações Unidas, perceberam que era necessário diferenciar o direito de edificar do direito de propriedade.

A contrapartida pelo “solo criado” é estudada no Brasil desde meados da década de 70, época em que Carta de Embu se destaca como produto dos primeiros estudos do Urbanismo e do Direito, estabelecendo os parâmetros do instituto.

A Carta de Embu estabelecia que o empreendedor deveria oferecer à sociedade às compensações necessárias ao reequilíbrio urbano. Segundo a carta, o município estabeleceria coeficiente único de edificação e o que fosse construído além de tal índice seria o que receberia o nome de “solo criado”. Todavia, para que a construção dessa parcela a mais fosse permitida, o proprietário deveria entregar uma quantidade proporcional de áreas ao Poder Municipal e, somente quando a entrega da área não fosse possível, permitir-se-ia a substituição pelo equivalente em dinheiro.

A inserção e regulamentação de tal instituto no Ordenamento Jurídico brasileiro são recentes, tendo sido inserida pela Lei Federal 10.257/2001, Estatuto da Cidade. Entretanto, a prática já era comum em alguns municípios (como Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, São Paulo, Natal e Brasília) e o Poder Judiciário já apreciava a matéria.

De acordo com Meirelles (1986, p. 333), define-se o Solo Criado como

Toda área edificável além do coeficiente único de aproveitamento do lote, legalmente fixado para o local. O Solo Criado será sempre um acréscimo ao direito de construir além do coeficiente básico de aproveitamento estabelecido pela lei; acima desse coeficiente, até o limite que as normas edilícias admitirem, o proprietário não terá o direito originário de construir, mas poderá adquiri-lo do Município, nas condições gerais que a lei local dispuser para a respectiva zona.

Segundo DIAS (2009, p.255), define-se Outorga Onerosa da seguinte forma:

É a autorização dada pelo Poder Público para se construir acima do coeficiente de aproveitamento básico fixado pelo Plano Diretor, mediante contrapartida a ser prestada pelo beneficiário. Coeficiente de aproveitamento é a relação

entre a área edificável e a área do terreno.

O Estatuto da Cidade faculta a cada município determinar, de acordo com suas condições próprias, a capacidade de suporte do solo. O Plano Diretor das Cidades deve prever um nível máximo de edificação do solo. Assim, entende-se como solo criado a diferença entre o coeficiente de aproveitamento básico (área explorável do terreno, relação entre a área disponível e a realmente utilizável) e o limite máximo possível de ser edificado. Nesse ponto da discussão entra a importância da existência de um plano diretor para o correto uso do instituto.

É o Plano Diretor do Município que determinará, por exemplo, a definição do coeficiente de aproveitamento básico, que poderá ser único ou diferenciado para áreas específicas; o estabelecimento das áreas da cidade em que seria admitida a edificação para além do respectivo coeficiente básico e o estabelecimento de áreas em que será interdita a criação de solo; a definição dos limites máximos a serem atingidos pelos coeficientes de aproveitamento, considerando a proporcionalidade entre a infraestrutura existente e o aumento de densidade esperado em cada área e a fixação de áreas nas quais poderá ser permitida alteração de uso do solo, mediante recuperação da mais valia urbana por parte do Poder Público municipal, que deverá converter tal contrapartida em proveito do coletivo.

Tem-se, portanto, que o Plano Diretor deve prever as regras de cálculo, os critérios para a concessão da outorga onerosa e os parâmetros para a contrapartida. As condições para a concessão do direito de construir devem ser fixadas por lei municipal diversa do plano diretor.

A comercialização do direito de construir deve ser encarado pelos gestores como uma oportunidade de desenvolver áreas do próprio município, por meio da utilização da contrapartida em equipamentos urbanos capazes de oferecer qualidade de vida à população, pois, trata-se a outorga onerosa de um instrumento de Política Urbana e não apenas de um instituto jurídico, sendo que, de alguma forma, a função social da propriedade deve necessariamente prevalecer. Quando se vende a possibilidade de construir a mais do que se permite usualmente, corre-se o risco de colocar em primeiro plano os interesses do empreendedor, relegando ao segundo plano a função social da propriedade. Por isso, exige-se critério na concessão do direito, de maneira que o município não deve perceber o instituto como forma de captação de recursos, e sim, como recuperação da mais valia urbana.

Desta mesma forma, não se pode confundir a contrapartida da outorga onerosa com um tributo, tendo em vista que não é uma obrigação de caráter compulsório e sim uma retribuição por utilização de faculdade de direito. Nesta mesma linha de raciocínio já se pronunciou o Supremo Tribunal Federal em sede de Recurso Extraordinário. De tal modo, no Recurso Extraordinário número 226942/SC, a primeira turma do Supremo afirmou que a contrapartida tem caráter de compensação e não de imposto, como propunha o autor da lide:

EMENTA Tributário. Parcela do solo criado: Lei municipal nº 3.338/89. Natureza jurídica. 1. Não é tributo a chamada parcela do solo criado que representa remuneração ao Município pela utilização de área além do limite da área de edificação. Trata-se de forma de compensação financeira pelo ônus causado em decorrência da sobrecarga da aglomeração urbana. 2. Recurso extraordinário a que se nega provimento.

Há, contudo, uma tendência da banalização do instituto de maneira a se perceber a outorga como meio de arrecadação de capital, não sendo a outorga percebida como forma de arrecadar valores e destiná-los aos programas infraestruturais que contribuam com o desenvolvimento do espaço urbano e a construção de equipamentos urbanos que beneficiem a população em geral.

Com o intuito de viabilizar uma adequada utilização dos valores recebidos em contrapartida ao direito de construir acima do coeficiente básico de aproveitamento do solo foi estabelecido por alguns dos Planos Diretores o Fundo de Urbanização, gerido pelo órgão municipal responsável pelo planejamento urbano e de meio ambiente, fazendo-se, portanto, um controle mais específico para impedir a desvirtuação da remuneração e ceder espaço ao capital que desestrutura o espaço urbano. É



importante ainda, realçar que os valores pagos em compensação à extrapolação do direito básico de construir são diminutos, o que às vezes dá um caráter superficial à importância do instituto. O Poder Municipal, muitas vezes, não percebe a real natureza do instrumento em análise, deixando de recuperar a devida mais valia urbana e apenas auferindo pequena contrapartida como requisito para a outorga.

Como dito alhures, o Estatuto da Cidade traz em seu artigo 30, III, que a contrapartida será determinada por lei municipal, de maneira a ampliar as possibilidades e evitar, até mesmo, que os recursos arrecadados sejam objeto de desvios de verba. Todavia, diante da realidade da política brasileira, a contraprestação em realização de serviços que beneficiem toda a municipalidade tornar-se-ia muito mais apta e segura.

O artigo 31 do Estatuto preceitua que os recursos auferidos serão aplicados com as finalidades previstas nos incisos I a IX do artigo 26 do Estatuto, devendo-se destacar que existe a possibilidade de aplicação dos recursos em área diversa da localidade em questão.

Neste desiderato, a concessão da outorga não pode ter como objetivo principal a mera captação de recursos por parte do município, mas sim, impor restrições ao uso exagerado do solo, prejudicando assim malefícios à sociedade em geral.

Segundo DIAS (2009, p. 257) “o Prefeito Municipal incorre em improbidade administrativa quando aplicar os recursos auferidos com a outorga onerosa do direito de construir e de alteração de uso em desacordo com as hipóteses acima enumeradas.”

Algumas vezes, tal instituto tem sido utilizado com o argumento de adensamento de uma área (em 1990, Curitiba fez uso da outorga objetivando justamente o adensamento, ao longo da linha expressa do ônibus. A prefeitura aumentou o coeficiente de aproveitamento por meio do solo criado, visando o aproveitamento do sistema de transporte.). Todavia, outra crítica que aqui se faz ao instituto, quando não utilizado corretamente, é até que ponto o aumento de área construída traz aumento de densidade populacional, pois a maioria dos casos de aplicação do instituto com o escopo residencial se dá pela compra, por parte das grandes empresas, de área para aumentar o seu faturamento final na venda de apartamentos. Dessa forma, ao final da construção, grande parte da população, diga-se a grande parcela carente, não terá acesso a tais moradias, de maneira que tal utilização da propriedade não causará efeito benéfico ela, a menos que a mais valia recuperada na negociação seja realmente aplicada em seu favor por parte do Poder Público. No caso em análise, ao invés do adensamento, pode ocorrer a mudança do perfil sócio-econômico do local, expulsando a população mais carente para as zonas mais periféricas da cidade, o que gera outras problemáticas de caráter social.

Assim sendo, segundo Dornelas (2003, p. 14)

Em São Paulo, bairros que passaram por um grande aumento de área construída, verticalizando-se na década de 1990, como Tatuapé e Vila Madalena, tiveram um decréscimo populacional, pois houve a troca do perfil econômico dos moradores, por um público de mais alta renda, que exige grande área construída por pessoas.

Em se tratando de uso comercial, a expulsão da população carente ocorrerá de toda forma, de maneira que o uso do instituto só será proveitoso ao município na medida em que esteja buscando a função social da propriedade e o atendimento à parcela mais pobre da população da mesma forma que atende aos interesses do capital imobiliário.

## 7. CONCLUSÕES

Conclui-se, portanto, que após a intensa luta do movimento urbano pela concretização de normas que viessem a reger o uso e construção no espaço urbano brasileiro, muitos institutos jurídicos criados deveriam servir ao fim de fazer com que a impactante desigualdade que emerge da sociedade brasileira fosse, de certa forma, amenizada por políticas públicas por

parte do Município. Dentre tais institutos jurídicos criados está a Outorga Onerosa do Direito de Construir, que constitui uma maneira de recrudescimento de capital por parte dos empresários da construção, sendo que, ao mesmo tempo serve como forma de recuperação de mais valia urbana, oportunizando ao Município capital para investir na infraestrutura das áreas que mostram necessárias.

Todavia, o que se pode perceber diante da pesquisa realizada é a pouca importância dada a esse retorno de investimentos, pois, ocorre, na maioria das vezes, a cobrança de um montante pífio diante do tamanho do lucro obtido pela empresa privada. Além disso, os recursos arrecadados, às vezes, não são aplicados como deveriam, visto que, a concessão da outorga implica consequências para o meio urbano, o que enseja a dotação de infraestrutura capaz de suportar uma construção que vai além do que permite o coeficiente máximo de adensamento do solo urbano. Deve-se ter em mente que a regulação urbanística brasileira deve servir à função de, em primeiro lugar, reduzir as desigualdades que emergem no território.

Assim, se demonstra necessário reformular o modo de aplicação deste instituto jurídico, no sentido de que as leis que não tem eficácia não podem assim permanecer, pois um ordenamento jurídico ineficaz traz diversos problemas para a sociedade. Permite assim, que o Estado perca seus meios de governança e admite a tomada de decisões por outras classes formadoras da sociedade. Então, ao que se apresenta, é imprescindível que o governo atue de forma positiva, a liderar os mecanismos de efetivação das leis, sob pena de os perder para o capital.

Estes novos meios a serem utilizados pelo governo, no que diz respeito a outorga onerosa do direito de construir, perpassa pela reformulação dos valores cobrados em troca do direito de construir a mais e o planejamento prévio acerca da destinação adequada dos valores recuperados com a outorga concedida, priorizando-se, por exemplo, o investimento em infraestrutura. Portanto, é imperativo entender que o Estado deve viabilizar e efetivar estes mecanismos, com o escopo de ordenar o espaço urbano, que reflete nos demais campos de atuação do ente público, como saúde, educação e emprego.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antonio. Curso de direito administrativo. 28. ed. São Paulo: Malheiros, 2011.

BASSUL, José Roberto. **Estatuto da Cidade:** A construção de uma lei. Disponível em: <[http://www.citiesalliance.org/ca/sites/citiesalliance.org/files/CA\\_Images/CityStatuteofBrazil\\_Port\\_Ch5.pdf](http://www.citiesalliance.org/ca/sites/citiesalliance.org/files/CA_Images/CityStatuteofBrazil_Port_Ch5.pdf)>. Acesso: 30 de set. 2010.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Recurso Extraordinário nº 226942/SC. 1ª Turma do Supremo Tribunal Federal. Distrito Federal, 21/10/2008.

CARVALHO, Kildare Gonçalves. **Direito Constitucional. Teoria do Estado e da Constituição. Direito Constitucional Positivo.** 14ª. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

DORNELAS, Henrique Lopes. **Aspectos jurídicos da outorga onerosa do direito de construir:** Solo Criado. Revista Jus Vigilantibus, 2003. Disponível em: <<http://jusvi.com/artigos/497>>. Acesso: 07 de out. 2010.

DOS SANTOS, Márcia Walquiria Batista. Direito de propriedade e direito de construir.

Disponível em: <[www.professoramorim.com.br/dados/anexos/374.doc](http://www.professoramorim.com.br/dados/anexos/374.doc)> Acesso: 05.11.10

DIAS, Gilka da Mata. **Cidade Sustentável:** Fundamentos legais, política urbana, meio ambiente, saneamento básico. Natal: Ed. do Autor, 2009.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Estudos e pareceres de direito público.** São Paulo: Rt, 1986. 6 v.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Municipal Brasileiro.** 15 ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2003.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente:** Doutrina, jurisprudência, glossário. 3ª ed. São Paulo: RT, 2004.  
Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4483>>. Acesso: 30 de set. 2010.

SANTOS, Milton. A urbanização Brasileira. 5 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

SCHMIDT, Benício Viero e FARRET, Ricardo. A questão urbana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

SOUZA, Maria Adélia de. Governo Urbano. São Paulo: Nobel, 1988.

## PERFIL SOCIOECONÔMICO E AMBIENTAL DAS COMUNIDADES DA ZONA NORTE DE TERESINA – PIAUÍ RELACIONADO ÀS ÁREAS DE RISCO

Renan de Castelo Branco ARAÚJO<sup>1</sup>, Helsiane Rêgo FERREIA<sup>2</sup> e Jaqueline Santos BRITO<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina / Central, <sup>2</sup>Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina / Central e

<sup>3</sup>Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina / Central

<sup>1</sup>renanmetallica@yahoo.com.br - <sup>2</sup>helsianerego@gmail.com - <sup>3</sup>jacqueline\_sbrito@yahoo.com.br

### RESUMO

Na zona Norte da cidade de Teresina, Piauí, diversos moradores enfrentam dificuldades por se encontrarem em regiões caracterizadas como áreas de risco. Essas áreas estão sujeitas a forças da natureza e portanto são consideradas impróprias para habitação. Ainda assim, ano após ano, tragédias relacionadas com a cheia dos rios se repetem. Essas cheias acabam ocasionando inundações em vários bairros que ocupam as margens dos rios e principalmente o entorno de lagoas que são áreas de vazão desses corpos d'água. O objetivo do presente trabalho é conhecer o perfil socioeconômico e ambiental dos moradores dos principais bairros atingidos pelas inundações e correlacionar com essas áreas de risco, além de fazer uma breve análise sobre as condições de infraestrutura dos mesmos. Para tanto fora realizada uma pesquisa bibliográfica, para obter referências que fundamentem o trabalho e um estudo de campo para a aplicação de questionários e registro fotográfico a fim de conhecer melhor o problema no ano de 2009.

**Palavras-chave:** Condições socioeconômicas e ambientais, População, Áreas de risco, Zona Norte.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil é um país com uma vasta rede hidrográfica o que às vezes torna-se um problema devido à proximidade de muitas cidades com rios, lagoas e demais corpos d'água. Na cidade de Teresina localizada no estado do Piauí essa é uma realidade comum, pois a mesma está localizada entre dois rios, Parnaíba e Poti, que possuem diversas lagoas que são, originalmente, áreas de vazão dos rios e que agora se encontram habitadas, devido o processo de expansão e ocupação urbana irregular.

Assim, quase todos os anos a cidade enfrenta problemas de alagamento (Figura 1). Logo, conhecer as condições sociais, econômicas e ambientais da população e saber a noção de risco que eles têm nos mostra o grau de aceitação individual e coletivo, o que varia de acordo com as condições objetivas e subjetivas, além de facilitar na hora de uma intervenção para a melhoria a situação.



**Figura 1: Horta comunitária inundada no bairro Poti Velho**

Em Teresina existem vários pontos de risco de alagamento e um dos pontos mais críticos se localiza na região norte da cidade, onde há um número enorme de habitantes e se encontra uma zona industrial, as olarias, que são bastante significativas para o desenvolvimento da capital, sem mencionar a importância cultural da região devido à presença do Pólo Cerâmico.

Cada indivíduo percebe o ambiente de maneira diferente e reage de acordo com essa percepção. Entender esse pensamento, em toda a sua extensão se possível, facilita na resolução de vários problemas. A percepção ambiental nos mostra o grau de satisfação (ou não) de cada pessoa e assim é possível intervir, levando melhorias, partindo de um problema menor e alcançando um maior, pois é preciso entender as partes para se chegar ao todo. Sendo assim, esse projeto de pesquisa é extremamente relevante, pois através dele será possível conhecer melhor essa realidade além de buscar soluções viáveis seja através da ação do poder público, da conscientização e da educação ou de qualquer outra ferramenta.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Antes de conhecer e analisar a situação e os resultados que podem vir a partir daí é necessário ter por base conceitos e fundamentos para auxiliar no entendimento dessas questões. As áreas de risco são uma constante nos nossos dias e suas decorrências têm diversas razões. No presente trabalho o principal agente responsável por esses transtornos é o fluvial, as áreas de estudo são diretamente atingidas por inundações periódicas, resultantes das cheias dos rios que somados à ocupação irregular de terrenos e ao perfil das comunidades (suas características) geram diversas catástrofes.

Para Melo (2007), geralmente, as regiões densamente povoadas são as que passam a sofrer as consequências negativas de ações resultantes de uma série de questões, que quando caracterizadas

demonstram a fragilidade das medidas adotadas na área de drenagem e que requerem uma nova abordagem conceitual do enfrentamento dos problemas das águas pluviais urbanas para os próximos anos.

O trabalho de Mota (2005) revela que a ocupação de terrenos de encostas, acompanhadas do desmatamento, de alterações no escoamento natural das águas, de movimentos da terra e da impermeabilização do solo, reflete-se nos recursos hídricos principalmente, por que; resulta no aumento da erosão do solo ocasionando o assoreamento de mananciais, bem como o aumento da turbidez da água causando prejuízos ecológicos ou sanitários, isto contribui para o aumento da erosão e pode ocasionar alterações no escoamento e no armazenamento da água nos mananciais provocando inundações, reduz a recarga dos aquíferos, como resultado do aumento do escoamento superficial e da diminuição da infiltração da água.

Já Cançado e Lorandi (2004), diz que é preciso levar em consideração também a própria geologia e hidrografia local, a própria natureza pode também estabelecer condições para que esses incidentes venham a ocorrer de forma mais intensa. Para Cunha (2002) a migração dos canais de um rio pode prejudicar a utilização dos terrenos ribeirinhos e destruir pontes, principalmente quando estas estejam fundadas nas aluviões. Embora de rara ocorrência e curta duração, as situações de cheia são, freqüentemente, responsáveis por significativas alterações nas características geomorfológicas do sistema sedimentar, podendo desencadear a avulsão. Enfocando-se os problemas resultantes de inundações, estes dependem do grau de utilização das áreas marginais e de várzea pela população e da freqüência com a qual a inundação ocorre. Com o crescimento urbano desordenado e descontrolado, observado principalmente na segunda metade desse século, as áreas de risco considerável foram ocupadas, trazendo problemas sociais e ambientais.

Atualmente esses processos são mais ocorrentes e complexos devido à grande expansão das cidades e a falta de um planejamento assim como uma infraestrutura urbana adequada para atender as necessidades básicas da população além de tentar sanar ou pelo menos minimizar esses problemas. Para Garcia (2002) o processo de urbanização causa preocupação devido à falta de planejamento nas cidades de países em desenvolvimento, onde o crescimento ocorre de maneira desordenada e sem um estudo planejado de sua infra-estrutura.

“A expansão da fronteira urbana, sem critérios técnicos adequados, associada à segregação sócio-espacial na sociedade capitalista, impulsionou a ocupação desordenada de áreas geomorfologicamente frábil ao uso urbano. Esse processo de ocupação do espaço tem gerado resultados negativos, como é o caso da instalação de áreas de risco geomorfológico”. (DAL’ASTA, 2005, p. 896).

Esse conceito pode ser ainda complementado pela citação de Tucci (1997), a inundação das cidades brasileiras é um processo que produz impactos sociais e econômicos devido principalmente a falta total de planejamento e a adoção de soluções inadequadas.

### 3. OBJETIVOS

Objetivo geral:

Conhecer o perfil socioeconômico e ambiental da população residente nos bairros Poti Velho, São Joaquim, Nova Brasília e Mafrense (que juntos formam o grande conjunto do Poti), zona norte da cidade de Teresina-Piauí.

Objetivos específicos:

- Averiguar os principais impactos ambientais que existem na região.
- Conhecer e analisar a infraestrutura dos bairros e sua relação com o fenômeno.

## 4. MATERIAIS E MÉTODOS

### 4.1. ÁREA DE ESTUDO

Os bairros Poti Velho, Mafrense, São Joaquim e Nova Brasília são áreas da zona norte da cidade de Teresina, muito conhecidas por serem tanto próximas umas das outras como por serem áreas de risco devido á inundações (Figura 2). Suas extensões são consideráveis, o bairro Poti Velho tem uma área de 368.923,56 m<sup>2</sup>, o Mafrense 724.260,24 m<sup>2</sup>. Já o bairro São Joaquim destaca-se por ser o maior, com uma área total de 1.145.851,53 m<sup>2</sup>. Como conseqüência, a população desses bairros também atinge números elevados. Como exemplo, a população do Poti Velho, de acordo com a Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SDU Norte), no ano de 2004 totalizava 4.553 habitantes.



Figura 2: Área de estudo englobando os bairros

### 4.2. METODOLOGIA

O levantamento bibliográfico do presente trabalho se deu através de pesquisas em livros da biblioteca Doutor Francisco Montojos do Instituto Federal do Piauí, Campos Teresina - Central onde boa parte do tempo foi investida no levantamento bibliográfico, bem como na internet, em busca de artigos, pesquisas e trabalhos publicados em anais, congressos, revistas, etc., através dos quais foi possível conhecer o conteúdo que está sendo abordado no trabalho, além disso, foram realizadas visitas à Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SDU Norte), para obter informações mais completas e atualizadas da situação na área de estudos.

A pesquisa de campo ocorreu ao longo dos meses maio, junho e julho do ano de 2009, onde foram aplicados 60 questionários pelo sistema de amostragem, que foram divididos entre os bairros, e também se dividiam em partes, uma parte socioeconômica que abordavam questões como; grau de escolaridade, a profissão, renda mensal, o tempo em que residiam nos bairros, e outra parte para a análise do perfil ambiental que continham perguntas direcionadas para analisar a percepção ambiental dos moradores dos bairros, o que seriam problemas ambientais e quais os moradores conseguiram identificar na região, qual solução seria melhor para tais problemas, também houve questões em relação à coleta de lixo, se era feita e qual a freqüência, se existia tratamento na água além do convencional, o que eles entendiam sobre áreas de riscos e se eles se consideravam em área de risco, se morariam em outro local caso fosse possível, além disso, foi realizado m levantamento fotográfico do local, tanto das lagoas quanto das casas onde se localizam as áreas de risco nos bairros.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Em campo foi possível averiguar e documentar a situação no perímetro das lagoas e das residências ao redor. Constatou-se que a infraestrutura de um modo geral é precária, não atendendo assim a real necessidade da população e o número de lagoas é grande tanto em número quanto em área individual. Somando-se a isso temos que o nível de poluição é elevado, pois uma parte do lixo é apenas jogado nas lagoas e suas adjacências, o sistema de esgoto é inexistente, havendo apenas grandes galerias que teoricamente seriam para drenar águas pluviais e que servem apenas como esgoto a céu aberto (Figura 3).



**Figura 3: Esgotos a céu aberto e lixo doméstico exposto no bairro Nova Brasília**

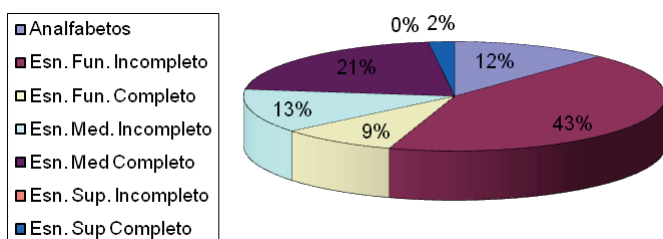
Também foi possível observar o dique de proteção do Poti Velho que é uma tentativa de “conter” o rio na época das cheias e também uma estação de comando onde bombas drenam a água excedente das lagoas e devolvem ao rio, além de algumas atividades dos moradores que dependem diretamente das lagoas (Figura 4). Quanto ao questionário, foram feitos diversos questionamentos aos moradores e serão analisados e discutidos aqui os mais relevantes.



**Figura 4: Pescador com sua tarrafa, alguns moradores dependem das lagoas para viver**

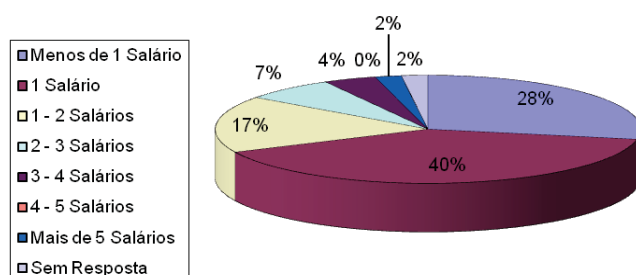
Uma das principais temáticas averiguadas foi o nível de escolaridade (Figura 5) onde se percebeu que a maioria dos entrevistados possuía apenas o ensino fundamental. Isso nos remete ao pensamento de que uma educação de nível e de qualidade tem relação direta com a percepção ambiental de cada indivíduo. Na medida em que se têm acesso à informação e ao conhecimento, pode-se evitar ou reduzir riscos inerentes ao ambiente em que se vive.





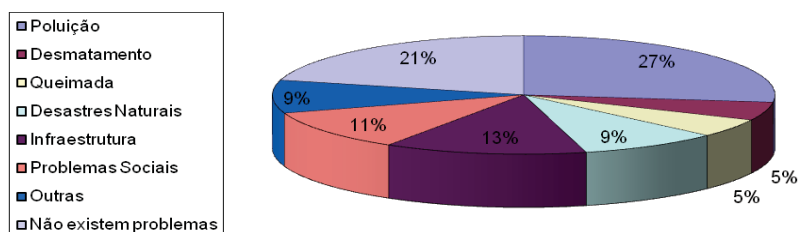
**Figura 5: Nível de escolaridade dos moradores**

Não só a falta de educação é um indicador do problema, mas também a pouca renda familiar (Figura 6). 40% dos entrevistados recebem apenas um salário mínimo, salário esse geralmente oriundo de políticas governamentais. Isso faz com que eles não possuam um poder aquisitivo elevado, conseqüentemente muitos vivem no lugar por não possuírem condições de sair, chegando a residir boa parte de suas vidas, esse fator também dificulta o acesso a uma educação de qualidade.



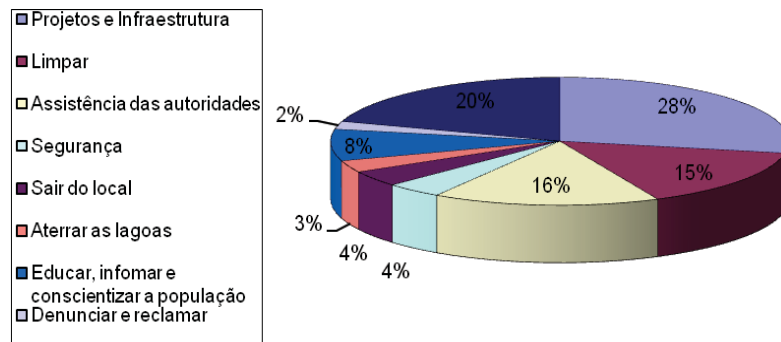
**Figura 6: Renda mensal dos moradores entrevistados**

Quando questionados sobre o que viria a ser meio ambiente mais da metade dos moradores deram respostas evasivas ou até mesmo sem muito sentido. Os que ponderaram melhor responderam apenas que “É o meio em que vivemos”. Isso refletiu quando foram indagados sobre “O que é um problema ambiental?”, pois elas deram exemplos de problemas e não um conceito concreto, tanto que na figura 7 podemos observar que eles souberam indicar os principais problemas ambientais da região. Novamente, a temática da educação não pode ser deixada de lado, uma vez que em muitos casos nem sempre o “senso comum” é o suficiente para distinguir determinados conceitos, o que pode culminar em novos problemas (socioeconômicos e ambientais) ou até mesmo aumentar problemas já existentes.



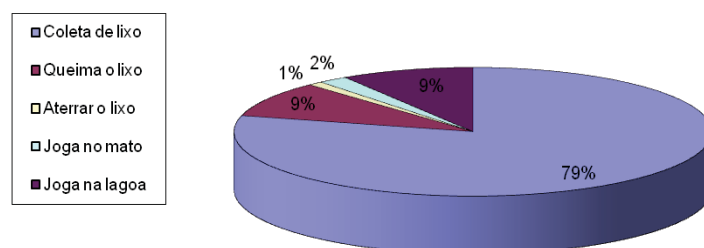
**Figura 7: Principais problemas ambientais detectados pela população**

Com todos esses entraves, foi dada à população a oportunidade de apontar soluções para os mesmos (Figura 8). A grande maioria clamou por melhorias imediatas de infraestrutura no local, seguido por campanhas de conscientização, informação e educação o que demonstra um interesse, pelo menos a primeira vista, de entender a situação e ajudar a saná-la. Além disso, algumas das soluções indicadas seriam apenas paliativas como limpar as lagoas e outras um tanto mais “radicais” como aterrar as mesmas, o que alteraria de forma drástica o ecossistema local. Contudo, apenas em poucos momentos era possível perceber uma iniciativa dos próprios moradores de resolver os problemas.



**Figura 8: Sugestões propostas pelos moradores**

Ao serem indagados sobre higiene básica e pessoal, sendo que o foco das perguntas foi quanto ao destino do lixo residencial (Figura 9) 79% alegaram que seu destino era a coleta realizada pelo município, mesmo assim ainda houve aqueles que queimavam, aterravam, jogavam nos matos e nas lagoas, prejudicando a si e a comunidade, pois em cada um dos casos diversos impactos ambientais são gerados. No caso da queima, existe a produção de CO<sub>2</sub>, no caso de jogar o lixo em terrenos e nas lagoas, facilita a propagação de vetores e suas doenças, enterrar ou “aterrar” o lixo pode resultar em uma contaminação do solo e assim por diante. Também foi averiguado se era realizado algum tratamento pelos moradores na água que consumiam. 65% afirmaram que filtram a mesma através de filtros de barro artesanal, 12% disseram realizar outro tipo de tratamento como fervura ou expor ao sol e apenas 23% não realizam tratamento algum, isso revela uma preocupação com a saúde e o bem estar dos próprios entrevistados em relação à água que utilizam.



**Figura 9: Destino do lixo domiciliar nos bairros**

Com relação às lagoas, os moradores foram questionados sobre a existência de qualquer tipo de tratamento nas mesmas e a grande maioria respondeu não haver tratamento algum, nem pelo poder público, nem pelos moradores dos bairros, já 12% alegaram haver apenas uma limpeza superficial para retirar parte do lixo, do lodo e também uma parte da cobertura vegetal da lagoa (em sua maioria aguapés) e 2% não sabiam de forma alguma se havia ou não tratamento. Esse dado demonstra que além

das condições biológicas das lagoas não estarem dentro de seus padrões (pois encontram-se poluídas) a saúde dos moradores está sendo posta em risco uma vez que muitos têm um contato direto com as lagoas (especialmente pescadores), além disso, quando ocorrem as inundações a população dos bairros fica completamente exposta, aumentando assim os índices de contaminação por doenças que estão vinculadas à água.

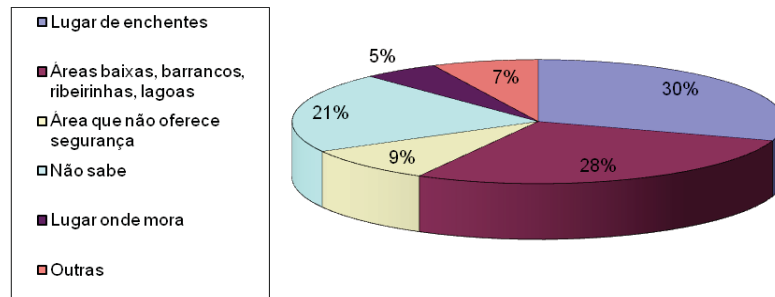


Figura 10: Compreensão dos moradores sobre áreas de risco

Assim que a temática das áreas de risco foi abordada (Figura 10) as respostas coletadas foram interessantes, pois muitos moradores usaram as áreas da redondeza ou próprio local em que reside como exemplo de áreas de risco, enquanto outros argumentaram um conceito vago, mas ainda sim válido. Contudo, apesar de revelarem algum conhecimento de causa, quando se perguntou sobre o nível de segurança do lugar em que viviam (Figura 11) mais da metade alegou ser seguro, isso revela um contraste gritante, pois mesmo possuindo noções básicas sobre a temática, muitos residentes não reconheciam estar em uma área de risco.

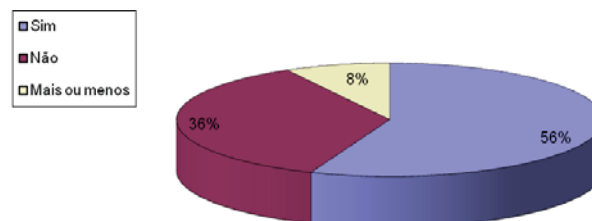
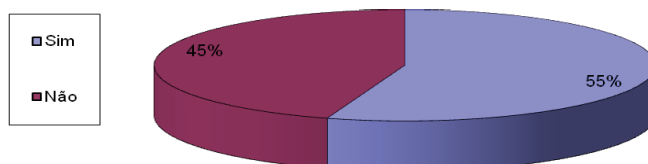


Figura 11: Avaliação dos moradores sobre o nível de segurança do local

Também foi sugerida a possibilidade de que os habitantes do bairro pudessem deixar o local e morar em qualquer outro lugar caso lhes fosse possível, 55% alegaram que não se mudariam (Figura 12) o que revelou o grande apego sentimental ao lugar em que vive, pois ali estavam suas raízes, ou seja, são valores culturais passados através das gerações, “não há lugar como o lar” ou “lar, doce lar”, por exemplo. Logo é possível concluir que além de influenciar na decisão da mudança, esse valor dado ao local em que se vive traz consigo uma “falsa impressão”, a impressão de que se está seguro por estar protegido em sua moradia, especialmente porque o fenômeno das cheias só ocorre uma vez ao ano e nem sempre em níveis tão alarmantes.



**Figura 12: Porcentagem de habitantes dispostos a deixar o local**

Além disso, com a expansão urbana desenfreada, a divisão das terras não é feita com foco na justiça social e esta é constantemente especulada de diversas maneiras, tornando a segregação dos estratos sociais menos favorecidos inevitável. Esse fato, por muitas vezes, incorpora ainda mais o valor dado aos lugares que as camadas mais excluídas adquirem para morar, especialmente se aquele lugar oferecer condições mínimas ou básicas de sobrevivência.

Para finalizar os moradores foram indagados sobre a existência de projetos designados ao bairro e 44% dos moradores respondeu que conheciam inclusive citando alguns exemplos, em especial o Projeto Lagos do Norte, um projeto de construção de casas populares destinadas às vítimas das enchentes, além de projetos comunitários. Todavia quando questionados se participavam efetivamente de algum tipo de projeto a grande maioria, 95%, responderam que não participavam o que revelou mais uma vez o antagonismo, ao mesmo tempo em que os moradores exigem soluções, não se empenham em construí-las, pois não ajudam efetivamente nem a comunidade nem o poder público.

## 6. CONCLUSÕES

Conforme os dados obtidos, a maioria dos entrevistados não soube responder seguramente a uma boa parte das questões propostas pelo questionário, mesmo os moradores com um nível de escolaridade mais avançado. Além disso, suas atitudes demonstram uma falta de conscientização por parte individual e coletiva de cada um, já que só “culpavam” os vizinhos, autoridades entre outros, não assumindo assim a responsabilidade e tomando para si a iniciativa de tentar reverter à situação. Poucos cidadãos estavam conscientes de que suas atividades denegriam o meio ambiente e assumiam que estavam errados em certas atitudes.

Além disso, a infraestrutura do local não atende de maneira eficaz as necessidades da população. É possível estabelecer uma relação entre o fenômeno de periferização das comunidades de menor poder aquisitivo e sua colocação nas áreas de risco uma vez que, essas áreas não são muito valorizadas pelos agentes imobiliários e acabam sendo ocupadas por essas pessoas, expondo as mesmas ao risco. As áreas de lazer do bairro encontram-se abandonadas e na época das cheias toda a comunidade sofre sérios danos que não podem ser contidos tão rapidamente, e a cada ano que se passa a situação piora.

É possível perceber também que devido o processo de urbanização e exclusão social, essas pessoas que se encontram na periferia acabam desenvolvendo a topofilia, trata-se de um grande apego sentimental ao lugar em que vive, não raramente por não ter opção de escolher outro para viver. É necessária uma assistência urgente a essa área tanto pelo lado ambiental da questão, mas também pelo lado social, pois pessoas vivem ali e se nada for feito então logo haverá problemas maiores a enfrentar.

## 7. AGRADECIMENTOS

Agradecemos em primeiro lugar a Deus, sem o qual nada seria possível. Agradecemos também encarecidamente ao Instituto Federal do Piauí – Campos Teresina Central e a todos os grandes mestres do curso de Tecnologia em Gestão Ambiental, em especial a Prof<sup>a</sup> Msc. Jacqueline Santos Brito por ter nos orientado não apenas nesta incrível pesquisa científica, mas também orientado para a vida. Por fim, um obrigado especial a todos os nossos familiares, amigos e entes queridos e que este seja apenas mais um de vários trabalhos de sucesso.

## 8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, C. F. **Estudo de Planícies de inundação através da análise dos parâmetros hidráulicos do canal principal e sua influência na avaliação do risco fuzzy de enchentes.** Disponível em: [http://biblioteca.universia.net/html\\_bura/ficha/params/id/17557974.html](http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/17557974.html). 2008. Acesso em: 12 abr. 2009.

CANÇADO, C. J.; LORANDI, R. Propostas de Zoneamento de áreas de risco de inundações em bacias hidrográficas. Apresentado no **XXVII Congresso Interamericano de Engenharia Sanitária e Ambiental**, Rio de Janeiro, ABES, 2000. p. 1-13. 2004.

CUNHA, P. P. Vulnerabilidade e risco resultante da ocupação de uma planície aluvial – o exemplo das cheias do rio Mondego (Portugal central), no inverno de 2000/2001. **Revista Territorium**, n. 9. p. 3-13. 2002.

DAL’ASTA, A. P. Análise de áreas de risco geomorfológico em Santa Maria – RS: O caso do morro Cechela. **Anais do XI Simpósio Brasileiro de Geografia Física Aplicada – 05 a 09 de setembro de 2005 – USP**. p. 896. 2005.

GARCIA, J. I. B. **Monitoramento Hidrológico e Modelagem da Drenagem Urbana da Bacia do Arroio Cancela – RS.** GHIDROS. Grupo de Pesquisa em Recursos Hídricos e Saneamento Ambiental da Universidade Federal de Santa Maria. 2002.

MELO, M. J. V. **Medidas Estruturais e Não-Estruturais de Controle de Escoamento Superficial Aplicáveis na Bacia do Rio Fragoso na Cidade de Olinda.** Teses e Dissertações. Ed Universitária UFPE, vol.16. 2008.

MOTA, S. **Introdução à Engenharia Ambiental.** 3ed. Rio de Janeiro: ABES. 2000.

PAIVA, I. M. R.; SILVA, D. S. Risco de Cheia, Vulnerabilidade e vias de mitigação. O Baixo Mondego e as cheias de 2000/01 enquanto caso de estudo. **Anais do V Congresso Ibérico de Gestão e Planejamento da Água**, Faro. 2002.

TUCCI, C. E. M. **Aspectos Institucionais do controle das inundações urbanas.** 1997. Disponível em: <http://www.iph.ufrgs.br/corpo docente/tucci/publicacoes/institu.PDF>. Acesso em: 12 abr. 2009.

## PROPOSTA PARA O GERENCIAMENTO EM UMA ÁREA DE RISCO: COMUNIDADE ASA BRANCA – JOÃO PESSOA/PB

A. C. V.<sup>1</sup>, J. C. S.<sup>2</sup>, V. S. G.<sup>3</sup> e M. D. D. C. D.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa, <sup>2</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa,

<sup>3</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa e <sup>4</sup>Instituto Federal da Paraíba - Campus João Pessoa.

<sup>1</sup>amandavicente.jp@gmail.com - <sup>2</sup>jadelyc.santos@gmail.com - <sup>3</sup>vanessa.gestao.ifpb@gmail.com -

<sup>4</sup>duarte\_mdc1@hotmail.com

### RESUMO

Diante do cenário de expansão urbana da cidade de João Pessoa - PB foi possível se configurar o aumento populacional e intensificar o processo de segregação espaço-territorial da mesma. Essa circunstância contribuiu para a ocupação em bairros periféricos e vazios espaciais por populações de baixa renda em locais carentes em infra-estrutura básica, ou seja, ocupando áreas de risco tais como vales dos rios, mangues, encostas, entre outros. A ocupação irregular de tais áreas acelera o processo de degradação ambiental devido à utilização indevida dos recursos naturais, tornando-as mais vulneráveis a diversos riscos. Nesse sentido, há a necessidade de realizar um gerenciamento dessas áreas de maneira a propor a prevenção, redução, e controle dos riscos em que a comunidade está sujeita. Com isso, o presente estudo tem como objetivo analisar uma área de risco localizada no município de João Pessoa - PB e propor alternativas para gerenciá-la. A área escolhida como nosso objeto de estudo foi a comunidade Asa Branca que está localizada no bairro do Roger e inserida numa área vulnerável a desmoronamentos e deslizamentos. Metodologicamente, o referido trabalho desenvolveu-se a partir de um levantamento bibliográfico e em órgãos municipais, e análise “in loco”, para registros fotográficos, consulta à população local e observação dos aspectos ambientais e socioeconômicos. Baseando-se nos dados obtidos, a partir do estudo realizado na Comunidade, e de acordo com os parâmetros para gerenciamento de riscos do Ministério das Cidades são apontadas algumas propostas para a gestão da área.

**Palavras-chave:** área de risco, gerenciamento, vulnerabilidade, desastres ambientais.

## 1. INTRODUÇÃO

O processo de urbanização da cidade de João Pessoa se inicia a partir da década de vinte, período em que sofreu transformações de caráter cultural, ideológico e, inclusive, espacial, sendo de grande importância para a definição dos espaços urbanos. No entanto, foi nas décadas de sessenta e setenta que ocorreu uma acentuada expansão em direção ao leste e ao sul, através de grandes construções e obras tais como importantes avenidas e ruas onde foi possível ampliar de fato o seu espaço territorial.

Neste cenário de expansão urbana pôde se configurar o aumento populacional, como nas demais cidades brasileiras, gerado por fatores socioeconômicos, e intensificar o processo de segregação espacial. Desta forma, houve a ocupação em bairros periféricos e vazios espaciais por populações de baixa renda em locais carentes em infra-estrutura básica, ou seja, ocupando áreas de risco tais como vales dos rios, mangues, encostas, entre outros. Este fato é acentuado na década de oitenta por ações políticas que contribuíram através de pequenos investimentos, e programas habitacionais à construção através de materiais acessíveis e mutirões, resultando em habitações precárias.

Tal situação é resultado de um desenvolvimento urbano sem o devido planejamento, associado a outros fatores de natureza política, social e econômica que contribui para o constante processo de urbanização e, por sua vez, provoca impactos negativos ao meio ambiente e na qualidade de vida das populações. A ocupação irregular de tais áreas acelera a degradação ambiental pela utilização indevida dos recursos naturais, tornando-as mais vulneráveis a diversos riscos.

Diante desta situação se faz necessário um gerenciamento ambiental nesses locais de maneira a propor a prevenção, redução, e controle dos riscos em que a comunidade está susceptível. Como também mecanismos políticos- econômicos e ações que proporcionem a tomada de consciência da população através de práticas educacionais que favoreçam a sua percepção ao risco em que está inserida, e proporcione melhoria na sua qualidade de vida.

Com isso, o presente estudo tem como objetivo analisar uma área de risco localizada no município de João Pessoa - PB e propor alternativas para gerenciá-la.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A ação humana é um dos principais fatores, senão o principal, que contribui para o acelerado processo de degradação ambiental. Isso ocorre, principalmente, devido à intensa e desordenada ocupação espaço-territorial que deu origem aos chamados aglomerados subnormais.

Tais locais são considerados os mais propícios a ocorrências de desastres naturais, uma vez que, a população ali existente vive em condições insalubres, localizada, muitas vezes, em locais impróprios (margens de rios, morros, encostas, etc), apresentando ineficiência de infraestrutura básica e problemas de caráter socioambiental, aumentando a vulnerabilidade a diversos tipos de riscos.

O Ministério das Cidades considera o risco como sendo a:

Relação entre a possibilidade de ocorrência de um dado processo ou fenômeno, e a magnitude de danos ou consequências sociais e/ou econômicas sobre um dado elemento, grupo ou comunidade. Quanto maior a vulnerabilidade, maior o risco. (BRASIL, [2007] p. 26).

Enfatiza, ainda, que uma área de risco pode ser definida como:

Área passível de ser atingida por fenômenos ou processos naturais e/ou induzidos que causem efeito adverso. As pessoas que habitam essas áreas estão sujeitas a danos à integridade física, perdas materiais e patrimoniais. Normalmente, no contexto das cidades brasileiras, essas áreas correspondem a núcleos habitacionais de baixa renda (assentamentos precários) (BRASIL, [2007] p. 26).

Diante disso, a problemática existente nas áreas de risco está associada a condicionantes socioeconômicos e ambientais, principalmente os de caráter geológico-geotécnico, como deslizamentos. Filho & Cortez (2008) ressaltam que processos de deslizamentos de encostas têm aumentado significativamente nas últimas décadas, principalmente nos grandes centros urbanos, onde esses movimentos de massa são agravados em função da urbanização intensa e das construções de residências em áreas de encostas acentuadas.

De acordo com a definição do Glossário da Defesa Civil Nacional (2009), deslizamento é o fenômeno provocado por escorregamento de materiais sólidos, como solos, rochas, vegetação e/ou material de construção ao longo dos terrenos inclinados, sendo considerado um desastre “dito” natural; e o desmoronamento, também chamado de desabamento, seria o derrubamento de uma edificação devido a movimentos de encostas.

Ainda, de acordo com o Glossário da Defesa Civil Nacional desastres naturais são aqueles provocados por desequilíbrios e fenômenos da natureza produzidos por fatores de origem externa e que atuam independentemente da ação humana.

Filgueira (2004) *apud* Nascimento (2009) resalta que um desastre não é um problema da natureza por si só, mas sim um problema da relação entre o natural, a organização e estrutura da sociedade, ou seja, é a resultante de um processo social.

Ainda, de acordo com Lavell (2003) *apud* Nascimento (2009) a gestão do risco “é um processo social complexo que envolve ações de planejamento, intervenção e organização, que devem ser avaliadas e conduzidas de forma contínua e consistente em cada fase do desastre”.

Nesse sentido, é de fundamental importância o gerenciamento em áreas de risco. Segundo o Glossário de Gerenciamento de Riscos da CETESB esse termo é definido como sendo a formulação e a implantação de medidas e procedimentos, técnicos e administrativos, que têm por objetivo prevenir, reduzir, e controlar os riscos, bem como manter uma instalação operando dentro de padrões de segurança considerados toleráveis ao longo de sua vida útil.

UNDRO (1991) *apud* Brasil (2006) destaca que durante a Década Internacional de Redução dos Desastres Naturais um dos resultados positivos foi a formulação de quatro estratégias indispensáveis para o gerenciamento de riscos, a saber: identificação e análise de riscos; adoção de medidas estruturais para a prevenção de acidentes e a redução dos riscos; adoção de medidas não estruturais com implantação de planos preventivos, monitoramento e atendimento das situações de emergência; e informação pública e capacitação para prevenção e autodefesa.

Nesse sentido, faz-se necessário a atuação do poder público, bem como da sociedade civil em todas as etapas do processo de gerenciamento de áreas de risco.

### 3. METODOLOGIA

A área de estudo está localizada na cidade de João Pessoa – PB, no bairro do Roger, na subdivisão baixo Roger. Possui uma população de, aproximadamente, 2250 habitantes, com cerca de



500 domicílios e apresenta uma área de abrangência de 2,03 hectares, conforme dados obtidos na Secretaria de Desenvolvimento Social de João Pessoa. A comunidade foi fundada em 1985 recebendo, inicialmente, o nome de Nossa Senhora de Lourdes. Alguns anos depois foi nomeada Conjunto Habitacional João Navarro Filho, no entanto, é hoje popularmente conhecida como comunidade Asa Branca.

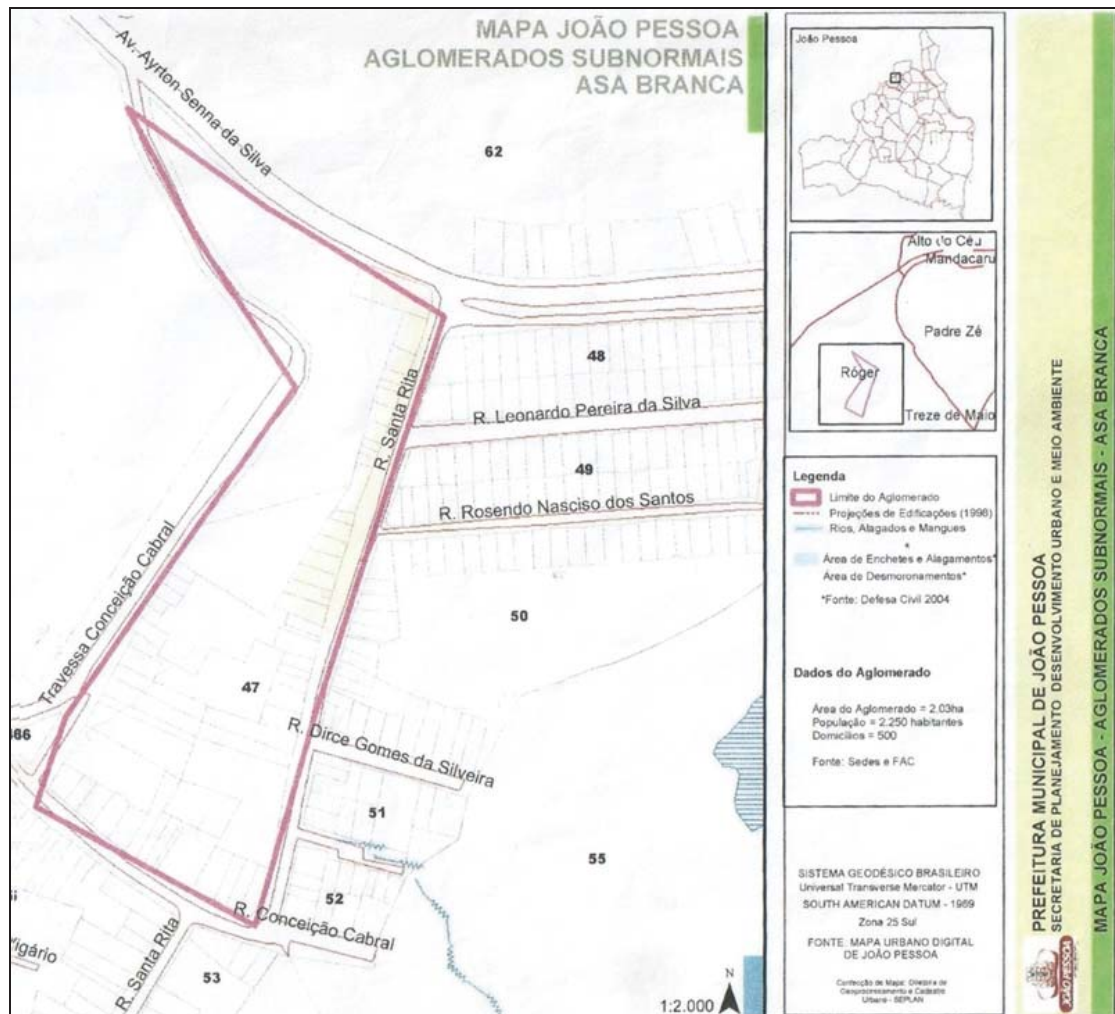


Figura 1 - Mapa João Pessoa - Aglomerados Subnormais - Asa Branca. Fonte: PMJP

A comunidade caracteriza-se por apresentar condições socioeconômicas desfavoráveis, alteração na constituição populacional, bem como ocupação do espaço de forma desordenada, o que contribuiu para que o local fosse considerado um aglomerado subnormal urbano.

A região em que está inserida era constituída por uma enorme encosta natural e resquícios de Mata Atlântica. Com o crescente processo de urbanização essa área começou a ser degradada para construção de habitações e a encosta de origem natural, com o passar dos anos sofreu diversos cortes em sua área de abrangência, além da retirada da vegetação nativa.

Metodologicamente, o referido estudo desenvolveu-se a partir de levantamento bibliográfico e em órgãos municipais, e análise “in loco”, para registros fotográficos, consulta à população local e observação dos aspectos ambientais e socioeconômicos.

Para a realização da análise de campo foi tomado como referência o roteiro metodológico para análise e mapeamento de áreas de risco desenvolvido pelo Ministério das Cidades (BRASIL, 2006), o qual apresenta um “passo a passo” a ser seguido para a classificação de tais áreas.

Inicialmente foi feita uma caracterização referente aos dados gerais dos domicílios (Tabela 1).

**Tabela 1 - Dados gerais sobre a moradia**

LOCALIZAÇÃO:			
NOME DO MORADOR:			
CONDIÇÕES DE ACESSO À ÁREA:			
TIPO DE MORADIA:	Alvenaria	Madeira	Misto (alvenaria e madeira)

Fonte: (Brasil, [2006])

No segundo passo verificou-se o tipo de talude, inclinação da encosta, tipo de habitação, distância das moradias ao topo e à base do talude, bem como a presença de materiais, a exemplo de lixo e entulhos. Posteriormente, observou-se o lançamento de águas servidas a céu aberto e galerias de águas pluviais. Na etapa seguinte foi verificado o tipo de vegetação presente na barreira, conforme a Tabela a seguir.

**Tabela 2 - Tipo de vegetação existente**

<input type="checkbox"/> Presença de árvores	<input type="checkbox"/> Vegetação rasteira (arbustos, capim, etc)
<input type="checkbox"/> Área desmatada	<input type="checkbox"/> Área de cultivo de _____

Fonte: (Brasil, [2006])

No quinto passo foram feitas observações com relação à presença de feições de instabilidade na encosta (sinais de movimentação), conforme Tabela 3.

**Tabela 3 – Sinais de movimentação**

Trincas <input type="checkbox"/> no terreno <input type="checkbox"/> na moradia	<input type="checkbox"/> Degraus de abatimento
Inclinação <input type="checkbox"/> árvores <input type="checkbox"/> postes <input type="checkbox"/> muros	<input type="checkbox"/> Muros/paredes “embarrigados”
<input type="checkbox"/> Cicatriz de deslizamento próxima à moradia	

Fonte: (Brasil, [2006])

E, por fim, foi feita a classificação do grau de risco (Tabela 4) baseando-se nos dados coletados nas etapas anteriores, conforme recomenda a metodologia.

**Tabela 4 – Determinação do grau de risco**

<input type="checkbox"/> <b>MUITO ALTO</b> - Providência imediata
<input type="checkbox"/> <b>ALTO</b> - Manter local em observação
<input type="checkbox"/> <b>MÉDIO</b> - Manter o local em observação
<input type="checkbox"/> <b>BAIXO OU SEM RISCO</b> (pode incluir situações sem risco)

Fonte: (Brasil, [2006])

Baseando-se nos dados obtidos a partir do estudo realizado na comunidade e de acordo com os parâmetros para gerenciamento de riscos do Ministério das Cidades serão apontadas algumas propostas para a gestão da área.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Durante a análise de campo realizada na comunidade Asa Branca foi possível identificar a presença de riscos de deslizamento e desmoronamento. Estes eventos podem ser induzidos pelas atividades do homem que modificam as condições naturais do relevo, por meio de cortes para construção de moradias, aterros, lançamento concentrado de águas sobre as vertentes, estradas e outras obras. Brasil (2007) ressalta que a ocorrência desses eventos resulta da ocupação inadequada, sendo, portanto, mais comum em zonas com ocupações precárias de baixa renda.

Várias evidências de movimentação foram detectadas no local como: trincas em moradias, inclinação de árvores, feições erosivas e cicatrizes de escorregamento. Um exemplo bastante relevante foi uma edificação no topo da encosta, apresentando inúmeras trincas nas paredes (ver Foto 1) e localizada muito próxima à margem da barreira.



**Foto 1 - Moradia com presença de trincas nas paredes**

A constatação de todas essas evidências demonstra a instabilidade da área e a possibilidade da deflagração de episódios de deslizamento e desmoronamento. Embora, os dados obtidos na Defesa Civil Municipal, referente à área de estudo, constem apenas a presença do risco de deslizamento, fato este que diverge da realidade.

Com relação à classificação da encosta, pudemos constatar que se trata de um tipo de talude de origem natural que vem sofrendo sucessivos cortes ao longo do tempo, acentuando o seu ângulo de inclinação em vários pontos, tornando a área mais vulnerável.

Brasil (2007) destaca que dados os ambientes e condições mais propícios para a ocorrência de deslizamentos, tais como: terrenos com relevos íngremes e/ou encostas modificadas pela ação humana, é simples verificar que existem áreas com maior possibilidade de serem afetadas pela ocorrência desses processos. Assim, as localidades situadas em regiões serranas, bem como as áreas de intensa urbanização, constituem os ambientes mais favoráveis à ocorrência desse tipo de fenômeno.

De acordo com dados da Defesa Civil Municipal, na base da barreira havia vestígios de ocupação irregular, devido à instalação de algumas moradias, as quais há algum tempo foram demolidas, após a retirada das famílias que foram realocadas para outra área.

No local, observou-se, também, que a retirada de sedimento pela população, bem como a deposição de entulhos e acúmulo de resíduos sólidos domésticos e de construção civil é uma prática comum (ver Foto 2). Em relação à vegetação, observou-se que grande parte da extensão da encosta constituía-se de árvores de grande e médio porte, principalmente na área do topo, o que não é recomendado, devido ao seu peso e ao tipo de raízes que apresentam. Pois, algumas árvores têm a capacidade de acumular grande quantidade de água no solo e, conseqüentemente, provocam queda de barreiras. A ausência de vegetação na base da encosta tem favorecido ao processo erosivo da mesma. Desse modo, a conservação da cobertura vegetal nativa ajuda a proteger o terreno evitando o carreamento de sedimentos pela água das chuvas.



**Foto 2 - Evidências de ocupação e utilização irregular na base da barreira**

Foi possível constatar, também, que a distância média do topo da barreira às casas era em torno de 15 a 20 metros, podendo ser observadas casas a 1 metro de distância (ver Foto 3) representando assim risco de encobrimento de moradias, caso haja um evento de deslizamento da encosta.



**Foto 3 - Presença de construções irregulares na base e no topo da encosta**

Além da problemática ambiental a comunidade Asa Branca apresenta vários problemas de caráter socioambiental como a ineficiência no sistema de saneamento básico e ausência de um sistema de coleta de lixo em alguns trechos, devido ao difícil acesso. Também foi observado o lançamento direto de efluentes domésticos a céu aberto (ver Foto 4), ou seja, não há sistema de tratamento ou esgotamento sanitário adequado na área. Em outro momento, pudemos constatar, em diversos pontos, galerias irregulares de drenagem de águas pluviais e de efluentes domésticos que podem representar um risco à saúde pública.

No que diz respeito à determinação do grau de risco, um parâmetro chave é a presença de sinais/feições de instabilidade. Sendo assim, baseando-se nos dados acima analisados nos setores onde as casas se localizam bem próximas ao topo e à base da barreira, o grau de risco foi classificado como

alto, pois o processo de instabilização está em pleno desenvolvimento, embora ainda seja possível monitorar o processo. Nos demais setores o grau de risco varia de médio a baixo, pois os condicionantes predisponentes e os níveis de intervenção nesses setores são incipientes.



**Foto 4 - Lançamento de águas servidas a céu aberto**

Para a efetivação do gerenciamento na área faz-se necessário a mitigação de todas as condicionantes que estão contribuindo para a ocorrência dos eventos de deslizamento e/ou desmoronamento. Entre as medidas a serem tomadas, em relação ao referidos fenômenos, podemos citar algumas técnicas para estabilização de taludes, tais como: a utilização da vegetação para o reforço de solos pelas raízes; proteção do solo contra agentes erosivos; muros de arrimo e sistemas de drenagem de águas pluviais e captação de águas servidas.

No que diz respeito às moradias mais suscetíveis aos riscos, como por exemplo, àquelas que apresentam trincas nas paredes e as que se localizam próximo à margem da barreira, é necessário a remoção das mesmas e a realocação das famílias, bem como a efetivação da fiscalização no local com o propósito de evitar novas invasões. Uma alternativa vantajosa para a solução dos vários problemas socioambientais existentes na área em estudo seria a implantação de projetos de reurbanização os quais devem conter soluções para o sistema viário, água potável, drenagem de águas pluviais e esgotos, fornecimento de eletricidade, coleta de lixo, abertura de espaços de lazer e obras para diminuir os riscos.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Todas as condicionantes antrópicas, observadas na comunidade Asa Branca, estão contribuindo para o processo de degradação da área e, conseqüentemente, aumentando os riscos de deslizamentos. Entre eles destacamos a remoção da cobertura vegetal, lançamento e concentração de águas pluviais e/ou servidas, vazamento na rede de água e esgoto, presença de fossas, execução de cortes na encosta, lançamento de lixo e retirada do solo superficial, tornando-o mais suscetível à erosão.

Diante das condicionantes expostas entre as medidas elencadas podemos destacar: a atuação mais participativa do poder público no que diz respeito ao planejamento, urbanização, infraestrutura, meio ambiente e desenvolvimento social; a implementação de projetos de educação ambiental junto à comunidade em parceria com outras instituições (órgãos públicos, Organizações Não Governamentais, Instituições de ensino, associações de moradores) a fim de conscientizar os moradores a respeito de suas atitudes frente ao risco a que estão sujeitos; criação de programas habitacionais para resolver a situação das ocupações irregulares nessas áreas; e uma adequada implementação de projetos de saneamento.

Assim sendo, fomentar estratégias de educação, comunicação e de participação popular nos processos decisórios criar e executar políticas públicas, são meios que contribuem para o planejamento e gestão urbanos em áreas de risco.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Integração Nacional, Secretaria Nacional de Defesa Civil. **Glossário de Defesa Civil Estudos de Riscos e Medicina de Desastres**. 5ª Edição. 2009.

BRASIL. Ministério das Cidades. Instituto de Pesquisas Tecnológicas – IPT. **Mapeamento de Riscos em Encostas e Margem de Rios**. (Org.) Celso Santos Carvalho, Eduardo Soares de Macedo e Agostinho Tadashi Ogura. Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério das Cidades, Secretaria de Programas Urbanos. **Capacitação em mapeamento e gerenciamento de risco**. Ministério das Cidades, Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Estudos e Pesquisas sobre Desastres, Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT), [2006]. 122p. (+CD-ROM).

BRASIL. Ministério das Cidades. **Prevenção de Riscos de Deslizamentos em Encostas: Guia para a Elaboração de Políticas Municipais** / Celso Santos Carvalho e Thiago Galvão, organizadores – Brasília: Ministério das Cidades, 2006.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Vulnerabilidade Ambiental**. Rozely Ferreira dos Santos (organizadora). – Brasília: MMA, 2007. 192 p.

CETESB – Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. **Gerenciamento de Riscos** – Glossário. Disponível em: <<http://www.cetesb.sp.gov.br/gerenciamento-de-riscos/An%C3%A1lise-de-Risco-Tecnol%C3%B3gico/16-Gloss%C3%A1rio>> Acesso em: 12 mai 2011.

FILHO, A. R.; CORTEZ, A. T. C. **Os deslizamentos de encostas nas favelas em áreas de risco da “Suíça Brasileira”**: Campos do Jordão. 2008. Disponível em: <<http://www.rc.unesp.br/igce/simpgeo/578-595artur.pdf>> Acesso em 10 mai 2011.

NASCIMENTO, Maria Odete Teixeira do. **Riscos de deslizamentos e inundações e condições de moradia em aglomerados subnormais na bacia do rio Sanhauá: avaliação e análise integrada**. Dissertação (Mestrado em Engenharia Urbana) UFPB. João Pessoa, 2009.

SEDES – Secretaria de Desenvolvimento Social de João Pessoa. Disponível em: <<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/sedes/>> Acesso em: 26 set 2011.

## QUALIDADE DE VIDA, PROBLEMAS CONSTRUTIVOS E ARBORIZAÇÃO NA COMUNIDADE PAULO AFONSO – JOÃO PESSOA/PB

L. R. A. Costa<sup>1</sup>; R. C. Goldfarb<sup>2</sup>; L. P. Queiroz<sup>3</sup>; S. R. M. Araújo<sup>4</sup> e R. M. Vieira<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal da Paraíba – Campus João Pessoa

laysraianne@gmail.com<sup>1</sup>; Raquel\_cefetpb@hotmail.com<sup>2</sup> - Larissa\_pqueiroz@hotmail.com<sup>3</sup> -  
sacharamalho93@hotmail.com<sup>4</sup> - Raissa-de-melo@hotmail.com<sup>5</sup>

### RESUMO

Há dois anos, um trecho periférico do Jardim Botânico, em João Pessoa – PB era ocupado por moradores que viviam em condições habitacionais e sanitárias precárias: casas de alvenaria, madeira mista, taipa e material reciclado, ligações clandestinas de energia elétrica e esgoto correndo a céu aberto -. Para oferecer mais qualidade de vida à comunidade em questão, em janeiro de 2010, a Prefeitura pessoense realizou a realocação desta população para o Conjunto Habitacional Paulo Afonso, no bairro Jaguaribe – João Pessoa/PB . As casas foram construídas em um local próximo ao antes habitado. Em menos de um ano, apresentaram problemas estruturais, tais como rachaduras nas áreas verticais e horizontais das paredes, em escadas e em locais próximos a portas e janelas, bem como, desconforto térmico mencionado pelos próprios moradores; além disso, o novo conjunto começou a enfrentar outros transtornos, ligados à infraestrutura das ruas e à falta de arborização no local, o que contribuiria com a amenização do desconforto térmico evidenciado. Sendo assim, nosso projeto, surgiu com o objetivo de investigar todas as causas dos problemas encontrados e a partir disso, propor boas discussões e encontrar possíveis soluções para toda a problemática. Como metodologia, utilizamos visitas periódicas à comunidade, coletas de água e solos para análise físico-química, estudos teóricos, documentação fotográfica, aplicações de questionários, visitas aos postos de saúde e escolas públicas locais, entrega de panfletos para conscientização e contato com órgãos públicos estaduais e municipais. Os primeiros resultados nos deram informações importantes acerca das características físico-químicas dos solos e águas da comunidade e da opinião dos moradores, com relação às doenças frequentes, às condições das moradias e à proposta de arborização nas calçadas. Além disso, nos mostraram que os problemas encontrados não eram simplórios, mereciam ser encarados com bastante responsabilidade e que a população, muitas vezes leiga, deveria ser devidamente conscientizada, quanto as suas responsabilidades e possíveis realizações em prol do próprio bem estar e das melhores condições ambientais e sociais do local onde residem.

**Palavras-chave:** Problemas construtivos, infraestrutura, arborização.



## 1. INTRODUÇÃO

Poluição do solo, esgoto correndo a céu aberto, casas construídas em locais impróprios e outros problemas ligados a carência de infraestrutura e mau planejamento urbano são um dos principais problemas enfrentados em muitos bairros da capital pessoense. Em quase todos os casos, a população residente em um desses locais encontra-se exposta a uma série de grandes transtornos sócioambientais, necessitando assim, de uma maior atenção por parte dos órgãos públicos.

Nesse sentido, a prefeitura de João Pessoa realocou 250 famílias, que residiam às margens da Mata do Buraquinho (Jardim Botânico de João Pessoa), em Jaguaribe, para novas moradias localizadas próximas a área antes habitada. Com uma parceria entre a Prefeitura Municipal de João Pessoa e o Orçamento Geral da União (OGU), o conjunto populacional foi construído com o intuito de oferecer condições dignas de moradia para a população que antes viviam de maneira precária e desordenada em pequenas casas de alvenaria, madeira mista, taipa e material reciclado e conviviam com ligações elétricas clandestinas e com esgoto a céu aberto. As casas foram entregues em janeiro do ano de 2010.

O maior objetivo do Projeto foi verificar as condições das alvenarias construídas e as questões ambientais no novo Conjunto Paulo Afonso, dentre os quais citamos os problemas construtivos, saneamento básico, qualidade da distribuição de água, condições térmicas das moradias e a ausência de arborização – fator crítico, visto que a existência de arborização em qualquer ambiente traz uma série de benefícios.

Para tanto, foram realizadas análises de solo, visitas de campo, mapeamento, registros fotográficos, coletas e análises de solos e água, atividades envolvendo toda a comunidade, tais como, entrevistas, aplicação de relatórios e outras, visitas a órgãos públicos, além da entrega de panfletos e atividades de mobilização e conscientização dos moradores.

Com o Projeto – Pesquisa Ação -, buscamos contribuir com a discussão do tema em questão e apontar soluções para a problemática detectada, a fim de tentar garantir a qualidade de vida da população descrita.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Após o desenvolvimento das atividades descritas acima, foi possível obter os seguintes resultados:

### 2.1 Da aplicação dos questionários

Com os questionários, pode-se verificar uma série de fatores, tais quais:

- insatisfação de alguns moradores com a condição térmica de algumas moradias;
- insatisfação com relação a transferência do posto de saúde local para o bairro de Cruz das Armas;
- reclamação de falhas no que diz respeito a parte construtiva (emprego de materiais de baixa qualidade);
- alegação quanto à presença de doenças freqüentes, tais como alergias e diarreia, com possível relação com a qualidade da água;
- reclamação com relação a ausência de um local para o lazer comunitário;
- aceitação da proposta do plantio de árvores, para a diminuição do desconforto térmico.

### 2.2 Das observações e visitas a órgãos públicos

As observações feitas no local analisado permitiram, com a ajuda dos professores orientadores, a conclusão de que os problemas com rachaduras nas casas estavam relacionados com os descuidos

durante a execução das fundações, além da utilização de materiais de baixa qualidade. Posteriormente, esta conclusão foi confirmada pelo engenheiro da Secretaria de Habitação de João Pessoa.

Ainda na Secretaria de Habitação, foi passada aos pesquisadores a informação de que já vinham sendo tomadas as providências cabíveis acerca dos problemas construtivos enfrentados pela comunidade, e que os moradores já vinham sendo conscientizados sobre a importância dos cuidados e manutenção adequados para com as moradias.

### 2.3 Da análise de água

Foram realizadas análises físico-químicas, dentre as quais citamos: Dureza, PH e bacteriológica. Os valores para PH e dureza se encontram abaixo (ver tabela 1):

**Tabela 1 – Resultados análises de água.**

Pontos	Dureza			PH
	Cálcio	Magnésio	Total	
1	60	16	76	7,24
2	38	38	76	6,95
3	50	10	60	7,28
4	40	20	60	7,14
5	40	48	88	7,28
6	60	24	84	7,75

Analisando as tabelas, vimos que os valores encontrados estavam dentro dos padrões exigidos pela portaria 518/2004 do Ministério da Saúde: Teor de dureza entre 100 e 500; PH entre 6 e 9,5).

Foi utilizado o método dos tubos múltiplos para a análise bacteriológica, sendo o caldo lactosado o meio de proliferação. Em uma das cinco amostras analisadas, o resultado foi positivo para a existência de bactérias.

### 2.4 Da análise de solo

Foram realizadas também análises físicas (granulometria e densidade) e químicas (PH e Carbono orgânica), com o objetivo de conhecer as características dos solos da comunidade e assim poder elencar as espécies de árvores mais adequadas para o plantio.

No ensaio de densidade, feito pelo método da Proveta, o limite permitido, que classificou o material como ideal ou de boa qualidade, é entre 2.60 e 2.70 g/cm<sup>3</sup>. Os valores encontrados nos mencionados dias de avaliação prática foram de 2,45 g/cm<sup>3</sup> e 2,40 g/cm<sup>3</sup>. (Na ocasião, foi utilizada uma amostra de 500g de areia). Ou seja, o solo da comunidade não apresenta uma boa trabalhabilidade, quando se leva em consideração a densidade do mesmo.

Já no ensaio de granulometria, há também um limite, valores numéricos que classificam os materiais como bem ou mal graduados e uniformes ou desuniformes. A análise foi feita a partir da coleta e peneiramento do material, utilizando-se uma série de peneiras, que foram organizadas de acordo com a abertura da malha de cada uma. Em seguida, foram feitos cálculos e médias de porcentagem que enquadraram o material em limites estabelecidos. Após as análises granulométrica, o material foi enquadrado como mau graduado, devido a má disposição granulométrica dos grãos.

Nas análises químicas do solo, os valores de PH encontrados foram: Amostra 1: 8,11; Amostra 2: 8,51; Amostra 3: 8,18; Amostra 4: 8,09. E os Limites de PH, que enquadram o solo em ácido, básico e neutro são: 0-6 – ácido; 6-8 – neutro; 8-14- básico. A partir disso, enquadrámos o solo com básico. Com pesquisas realizadas sucessivamente, constatamos que o solo básico não é “perfeito” para o plantio de árvores nativas, mas também, não é o pior solo... Está em uma situação intermediária. Nos ensaios para encontrar os valores de matéria carbono orgânica, os resultados de titulação encontrados foram: Amostra 1: 12,1; Amostra 2: 3,8; Amostra 3: 11,5; Amostra 4: 12,5; PV: 6.5; MÉDIA DAS AMOSTRAS: 10,0; Os níveis idéias se encontram entre 12 e 16.

### 3. METODOLOGIA

#### Reconhecimento do local estudado

Através de visitas *in loco* à comunidade, foi feito o primeiro contato com os moradores, visualizando assim os principais problemas enfrentados por estes. Foram realizadas tomadas fotográficas, a fim de manter registradas algumas realidades inesperadas pelos pesquisadores. Segundo DEMO (1999), a caracterização sócio-ambiental, se valorizou a prática e a vivência da comunidade como fonte de conhecimento. A criatividade é aguçada e o conhecimento torna-se um vasto campo a ser descoberto.

#### Visitas ao posto de saúde

Foram realizadas visitas ao posto de saúde local com consequentes entrevistas às agentes encarregadas pelo acompanhamento da comunidade. Obtivemos importantes informações acerca das condições de vida e saúde dos moradores em questão.

#### Aplicação de questionários

Foram aplicados dois questionários junto aos moradores. Um em busca de informações sobre assuntos ligados à qualidade de vida das mesmas, bem como, as características das casas e ruas em geral, e o outro a fim de entender e descobrir as atuais condições hídricas na comunidade. Na mesma oportunidade, coletamos água das torneiras e filtros dos moradores, com o objetivo de analisar o referido material e investigar se a água tem alguma relação com alguns problemas encontrados.

#### Coletas de água e solo

As Coleta de solo - Foram realizadas coletas de solo, para a submissão a análises de índices físicos.

Coletas de água – Para a coleta de água foram escolhidos pontos (casas com filtros, sem filtros e coleta de água de torneira esterilizada ou não) fixos em cada uma das ruas da comunidade.

#### Análises de solo e água.

→ Análises de solo:

- Índices físicos

Em janeiro de 2011, foram realizados trabalhos de análise, que iam desde a investigação teórica, quanto prática. A fundamentação teórica foi feita com base em bibliografias de Materiais de Construção e os ensaios foram realizados nos laboratórios de Materiais de Construção e Mecânica dos solos, do IFPB.

Dentre os ensaios realizados, encontram-se os de densidade e granulometria.

-Índices químicos: Foram realizadas análises de matéria carbono orgânica e de PH. (Ver Figura 1)



**Figura 1 – Análise química do solo**

→ Análises de água:

- Índices físicos:

Os ensaios de índices físico-químicos foram realizados nos laboratórios do IFPB.

Dentre os pontos analisados temos: Dureza (cálcio, magnésio e Ph).

- Índices químicos: Foram realizadas análises bacteriológicas

### **Conscientização da comunidade**

Com o andamento do projeto, ficou evidente a dificuldade de realizar a atividade de mobilização e educação ambiental, pela falta de uma área comum como: praça, igreja, associação de moradores e outras, onde seria possível a reunião de moradores. Por isso, o grupo resolveu mudar a estratégia, indo até a Escola Municipal Francisco Edvar Aguiar, no mês de junho, por saber que esta atende à comunidade. Foram realizadas visitas no turno manhã e tarde (infantil) e noite (EJA), e assim, feito o trabalho de educação ambiental com a entrega de panfletos e diálogos em grupo (Ver Figura 2). Durante as visitas às casas da comunidade, também houve trabalhos de Educação ambiental, com a entrega de materiais e conversas com os moradores.



**Figura 2 – Conscientização. Fotos retiradas na escola que atende a comunidade**

### **Proposta de árvores nativas**

Tendo em vista que espécies de árvores exóticas requerem um cuidado mais criterioso, foi priorizado o plantio de árvores nativas que se adequariam de melhor forma ao solo encontrado na comunidade. Como as ruas e calçadas da comunidade apresentavam dimensões pequenas, optou-se por espécies de pequeno porte. A escolha das espécies foi feita a partir da análise do solo da comunidade, de materiais

da SEMAM (Secretaria de Meio Ambiente de João Pessoa) e conversas com profissionais especializados no assunto.

#### **Contato com os demais órgãos públicos**

O contato feito com a Secretaria de Habitação de João Pessoa se deu através de um dos engenheiros, que esclareceu um pouco a respeito dos problemas construtivos detectados na comunidade, explicando que a construtora responsável pela obras das casas (Lacerda Engenharias) já vinha sendo solicitada para a devida correção dos problemas encontrados nas residências da comunidade.

O contato com a Secretaria de Meio Ambiente de João Pessoa foi feito com o objetivo de obter informações acerca das espécies nativas e exóticas, bem como, encaminhamento de ofício para a solicitação das mudas a serem plantadas na comunidade.

#### **4. RESULTADOS E DICURSSÕES**

Após todo o período de acumulação e análise de dados, bem como, de todo o material coletado para as análises laboratoriais, percebeu-se que a comunidade em questão enfrentava grande problemas, aos quais muitos estão ligados à saúde dos moradores, às condições das moradias em geral, bem como, a infraestrutura de todo o espaço compartilhado - nosso objeto de pesquisa. Durante o período em que o projeto esteve em andamento, importantes avanços foram feitos, tais como a conscientização dos moradores, a fim de ajudá-los a entender toda a problemática que os cercava, contatos com órgãos públicos - com os quais os problemas foram compartilhados - além de cobranças quanto a ação dos mesmos. Percebeu-se também que a falta de arborização era um dos fatores que mais influenciavam nas más condições climáticas da comunidade; quanto a isso, o trabalho foi mais intenso: além da conscientização e alerta quanto à importância do plantio de árvores, foram feitos seguidos contatos com órgãos ligados a área ambiental, análises de solo, análise de referencial teórico, além de acompanhamento de diversos profissionais especializados na área mencionada.

Mesmo tendo sido a construção da comunidade, uma forma de amenizar os transtornos sociais aos quais os moradores estavam suscetíveis enquanto viviam em áreas periféricas do Jardim Botânico, é sabido que os mesmo ainda convivem com uma dura realidade. Muitas moradias apresentaram problemas estruturais com características gravíssimas, alguns desses causados por descuidos dos projetos iniciais, ausência de cuidados no momento de execução das fundações e demais elementos de ordem estrutural nas alvenarias, bem como pelo uso de materiais de baixa qualidade, no momento da construção das residências.

O projeto em questão, apesar da curta duração – 1 ano – foi importante por ter trazido a tona as condições de moradores que convivem com uma realidade bastante comum nas grandes cidades. Além disso, conseguiu cobrar ações de órgãos públicos diretamente ligados aos problemas encontrados, além de mostrar aos moradores, a importância de simples atos por parte dos mesmos, tais como, cuidado com o próprio meio e cobrança, junto às autoridades, por práticas benéficas e possivelmente solucionadoras, a fim de contribuir com o bem estar comum e trazer mais qualidade de vida a todos aqueles que têm direito a tanto.

#### **5. CONCLUSÃO**

Fazendo-se uma avaliação geral, verificamos que ocorreram mudanças significativas na qualidade de vida da comunidade Paulo Afonso, após a transferência para as atuais residências. Prova disso, é a diminuição no índice de doenças, ligadas à água e as más condições de moradia. A maioria dos moradores está bem satisfeita, apesar de ainda existirem problemas na estrutura das casas, nas condições térmicas ou até mesmo no saneamento das ruas.

Também percebemos que muitos moradores não aprovaram a mudança do posto de saúde para o bairro de Cruz das Armas, visto que a locomoção para o mencionado local é bem difícil.

Quanto ao conforto das residências, notamos que há uma variação, no que diz respeito às avaliações feitas pelos moradores; essa, pode ter relação com a posição das casas.

Um outro aspecto considerado, diz respeito a arborização e os problemas estruturais na comunidade. Durante a entrevista, notamos que muitos são a favor da colocação de árvores nas calçadas, como um meio de amenizar o calor. Quanto a isso, já contatamos órgãos públicos e solicitamos algumas mudas. Já quando o assunto é problema estrutural, percebemos que as dimensões são bem maiores do que deveriam ser, pois as casas em questão foram entregues há pouco tempo: encontramos rachaduras nas junções das casas conjugadas e nas lajes, problemas nas escadas, etc. Além disso, notamos a realização de reformas por parte dos moradores; essas merecem uma atenção especial, pois quando não são bem planejadas, acarretam erros, que fazem com que os resultados sejam bem diferentes daqueles esperados, afinal, é sempre muito complicado mexer em uma laje, ou em qualquer outra estrutura, sem um acompanhamento prévio ou devida fiscalização e execução. Com relação a isso, contatamos os órgãos públicos adequados e fomos informados que já foram tomadas as devidas providências para a solução dos problemas em questão.

Com relação aos ensaios de água e solo, não foram encontrados resultados muito relevantes para a explicação de doenças diarréicas e das alergias descritas pela comunidade; os ensaios de índices físicos do solo mostraram que o mesmo apresenta pouca trabalhabilidade, em virtude da baixa densidade. Falando nos ensaios de índices químicos do solo, percebemos que muitos dos padrões encontrados não estão entre os ideais, porém, os fatores intermediários nos mostram um solo com características importantes a serem consideradas durante a escolha das mudas.

## REFERÊNCIAS

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Coordenação-Geral de Vigilância em Saúde Ambiental. **Portaria MS n.º 518/2004 / Ministério da Saúde**, Secretaria de Vigilância em Saúde, Coordenação Geral de Vigilância em Saúde Ambiental – Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2005.

ALMEIDA, G.C.; **Caracterização física e classificação dos solos.** Disponível em: <[http://www.ufrj.br/institutos/it/deng/rosane/downloads/material%20de%20apoio/APOSTILA\\_SOLOS.pdf](http://www.ufrj.br/institutos/it/deng/rosane/downloads/material%20de%20apoio/APOSTILA_SOLOS.pdf)> Acesso em: 17 de janeiro de 2011.

**BUSS, P.M; Saúde, sociedade e qualidade de vida.** Disponível em: <<http://www.invivo.fiocruz.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=8&infolid=34>> Acesso em: 21 de abril de 2011.

BUSS. P.M.; **Promoção da saúde e qualidade de vida.** Ciência & Saúde Coletiva, 5(1):163-177, 2000. Disponível em: < <http://www.scielo.org/pdf/csc/v5n1/7087.pdf>>. Acesso em: 30 de agosto de 2010.

MARQUES, A.; **trincas, fissuras e rachaduras... E o direito condominial.** Disponível em: <<http://www.sindiconet.com.vc/profiles/blogs/trincas-fissuras-e-rachaduras>> Acesso em 31 de abril de 2011.

VALLE. J.B.S.; **PATOLOGIA DAS ALVENARIAS.** BELO HORIZONTE, 2008. Disponível em: <<http://www.cecc.eng.ufmg.br/trabalhos/pg1/Patologia%20das%20alvenarias.pdf>>Acesso em: 15 de maio de 2011.

DANTAS, I.C.; SOUZA, C.M.C.; **Arborização urbana na cidade de Campina Grande - PB: Inventário e suas espécies.** Revista de Biologia e Ciência da Terra. Volume 4. Número 2. Semestre, 2004.

Disponível em:

<<http://eduep.uepb.edu.br/rbct/sumarios/pdf/arborizaurbana.pdf>> Acesso em: setembro de 2011.

PIVETTA, K.F.L.; SILVA FILHO, D.F.; **ARBORIZAÇÃO URBANA.**Série Arborização Urbana. São Paulo: 2002.

Disponível em:

<[http://www.uesb.br/flower/alunos/pdfs/arborizacao\\_urbana%20Khatia.pdf](http://www.uesb.br/flower/alunos/pdfs/arborizacao_urbana%20Khatia.pdf)> Acesso em: Agosto de 2011.

DEMO, Pedro. **Pesquisa: princípio científico e educativo.** 6. ed. São Paulo: Cortez, 1999. 120p.

THOMAZ, E. **Trincas em edifícios** . São Paulo,2007. (Escola Politécnica da Universidade de São Paulo - Instituto de Pesquisas Tecnológicas – 1989).

PIVETTA, K.F.L., DEMATTÊ, M.E.S.P., LIMA, S.F. de; DONEGÁ, I.M. **Caracterização e análise da arborização de Ilha Solteira, SP.** In: Congresso brasileiro sobre arborização urbana, 1, encontro nacional sobre arborização Urbana, 4, 1992, Vitória. **Anais...** Vitória: PMV/SMMA, 7, 1992, p.449.

SANTANA, C.R.; **Levantamento quali-quantitativo da arborização urbana nas regiões i, ii e vii do município de mineiros-go e análise do setor aeroporto.** Mineiros, Goiás: Fimes, 2006. p. 11-64.

## SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: DESAFIOS NA METRÓPOLE DE FORTALEZA – CEARÁ

SILVA, E. C. de S.<sup>1</sup>; BARROSO, P. M.<sup>2</sup>; ALVES, T. C. V. A.<sup>3</sup> e GOMES, R. O. de A.<sup>4</sup>

<sup>1,3</sup>Instituto Federal do Ceará- Campus Fortaleza; <sup>2,4</sup>Instituto Federal do Ceará- Campus Maracanaú

elainecris\_14@yahoo.com.br - patricia-mendes2@hotmail.com - cristina@ifce.edu.br -  
olimpia\_aguiar@yahoo.com.br

### RESUMO

O presente trabalho surgiu com o intuito de compreender os desafios socioambientais enfrentados em Fortaleza no Ceará que apesar de apresentar uma acentuada explosão demográfica nas últimas décadas, não é acompanhada por um plano de desenvolvimento diretor capaz de estruturá-la adequadamente no atendimento de suas demandas macro e micro estruturais. Adotou-se como base epistemológica de estudo a análise documental e bibliográfica das políticas públicas vigentes. Fundamentou essa investigação o tratamento de seus resíduos sólidos, o uso dos agrotóxicos em larga concentração, emissão de material particulado no ar atmosférico, entre outros graves problemas que incidem diretamente na qualidade de vida dos cidadãos fortalezenses foram temáticas recorrentes. Como proposição aos déficits destacados no gradativo processo de exaustão ao meio natural e *caos* urbano foram apresentadas algumas indicações de planejamento ambiental alternativo, cuja sustentação tem por base o envolvimento da população da metrópole no delineamento de estratégias consubstanciadas no interesse coletivo numa perspectiva descentralizadora e participativa.

**Palavras-chave:** públicas, sustentabilidade ambiental, desenvolvimento, problemas urbanos.



## 1. INTRODUÇÃO

Para discutir sobre sustentabilidade ambiental torna-se importante recorrer às informações da mídia que nos últimos anos vem se intensificando a respeito da gravidade das intervenções antrópicas sobre os biossistemas do planeta, comprometendo qualidade de vida das pessoas e afetando significativamente a economia de vários países, segundo a Organização das Nações Unidas ONU (2009), o processo de exploração ambiental é tão intenso que acarreta a impossibilidade de resiliência dos biomas na sua recomposição ocasionando mudanças cada vez mais irreversíveis e de grande escala nas áreas territoriais e marítimas. Neste sentido, essa organização calcula que a perda anual de florestas custa em média US\$ 5 trilhões anuais. Cifra muito maior que os prejuízos causados pela crise econômica mundial de 2008 (Jornal Diário do Nordeste, 2010, p.12)

A projeção de 17 milhões é a estimativa atual do número de espécies identificadas no planeta. No Brasil, 219 espécies animais e 106 espécies vegetais correm riscos de desaparecer, segundo o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais IBAMA ((In: Diário do Nordeste, ibidem)). A vulnerabilidade das medidas de proteção ambiental esbarra-se com políticas de pouca efetividade sejam elas de caráter nacional, estadual e municipal. O imperativo econômico tem sido a mola mestra para impulsionar o crescimento dos espaços territoriais em detrimento ao uso sustentável e harmônico do meio natural e de um desenvolvimento com foco nas pessoas e não no capital especulativo e concentrador característico dos grandes grupos econômicos.

As grandes metrópoles são *lócus* facilmente identificadas (Relatório Brundtland,1987) onde se avultam dificuldades de gestão urbana consoante à preservação dos recursos naturais ou seja que possam contemplar harmonicamente desenvolvimento econômico atendendo as necessidades do país e sustentabilidade ambiental.

O equacionamento do binômio crescimento *versus* desenvolvimento passa necessariamente pelo debate amplo e irrestrito de todos os segmentos da sociedade onde sejam visualizadas políticas governamentais comprometidas com a distribuição equânime das riquezas e com a preocupação do uso e ocupação do solo urbano com base em sua sustentabilidade. A grande metrópole Fortaleza, tem sofrido impactos negativos em seus biomas notadamente na questão atmosférica, solo urbano, mananciais, orla marítima, contaminação dos solos com uso abusivo de agrotóxico, resíduos sólidos, entre outros problemas.

É com esta perspectiva que este estudo pretende realizar uma análise da conjuntura socioambiental, tendo como recorte a metrópole Fortaleza, destacando seus inúmeros problemas de ordem macroestrutural incidentes diretamente na qualidade de vida de seus cidadãos, cada vez mais alijados de ar puro, alamedas e ruas paisagisticamente integradas ao traçado urbano, áreas verdes etc. A cidade possui apenas um parque florestal, serviço de transporte público deficitário, enfim, sofre gradativo processo de exaustão e *caos* urbano, ao não ter como contrapartida medidas de curto e médio prazo mitigadoras e focadas desenvolvimento humano e na preservação ambiental.

### **Objetivo Geral:**

- Analisar os problemas infraestrutura urbana de Fortaleza no que compromete a qualidade de vida de seus habitantes e sobre o ponto de vista ambiental os impactos derivados da ação antrópica nos biomas existentes.

### **Objetivos Específicos:**

- Pontuar numa escala espaço-temporal os problemas advindos do ordenamento urbano de Fortaleza na sua transformação em Região Metropolitana.
- Destacar os principais desafios e soluções da metrópole referente ao seu planejamento urbano e na sua sustentabilidade socioambiental.

## 2. ESTADO DA ARTE – REVISÃO DA LITERATURA

Fortaleza conta com uma população estimada em mais de 2,5 milhões de habitantes (IBGE 2000), este índice de crescimento populacional entre outros fatores, deve-se em parte ao êxodo rural e as condições favoráveis na prestação de serviços nas áreas da educação, saúde, emprego e moradia etc., ausentes nos demais municípios que compõem sua área metropolitana, incipientes de uma estrutura socioeconômica a ser consolidada pelo Estado, estes óbices convergiram para transformá-la na década de 70 em centro radiador e absorvedor das demandas do Estado.

Historicamente a massa populacional teve seu *boom* de crescimento a partir da década de 50 quando as classes D e E adquiriram imóveis financiados pelo Banco Nacional de Habitação (BNH) cuja política pública estava concentrada na implantação de gigantescos conjuntos habitacionais resultando no desordenamento do solo urbano e da segregação dos espaços territoriais divididos em áreas nobres e as de baixo valor aquisitivo, estas, em entornos distanciados das zonas comerciais e produtivas.

Uma outra faixa da população sem condições de moradia, nem mesmo popular, teve como alternativa a ocupação de áreas de risco em um processo quase irreversível de favelização. Fortaleza é uma das capitais *mais desiguais no País* (Borzacchiolo, 2005), pode-se dizer que dentro do espaço urbano existe um verdadeiro *apartheid* social. A cidade está dividida em extratos populacionais de baixo nível de desenvolvimento humano (IDH), ocupando dunas e margem de rios e riachos. Há ocupação também áreas periféricas carentes de todo e qualquer atendimento básico, tais como: água potável, saneamento, recolhimento de lixo etc., no lado oposto tem-se os bairros de classe média e média alta, com alto valor do m<sup>2</sup> com a cobertura de infraestrutura urbana e paisagística necessária a uma boa qualidade de vida. Contraste que ostenta a uma situação de muita riqueza nas mãos de uma minoria e um enorme exército de miseráveis.

A falta de uma organização urbanística marcada pela segregação socioeconômica, vem conjugada a uma especulação predatória reforçada pela ausência de um plano diretor de desenvolvimento capaz subsidiar os gestores públicos no ordenamento territorial não especulativo e capaz de fazer frente às desigualdades evidenciadas nos agrupamentos humanos que buscam na cidade formas de produção e reprodução de suas vidas.

Cabe destacar, dois fenômenos observados na cidade nas últimas duas décadas, o primeiro foi sua verticalização imobiliária formando verdadeiros paredões que impedem a circulação natural dos ventos. E o segundo a expansão territorial de Fortaleza na conurbação com os municípios limítrofes, gerando um fluxo migratório intermitente pressionando a metrópole no atendimento a demandas sociais além de sua capacidade de cobertura, o que implicou no aceleração e exploração de seus recursos naturais e diminuição de suas áreas verdes.

Diante do quadro de inchamento e desigualdade sinalizadas por uma área territorial dimensionada em 336 quilômetros quadrados, abrangendo 148 bairros e nove regiões administrativas (IPECE, 2009), formula-se uma pergunta: “Como o macrocrescimento de Fortaleza ocasionado pela densidade populacional, aumento do número de veículos, construções urbanas em áreas de preservação, poluição atmosférica, falta de saneamento básico, informalidade ocupacional etc., podem ser elencados como desafios para torná-la social e ambientalmente equilibrada?”

Muito oportunamente Clementino (Diário do Nordeste, p.) cita Sergio Buarque de Holanda ao fazer referência aos grandes dilemas enfrentados pelas metrópoles, este grande mestre, aponta alguns norteamentos que devem perpassar na concepção dos gestores públicos ao planejarem ações a serem fixadas nos planos diretores urbanos, com ênfase ao desenvolvimento sustentável, tais como:

- i. - participação e articulação institucionais;
- ii. - articulação técnica e política;

- iii. - abordagem integrada e multidisciplinar;
- iv. - visão global e corte territorial;
- v. - visão estratégica e capacidade operacional;
- vi. - integração da metrópole com o contexto externo e;
  
- vii. - perspectiva de longo prazo

Comentaremos brevemente estes sete itens apontados pelo autor a começar pelo I, quando fazem menção às categorias *participação e articulação* entre as diversas instâncias, jurídicas, administrativas e políticas. Os termos acima emergem no cenário brasileiro como palavras-alvo nas propostas e planos governamentais, sem, contudo atingir sua legitimidade como *práxis* sociointerventiva de caráter democrático e garantidor dos bens sociais que são excluídos da maioria da população. Na verdade *participação e articulação* se dão em nível de pequenos extratos populacionais privilegiados que consome grande parte da riqueza acumulada pelo PIB, conforme registra o IBGE (2002)

Em 2002, metade do PIB (Produto Interno Bruto) nacional estava concentrado em apenas 1,3% dos municípios brasileiros (70 de um total considerado de 5.560), onde morava um terço (33,3%) da população. Nove municípios sozinhos \_seis deles localizados na região Sudeste\_ respondiam naquele ano por um quarto (25%) de todos os bens e serviços produzidos no país. Nelas viviam somente 15,2% dos brasileiros.

No outro extremo, o mesmo percentual de 25% da produção ficava a cargo de um contingente de quase 93% das cidades existentes (5.153 municípios, em números absolutos), que reuniam 43,3% da população. E das 50 cidades com menor PIB em 2002, 48 (96%) eram das regiões Norte (mais precisamente no estado de Tocantins) e Nordeste (nos estados do Piauí e Paraíba).

Os dados apresentam de maneira inequívoca como as riquezas são desigualmente distribuídas no país, caracterizando as regiões norte e nordeste como as mais pobres e deficitárias no tratamento e atendimento as questões de ordem infra e supraestruturais como habitação, transporte, saúde, pavimentação, saneamento básico, água encanada, tratamento dos resíduos sólidos, este último, tem-se tornado um problema de grande monta uma vez que 52% dos destinos de lixo na grande Fortaleza são considerados impróprios. Segundo dados do panorama dos resíduos sólidos no Brasil - RSB (2009) eles crescem mais que a população brasileira.

Não obstante ao avanço da coleta de resíduos sólidos urbanos (RSU) no Ceará em 2009, teve uma taxa altíssima da destinação em áreas consideradas impróprias normalmente localizadas próximas aos conglomerados urbanos e bacias hidrográficas. Somente 41,8% dos resíduos sólidos são colocados em aterros sanitários estruturados (Diário do Nordeste-caderno cidade, p. 11). A cidade de Fortaleza gera mais resíduos sólidos do que consegue coletar, em torno de 8.885 toneladas diárias, (APRELPE 2010 In: Diário do Nordeste, ibidem). O aumento do poder de compra do cidadão leva-o a consumir mais, impulsionando a cadeia produtiva a produzir o efeito obsolescência planejada, que implica entre outros objetivos agregar necessidades cada vez mais intermináveis de consumo, o comprador se vê seduzido face às inovações apresentadas ao novo produto e neste processo os resíduos sólidos é a etapa final, seu descarte, tem se tornado um problema de difícil solução, por parte do poder público, responsável pelo disciplinamento e salubridade da cidade.

Os itens II e III tratam da *articulação técnica e política* e na *abordagem integrada e multidisciplinar*, questões que podem ser analisadas dentro de um cenário onde a antítese é o que melhor as representa – ou seja – no contexto urbano de Fortaleza percebem-se de forma emblemática a desarticulação entre os poderes públicos e privados, no tocante, a estudos técnicos de planejamento urbano. Nos parágrafos anteriores foi mencionado o processo de *conurbação* intermunicipal onde os déficits da macroestrutura e microestrutura econômica dos municípios vizinhos contribui para o êxodo de sua população para a capital. A problemática é recorrente, poder-se-ia dizer sem pecar pela retórica, que data de décadas sem solução aparente. Não obstante, a política gestora de o estado ter sinalizado

com estímulos fiscais a empresas desejosas em investir nestas regiões, tendo como prerrogativa contratar a mão de obra local.

Outrossim, destaca-se também, mais recentemente, a criação do Plano Diretor da cidade de Fortaleza lançado em 2009, apresentando uma série de dispositivos referentes ao seu disciplinamento urbano e paisagístico, contudo, vários pontos estratégicos de sustentabilidade socioambiental, ainda foram não regulamentados, óbices, que dificultam a implementação de ações mitigadoras dos impactos a que tem sido submetida ao longo dos tempos.

Uma plêiade de desafios pelo qual sofre a metrópole e seus cidadãos que diariamente enfrentam um trânsito caótico, transporte urbano insuficiente, descontinuidade de obras de interesse público, ausência de espaços de lazer, áreas verdes substituídas pelo concreto, ausência e/ou precariedade no atendimento a saúde, educação, entre outros; refletindo diretamente na qualidade de vida de seus habitantes. Reconhece-se, que a cidade de Fortaleza não é a única a passar pelas dificuldades apontadas, os desafios são iguais a quase todas as cidades de grande porte do país. Porém, a ênfase a ser dada na resolução de seus problemas tem que passar pelo estudo minucioso e técnico de equipes multidisciplinares devendo estar focados na especificidade histórica e peculiaridades da cidade, não se optando por uma padronização *Standard* e *descontextualizada* tão característica dos centros de poder.

Neste sentido, pode-se indagar como o meio natural através de seus diversos biomas, tais como: atmosférico, hidrológico, geológico bem como a fauna e flora e o próprio homem podem fazer frente a uma realidade devastadora que submete o interesse coletivo aos ditames do grande capital? Como desenvolver sociedades ambientalmente sustentáveis onde a natureza humana e o patrimônio natural sejam um bem compartilhado e respeitado por todos?

Urbanistas apontam a desarticulação de políticas em todas as esferas administrativas (federal, estadual e municipal) na produção de um planejamento integrado, focado no ordenamento racional da metrópole, com vistas à execução de metas de curto, médio e longo prazo direcionado a interconexão com as áreas urbanas circunvizinhas numa dimensão sistêmica e interdisciplinar. Em outras palavras, não se pode pensar o problema do *caos* de Fortaleza restrita apenas ao seu espaço geográfico e sem percebê-la numa dimensão local e global.

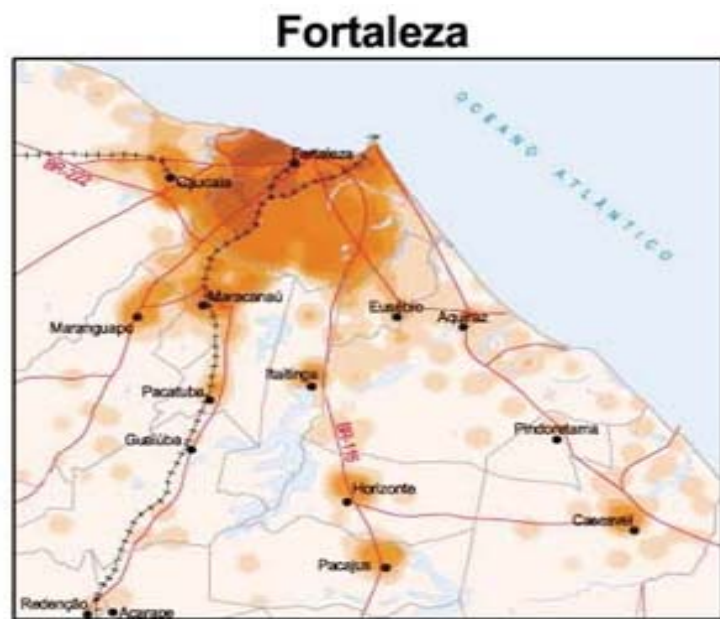
Santos (2008, p. 75) em sua obra “Por uma nova globalização” faz referência a uma visão sistêmica que deveria pontuar o planejamento de uma cidade com vistas a privilegiar todos seus integrantes, de forma indistinta:

“ O desejável seria que, a partir de uma visão de conjunto, houvesse redistribuição dos poderes e de recursos entre diversas esferas político-administrativas do poder, assim como uma redistribuição das prerrogativas e tarefas entre diversas escalas territoriais, até mesmo com a reformulação da federação”.

“ As chamadas políticas públicas, quando existentes, não podem substituir a política social, considerada um elenco coerente com as demais políticas (econômica, territorial etc)”.

Na perspectiva de se pensar a totalidade dos problemas existentes na cidade, os demais itens pensados por Sergio Buarque de Holanda, tais como: *visão global e corte territorial (IV)*; *visão estratégica e capacidade operacional (V)*; *integração da metrópole com o contexto externo (VI)* e *perspectiva de longo prazo (VII)*, devem ser integrados e concebidos dentro de uma metodologia histórica no tratamento do espaço urbanístico que sofreu grandes alterações frente ao acelerado crescimento demográfico e pressões macroestruturais não devendo ser resolvidos sem o amplo debate dos fortalezenses que vivem e sofrem seus *reveses*.

Abaixo, destaca-se o mapa caracterizando o adensamento urbano da cidade fruto como já sinalizado da marginalização socioeconômica que ainda permeia alguns municípios de sua área metropolitana.



**Figura 1: Distribuição da população urbana**  
 Fonte: IBGE (2000)

O mapa expressa claramente as manchas de adensamento urbano concentradas na capital em relação aos municípios de sua região metropolitana reforçando demandas de toda ordem e, respectivamente, problemas entre eles destacamos: uso abusivo dos agrotóxicos na agricultura em larga concentração, segundo dados do Laboratório Central de Fortaleza (2009) quase 70% dos alimentos comercializados possuem alto teor de veneno, para esta análise esse órgão, solicitou a cooperação de laboratórios de outros estados por não deter a tecnologia necessária para o estudo. O excesso de agrotóxico foi detectado em 17 dos 20 tipos de frutas, legumes e hortaliças. Segundo o jornal Diário do Nordeste (Regional, p.1), o Ceará dá mal exemplo no controle do uso de agrotóxicos mesmo sendo um dos maiores produtores de frutas do País.

No início de 2010 foi realizada audiência pública na Assembléia Legislativa do Ceará para discutir os efeitos dos agrotóxicos na saúde pública, naquela oportunidade, vários órgãos ligados à questão ambiental reconheceram a carência no Estado, no tocante, a escassez de pessoas para fiscalização mais intensiva na área rural. A Companhia de Gestão dos Recursos Hídricos do Estado (COGERH) reconhece a contaminação dos aquíferos por agrotóxicos.

A COGERH realiza o gerenciamento e o disciplinamento de mais de 90% das águas acumuladas no território cearense e é responsável pela elaboração de políticas públicas dos recursos hídricos do Estado. Estão sob a administração da Companhia, 126 dos mais importantes açudes públicos estaduais e federais, além de reservatórios, canais e adutoras da bacia metropolitana de Fortaleza. A título de

ressaltar os níveis de poluição hidrológica no estado, a Universidade Federal do Ceará (UFC), detectou no município de Limoeiro do Norte 100% de contaminação dos mananciais que abastecem a população para uso doméstico.

Os efeitos deletérios dos agrotóxicos no organismo seguem uma escala gradativa de toxicidade desde doenças de rápido tratamento medicamentoso até as fatais. Algumas delas cujo efeito cumulativo só pode ser descobertas passado muitos anos. Os sintomas mais freqüentes observados são: náuseas, dores de cabeça, tonturas, alergias e diversos tipos de tumores malignos.

Há dois anos atrás (2008) foi largamente debatido na sociedade a não existência de equipamentos de análise bioquímica do Laboratório Central de Saúde Pública do Ceará (LACEN), para resíduos tóxicos dos alimentos, na ocasião, seus dirigentes alegaram reforma e aquisição de equipamentos bem como capacitação de pessoal, até o presente momento este serviço continua não existir.

Dos agrotóxicos contaminando a produção agrícola cearense segue-se para a contaminação atmosférica por ser considerado o ar como incolor, inodoro e insípido a qualidade do ar respirado na metrópole é pouco evidenciado somente dá mostras de sua intolerabilidade quando os problemas de saúde começam vistos como questões de ordem pública – agravos decorrentes da poluição atmosférica.

A qualidade do ar atmosférico é um dos elementos naturais mais atingidos pelo crescimento das cidades, as fortes emissões de gases tóxicos e material particulado na atmosfera atingem proporções alarmantes e/ou acima da taxas de tolerância. Na há evidentemente, uma preocupação pelo menos em nível da maioria das cidades densamente povoadas de serem adotadas medidas preventivas de controle do material particulado lançado na atmosfera provenientes das indústrias, veículos e demais intervenções antrópicas.

O cidadão fortalezense como elemento integrador e integrado ao espaço tende a incorporar as consequências de meio urbano conturbado em seus aspectos sociais e ambientais, este último representado pelo “*stresss urbano*”, problemas respiratórios, moradias insalubres, entre outros agravos.

A modificação do clima natural de Fortaleza faz parte dessa realidade, existindo dados considerados alarmantes, segundo Xavier (1996 e 2006, in: Moura 2008) como “a regressão de 50% da taxa da velocidade do vento suficientes para induzir novos planos urbanos e sensibilizar a sociedade para a tomada de decisões de controle dos atributos climáticos urbanos.

Na década de 90 foi regulamentado a Resolução No. 3 CONAMA de (28/06/1990) estabelecendo os padrões nacionais de Qualidade do Ar nas cidades devido inexistência de uma legislação que subsidiasse os estados e municípios com uma norma ambiental. Entretanto essa medida não tem sido suficiente para disciplinar as emissões produzidas pela intensidade da frota automobilística presentes nas cidades de médio e grande porte, inclusive, nos últimos anos a indústria automobilística teve um crescimento estupendo fruto da redução do IPI e das facilidades de crédito para as classes C e D. Enfim, variável que somada a expansão industrial, o aumento do consumo e a diminuição das áreas verdes cedendo lugar aos aglomerados de concreto são indicadores do processo exaustivo acometido na natureza não lhe permitindo em tempo hábil sua autoreconstrução, exemplos inúmeros a cada dia refletem o quanto o ser humano humana tem sido incoseqüente ao lidar com o planeta que o abriga e o alimenta.

### **3. ENFOQUE METODOLÓGICO NA ANÁLISE DE UMA FORTALEZA SUSTENTÁVEL**

A pesquisa bibliográfica e documental foram estratégias utilizadas neste trabalho para conhecer os mecanismos utilizados na gestão pública necessários ao atendimento dos interesses coletivos, sendo priorizado o tipo de cidade que se aspira. O poder econômico tem um papel de destaque, porém, sem à ajuda do Estado, ele pouco pode lançar seus sustentáculos na estrutura de um território. Como pontua Santos (2008, op.cit. p.77),

“Ao contrário do que se repete impunemente, o Estado continua forte e a prova disso e que nem as empresas transnacionais, nem as instituições supranacionais dispõem de força normativa para impor sozinhas, dentro de cada território, sua vontade política ou econômica.

Ainda segundo o grande geógrafo Milton Santos, o espaço construído no mundo globalizado ganha novos contornos, novas características, novas definições, **“onde os atores mais poderosos se reservam os melhores pedaços do território e deixando o resto para os outros”** (Santos, 2008, p.79), nesta luta desigual cabe ao Estado a prerrogativa de fazer a interlocução necessária nos “âmbitos de suas esferas administrativas” concebendo um plano de desenvolvimento urbano capaz de responder aos reclamos de uma sociedade carente de políticas definitivas e de largo espectro que vislumbrem solução para o caos urbano.

Vários estudos técnicos sobre qualidade ambiental são produzidos por instituições governamentais, através de seus órgãos técnicos bem como a academia oferecendo subsídios importantes no disciplinamento do solo urbano, sobretudo, no planejamento ambiental alternativo, onde a participação da comunidade e da população seja destacada numa proposta de cidade que venha atender aos interesses coletivos, em uma perspectiva descentralizadora e participativa.

A educação ambiental perpassada na educação básica, torna-se elemento essencial para uma consciência cidadã cuja base seja estruturada numa preocupação planetária onde todas as formas de vida devam ser preservadas e o interesse comum predomine em relação ao individual.

Felizmente, percebe-se uma onda que atravessa a sociedade sobre a questão da exaustibilidade do meio ambiente em proporcionar os recursos necessários à satisfação humana. Há grupos e organizações não governamentais (Ong`s) cada vez mais imbuídos no sentido de mobilizar as pessoas na defesa das reservas naturais e formas de economia mais sustentáveis, a exemplo disso, destacamos a economia solidária e dos arranjos produtivos locais. Cabe aqui, fazer referência em diversos municípios do Estado, grupos de agricultores estão sendo incentivados a produzirem suas plantações sem adição de agrotóxicos existindo vários pontos de revenda em Fortaleza na oferta de produtos intitulados de *orgânicos*.

A destarte, do Plano Diretor Urbano, ter sido aprovado em 2009 ainda são consideradas incipientes as medidas de controle das questões ambientais em Fortaleza, isso se pode afirmar sem recair no *criticismo* retórico, mas evidenciadas no dia a dia por sua população local e pelo seus visitantes ocasionais.

A cidade precisa urgentemente de rearranjo urbanístico que necessariamente passe pela arborização de seus espaços públicos possibilitando um melhor conforto térmico a sua população, que teve alterado seu clima em virtude do crescimento desordenado das construções quer em nível de moradias quer pelos complexos comerciais. O verde não é garantia apenas de um ar mais puro, segundo Shams J.C.A (Et. Al. 2009) *“ tem uma significância psicológica no determinante da salubridade mental “*, portanto, tendo uma influencia direta sobre o bem estar do ser humano. Somam-se a estes fatores, a indicação que uma cidade arborizada quebra a monotonia da paisagem cinza do concreto estabelecendo uma função ecológica no abrigo e alimento aos animais além da sustentabilidade dos recursos naturais (solo, água, flora e fauna).

No plano nacional repercutiu favoravelmente a noticia (Diário do Nordeste, Caderno Cidade, 6/04/2010) que o Brasil finalmente assinou um acordo ratificado por 50 países, “naturalmente”, com a chancela do banco Mundial e da Organização das Nações Unidas (ONU), como um dos beneficiários a receber a quantia de U\$ 4 bilhões destinado a conservar áreas verdes, no entanto tendo como condicionante a exploração das mesmas de forma sustentável até 2012. Cifra considerável a ser empregada em programas com ênfase na sustentabilidade do meio urbano e rural que deve ser acompanhada sua aplicação para que não ocorram desvios tão comuns no cotidiano das administrações públicas.

Porém, ao destacar a exploração das reservas verdes para uso sustentável, surge uma preocupação sobre as condições impostas a esta medida qual seja a não estar claramente definido em

termos legais ou marco regulamentar os parâmetros de exploração com base na preservação dos ecossistemas.

Enfim, um novo paradigma de gestão ambiental deve ser gestado uma vez que atinge a todos indistintamente - ricos e pobres. A natureza, através de seus biosistemas - atmosfera, os mares, rios, solo, fauna e flora pedem que a olhemos com olhos menos gananciosos que a percebamos como Terra mãe *Gaia*, como batizada pelos antigos povos gregos. Toda forma de organização deveria ter como prioridade estratégica o desenvolvimento do homem e da natureza sendo seus principais alvos, num processo socialmente equilibrado e não numa busca desenfreada onde o apelo consumista restrinja a capacidade das futuras gerações terem atendidas suas necessidades básicas e a convivência plural com a biodiversidade planetária.

#### 4. CONCLUSÕES:

Decerto pensar a problemática de Fortaleza, ter-se-á como pré-requisito visualizar a cidade como *lócus* onde a realidade urbana acontece e se generaliza. A orquestração da sociedade civil independente dos níveis em que esteja estruturada forçará governos e administrações públicas a trabalhar as tensões urbanas, seus conflitos não isoladamente de forma paliativa e circunstancial, e sim integrada a uma visão

de totalidade transdisciplinar. Nessa linha, profissionais como o geógrafo, urbanista, arquiteto, sociólogo tem muito a acrescentar no planejamento estratégico da cidade e na resolução de seus grandes desafios.

O planejamento urbano também não pode prescindir do cidadão comum, aquele que diuturnamente constrói a riqueza desse país, que mora e trafega pelas ruas da cidade conhecendo de perto suas potencialidades e debilidades, evidentemente, trazem uma contribuição importante na feitura de uma cidade com proposta inclusiva. Exemplos de mobilização de grupos comunitários localizados em bairros, favelas, áreas periféricas, etc.; estabelecem entre si prioridades coletivas e conseguem legalizá-las juridicamente via associações comunitárias, numa postura reivindicativa de luta por melhorias no entorno espacial pelos direitos sociais que lhes foram subtraídos.

As Organizações Não Governamentais (Ong's), Universidades, Empresas verdes, enfim, o que poderíamos chamar de terceiro setor vêm atuando pró-ativamente na interlocução de propostas de desenvolvimento urbano com base sustentável, em que pese ainda serem incipientes no seio da sociedade civil a idéia da contribuição de cada cidadão na preservação ambiental, já se consegue visualizar ações de segmentos importantes formadores de opinião que tem implementado conceitos como a permacultura - "uma tecnologia que visa fazer da vida o resultado da integração dos ecossistemas, da sabedoria ancestral e do conhecimento científico" (Diário do Nordeste – Caderno Cidade, 27/06/2010, p.10).

Na realidade um novo postular comportamental se insurge estabelecendo a ética no uso dos recursos naturais, tendo como exemplo, a organização da própria natureza. Neste sentido, a educação ambiental e desenvolvimento sustentável são possibilitados a clientela escolar via currículo e metodologia de projetos interdisciplinares com foco na "consciência verde", destacando a importância de serem implementados tanto a nível formal através de conteúdos programáticos, e informal baseado em ações cotidianas.

Em nível de decisões políticas, a título de ilustração, Fortaleza foi alvo recentemente de intenso debate sobre a instalação em seu território de um estaleiro, a ser localizado nas praias do Titãzinho e no Poço da Draga, porém, estudo técnico efetuado pela prefeitura apontava para inadequação deste equipamento que necessitaria de 1 milhão de m<sup>2</sup> de aterramento em seu litoral. O argumento favorável à instalação deste empreendimento recaía na geração de empregos, no entanto, os estudos apontavam à insuficiência da quantidade de vagas comparada ao tamanho do investimento requerido, conforme publicidade institucional divulgada no (Jornal Diário do Nordeste em 28/06/2010).



Felizmente neste caso, os interesses econômicos foram preteridos em favor da cidade que tem outra vocação comercial, que é o Turismo, decerto que a base dos estudos técnicos realizados deteve-se mais sobre os significativos impactos ambientais, sociais e urbanísticos que certamente sofreriam caso tal empreendimento fosse aprovado.

Na conclusão deste ensaio enfatizando que apesar de termos tido avanços no panorama da educação ambiental no país com adoção de vários programas intergovernamentais, medidas sistêmicas e estruturantes se fazem necessárias. Na esfera educacional, citaríamos a preparação e qualificação docente com vistas a uma formação pedagógica integrada, contínua e transversal em todas as disciplinas, modalidades e níveis de ensino. Na esfera política, a ênfase e implementação de plano de desenvolvimento baseado em estudos técnicos e amplamente discutido pela sociedade. Na esfera técnica e acadêmica, a socialização dos saberes em todos níveis de divulgação e interlocução sociais, não devendo e podendo ficar restritos as publicações científicas onde poucos a elas tem acesso.

## REFERÊNCIAS

BORZACCHIELLO, José da Silva. Os problemas da cidade, a metrópole e modo de vida: Segregação, conflitos, estratégias. In: Carlos Ana Fani Alessandro e Amália Inês Geraides. Dilemas Urbanos: Novas abordagens sobre a cidade. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2005.

BRASIL. CONAMA. Resolução CONAMA Nº 3 (28/06/1990) - Publicação DOU, de 22/08/1990, págs. 15937-15939.

BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Dados da pesquisa Cálculo do Produto Interno Bruto (PIB) dos Municípios Brasileiros 2002.

CEARÁ. Instituto de Pesquisa e Estratégica Econômica do Ceará.- IPCE. PERFIL BÁSICO MUNICIPAL 2009.

DIÁRIO do Nordeste. CE em situação de emergência ambiental. 6/04/2010

DIÁRIO do Nordeste. Biodiversidade ameaçada. Caderno Negócios: Gestão ambiental, 26/05/2010, p.12. Diário do Nordeste. Ceará não tem laboratório para análise de agrotóxicos. Regional, 30/05/2010.

DIÁRIO DO NORDESTE – Caderno Cidade. Consciência Ambiental- Já pensou em ser verde? 27/06/2010, p.10.

DIÁRIO do Nordeste. A prefeitura quer o estaleiro no Ceará, mas Fortaleza não é o melhor lugar. Publicidade, Caderno Cidade em 28/06/2010, p. 10 11.

FORTALEZA - Plano Diretor Urbano aprovado em 2009.

MOURA, Marcelo de Oliveira. O clima urbano de Fortaleza sob o nível do campo térmico. Dissertação de mestrado. Área de concentração em dinâmica territorial e ambiental. Defendia em 21/08/2008. Universidade Federal do Ceará

SHAMS, Juliana Cristina Augusto (Et.al) –Emprego da arborização na melhoria do conforto térmico nos espaços livres públicos. REVSBAU, Piracicaba, SP, v.4, n.3, p.1,2009.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à conscientização universal. 15ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2008. p.77.

PERMACULTURA – Disponível em [www.rts.org.br/noticias/a-semente-da-permacultura](http://www.rts.org.br/noticias/a-semente-da-permacultura). Acessado em 29/06/2010.

# Turismo

## UM OLHAR SOBRE UMA DAS SETE MARAVILHAS: REQUISITOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA LÁGEA FORMOSA – SÃO RAFAEL/RN

CAMILA AVELINO DE MACEDO Autor<sup>1</sup>; EDSEISY SILVA BARBALHO TAVARES Autor<sup>2</sup> e HANNA NÓBREGA ALMEIDA Autor<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Instituto Federal do RN - Campus Ipangaçu; <sup>2</sup>Instituto Federal do RN – Campus Ipangaçu e <sup>3</sup>Instituto Federal do RN – Campus Ipangaçu

camila\_av\_macedo@hotmail.com – seisybarbalho@yahoo.com.br – hanna\_assu@hotmail.com

### RESUMO

O turismo provocou, nos últimos anos, um relativo crescimento na economia e trouxe diversas mudanças nos âmbitos social, econômico e cultural de muitas regiões do mundo. Por isso, é importante que o poder público e as empresas discutam a forma como essa atividade é planejada. Nosso objetivo é analisar os benefícios que o desenvolvimento do turismo pode trazer a Lágua Formosa, localizada no município de São Rafael no Rio Grande do Norte (RN). A pesquisa concerne a um estudo iniciado em Setembro de 2010, onde se realizaram, como procedimento metodológico, pesquisas bibliográficas e, posteriormente, visitas periódicas com acompanhamento de guias e turismólogos, para identificar os impactos do turismo na região. Apontada como uma das sete maravilhas do RN, destaca-se pela presença de fósseis de animais, pinturas rupestres, morros de pedras graníticas, piscinas naturais e fauna e flora diversificadas. A atividade turística na região cresce cada vez mais nos últimos tempos devido ao seu grande potencial natural. Isso gera empregos para as pessoas que habitam o município, pois movimenta os diversos setores da economia, como pousadas, restaurantes, lojas de artesanatos, transporte, entre outros.

**Palavras-chave:** desenvolvimento econômico, Lágua Formosa, turismo, São Rafael.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é um tema que ganhou grandes proporções, influenciado pelo seu avanço e expressividade, por isso ele é discutido tanto no mundo quanto no Brasil e no Rio Grande do Norte (RN). É um processo de dimensão mundial que se dá nos lugares; portanto, materializa-se neles. Em São Rafael, situada na mesorregião do Oeste Potiguar do RN, o processo do turismo está em desenvolvimento, sendo ainda pouco expressivo, principalmente pela falta de investimentos por parte da prefeitura local.

São Rafael é uma das nove cidades que compõem a região do Vale do Assu, localizada a 210 km da capital do estado, Natal/RN. Possui uma área de 469 km<sup>2</sup> e tornou-se conhecida nacionalmente como “a cidade que nasceu de novo”, por ser a segunda cidade planejada do país. Esse fato ocorreu em 1983, após a construção da barragem Armando Ribeiro Gonçalves, onde a cidade foi praticamente toda inundada, obrigando, assim, os moradores a deixarem suas casas e construírem uma nova cidade. Com isso, a história de São Rafael se apresenta de duas formas distintas: uma referente à antiga São Rafael, e a outra referente à nova São Rafael, construída em um novo território.

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), no ano 2010, a população do município era estimada em 8.111 habitantes, tendo sua taxa de crescimento populacional de 1,16% na última década. O município apresentava no mesmo ano um predomínio de homens e uma estrutura populacional formada principalmente por adultos de 15 a 19 anos. São Rafael tem sua economia voltada, sobretudo, para a agropecuária, com destaque para a pesca. O setor de serviços possui uma diversidade na oferta de atividades muito baixa, distribuído em apenas 39 unidades locais.

Mesmo com o pequeno desenvolvimento econômico, a cidade de São Rafael possui um grande potencial turístico, que pode ser explorado, o que melhorará a economia local e trará desenvolvimento econômico, social e cultural para a região. Dentre os pontos turísticos do município, destaca-se a Lágua Formosa, um dos maiores sítios paleontológicos potiguares, que já atraiu vários pesquisadores e que tem capacidade de atrair muitos turistas. O grande desafio para o crescimento turístico na região é o pouco investimento por parte dos órgãos públicos, que acabam sem explorar o potencial da mesma.

O principal objetivo dessa pesquisa é analisar os benefícios que o desenvolvimento do turismo na Lágua Formosa pode trazer para o município de São Rafael, como esses benefícios atingirão a população e a economia local e o que é necessário para que essa atividade cresça na região. Para isso, é preciso entender o turismo como uma atividade econômica de primeira ordem, que origina novas fontes de riqueza e incrementa as existentes nos lugares em que se exerce. “Os benefícios do turismo são de caráter direto sobre algumas indústrias (hotéis, transportes, etc.) e indireto sobre muitos outros setores da economia local, regional e nacional, (maior arrecadação de impostos, estimula a atividade comercial e de serviços, gera novos empregos, etc.)” (SOSA, 1995).

Nessa perspectiva, o trabalho apresenta inicialmente a fundamentação teórica que permeia a análise. Em seguida, descreve os procedimentos metodológicos adotados, a fim de se alcançar o objetivo proposto, apresentando cada uma das etapas realizadas. Por conseguinte, realiza uma análise à luz da referida fundamentação teórica e, por fim, tece considerações finais sobre o objeto de estudo.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil e no mundo. Segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo), ele representa o “movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas”, ou seja, é toda atividade em que pessoas se deslocam temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja para seu próprio país ou para o estrangeiro, por uma razão que não seja a de realizar uma atividade remunerada.

O turismo possui reconhecida força enquanto fenômeno social e econômico capaz de gerar impactos de diferentes magnitudes. A intensidade desses impactos costuma ser dividida em áreas nas quais o turismo tem influência: na economia local, regional, nacional ou mesmo internacional; no meio ambiente, seja ele natural ou artificial; e na esfera sociocultural, o que abrange fatores comportamentais dos turistas e da comunidade receptora e as inter-relações do turismo com as diversas tradições e culturas das regiões visitadas (ELIAS, 2009).

Por possuir grande potencial cultural e natural, o Brasil tenta desenvolver e fortalecer o seu setor turístico e, para isso, nos últimos anos, investiu na infraestrutura que comporta o turismo, ocupando hoje uma posição privilegiada no ranking mundial desse setor. O estado do Rio Grande do Norte (RN), localizado no Nordeste do país, acompanha essa expansão, investindo bastante nas três últimas décadas e possui como marco inicial a construção da via costeira e uma rede de hotéis na capital, Natal, “despontando, assim, como centro turístico importante e um dos principais portões de entrada do turismo internacional do Nordeste” (LACERDA, 2002).

O turismo no Rio Grande do Norte não se estende apenas por sua capital Natal, embora seja onde ele mais tenha se desenvolvido, com várias cidades como referência e opção para o turista, como Mossoró, Santa Cruz, Caicó, Macaíba, Currais Novos, São Rafael, entre outras. Algumas, porém, mesmo possuindo grande potencialidade para desenvolver o turismo, não investe o necessário para fazer despontar essa atividade econômica. Exemplo disso é a fazenda da Lágua Formosa, localizada a 8 km do centro de São Rafael (ver Figura 1), considerada um dos maiores patrimônios ecológicos e culturais do estado. De acordo com William Vesentini (1995), um patrimônio ecológico e cultural são paisagens naturais ou obras de cultura que possuem um valor inestimável; por exemplo, um rico ecossistema, uma cidade ou um monumento que retratem ou simbolizem uma época ou uma civilização. Assim, com uma rica história, fauna e flora, a Lágua comporta uma estrutura ideal para o turismo da região, porém, não recebe a devida atenção por parte de seu município.



**Figura 1 - Localização da Lágua Formosa**

Mesmo com pouco interesse e investimentos, a atividade turística na Lágua destaca-se cada vez mais, tornando-se uma grande potência econômica para a cidade de São Rafael, onde se localiza, tendo em vista seu potencial natural e cultural. Em 2007, a Lágua Formosa foi apontada como uma das sete maravilhas do RN, pelo jornal Diário de Natal. As principais atividades turísticas que podem ser praticadas no local são: Trilhas Ecológicas, Rapel, visualização de pássaros e plantas típicas da região, entre outras. Na fauna, destacam-se pássaros como: Jurutis, Galos de Campina, Rolinhas e aves predatórias como o Carcará, já sua flora é composta pelo Catingueiro, Jurema, Mufumbos, Xiquexique, Cactos, entre outros, vegetação típica da Caatinga nordestina.

A Lágua tem uma grande relevância histórica, e isso se dá por vários motivos. O primeiro deles é o fato de ela ser um dos maiores sítios paleontológicos potiguares com restos de mamíferos quaternários. O outro é que ela se constitui única localidade do município que preservou sua fauna e flora natural, pois, após a enchente ocorrida em 1983, o município perdeu quase todo o seu patrimônio, restando intacta apenas a Lágua. Sua importância histórica foi oficialmente constatada em 1950 pelos pesquisadores de antropologia da UFRN, pelo fato de encontrarem fósseis de animais da Megafauna Pleistocênica - Mamíferos gigantes que lá viveram há mais de dez mil anos. As pesquisas realizadas no local resultaram na coleta de um grande número de peças fósseis que foram preservadas em sedimentos areno-argilosos.

Embora aspectos naturais, culturais e históricos sejam fundamentais para o turismo de uma região, não são os únicos fatores que precisam ser analisados. Deve-se, também, oferecer uma boa infraestrutura, pois o turismo exige uma verdadeira transformação urbanística nas cidades onde se exerce, já que ela precisa dos mais completos serviços urbanos.

Abastecimento de água, sistema de esgoto, iluminação e pavimentação de ruas, serviços de assistência sanitária, abastecimento de alimentos, etc. são aspectos fundamentais a serem adequadamente previstos devido ao aumento considerável da população na cidade nas épocas de temporada turística. Quando bem organizado, o planejamento do traçado urbano, das normas construtivas, regulamento do uso do solo, as cidades se transformam em centros turísticos com características peculiares contribuindo para acrescentar atrativos aos já existentes no lugar (SOSA, 1995).

A região onde se localiza a Lágua Formosa não possui uma infraestrutura adequada para uma grande demanda turística. Dentre os serviços presentes que dão suporte a essa atividade, está à presença de hotéis/pousadas, restaurantes e postos de gasolina. Além da economia local, a população também é beneficiada, pois há movimentação dos mais diversos setores da economia, gerando empregos e movimentando o comércio. Para Ruschmann (1997), o turismo pode ser uma opção ao desenvolvimento das comunidades e das pessoas. No entanto, é necessário um planejamento rigoroso, contando com a participação da comunidade envolvida para que possa ser bem sucedido. “A atividade turística realizada sem planejamento tem grandes possibilidades de produzir mais impactos negativos do que positivos” (CASTRO; MIDDLEJ, 2009, p.23).

Assim, percebe-se a importância dos órgãos públicos para que o turismo se desenvolva, visto que as obras de infraestrutura são responsabilidade, principalmente, da prefeitura local. “O papel do setor público é facilitar, induzir e organizar, pois a atividade turística, por ser bastante dinâmica, traz benefícios em curto prazo, mas também pode prejudicar o meio ambiente natural e sociocultural com a mesma velocidade” (CASTRO; MIDDLEJ, 2009, p.23). Com um investimento adequado, junto à potencialidade turística da Lágua, não só a economia cresceria, pois geraria mais empregos e renda, mas também a população, visto que a melhora na estrutura urbana promoveria melhores condições de vida, trazendo assistência sanitária, hospitais, abastecimento de alimentos, coleta de lixo, entre outros. Outro papel importante da prefeitura no desenvolvimento turístico da Lágua é a conservação dos patrimônios históricos e naturais e a divulgação das atrações turísticas da cidade onde está localizada.

É importante que se tenha bens culturais locais, regionais ou nacionais devidamente conservados. Entre estes bens, podemos destacar igrejas, museus e monumentos.

Além disso, uma infraestrutura organizacional pública e privada – que promova constantemente eventos visando atrair o fluxo turístico. Por conseguinte, é o trabalho de marketing que dá alma, vida ao turismo, mobilizando milhões de pessoas, que saem da rotina onde moram para desfrutar as belezas existentes alhures (SOUZA, 1999).

São muitos os fatores necessários para fortalecer o turismo na Lágua. Para isso, é preciso conscientizar a população de que a atividade turística é muito importante para o desenvolvimento econômico da cidade, uma vez que não há investimentos por parte da prefeitura. De acordo com Castro e Midlej (2009) a participação da população na implementação de uma política de desenvolvimento que envolva a maioria dos segmentos da sociedade é possível porque a qualidade do produto turístico depende do envolvimento sistêmico dos diversos componentes integrantes do produto global único que é o Turismo. Porém, sem a atenção dos órgãos públicos, o turismo continuará sendo uma atividade secundária no município, não podendo oferecer toda sua potencialidade. Isso porque, para que ela se desenvolva, é necessário uma infraestrutura que suporte a demanda turística e investimentos privados que são atraídos pelo poder público.

Confirmando isso, em 1983, realizou-se, em São Paulo, uma pesquisa em relação ao mercado turístico da cidade de Natal, segundo as percepções do mercado potencial paulista. Neste trabalho, buscou-se identificar os fatores básicos que são importantes para os turistas potenciais na diferenciação das cidades nordestinas como centro turístico. Constatou-se, na pesquisa, que o primeiro e mais importante fator de diferenciação identifica um fator geral de infraestrutura e atração turística, que inclui a presença de atividades, serviços, infraestrutura e condições de custos. No segundo fator, focalizaram-se, essencialmente, os aspectos de higiene, segurança e honestidade dos recursos humanos. Dos resultados da pesquisa tirou-se que:

Enquanto o primeiro fator é bastante abrangente, relacionado nitidamente com aspectos turísticos, o segundo é mais especificamente definido, representando uma preocupação do turista potencial com aspectos de cidades não limitados às atividades turísticas; entretanto tais aspectos pesam na avaliação de centros alternativos quando da escolha de um lugar para fazer turismo. Portanto, o trabalho conjunto da iniciativa privada e das entidades governamentais correspondentes é decisivo no sucesso do desenvolvimento constante dos centros turísticos ( ENDERS; BASÍLIO, 1982 ).

Assim, percebe-se que o turista escolhe seu destino turístico de acordo com vários aspectos, sejam eles estruturais, como a existência de hotéis, pousadas, boas estradas e restaurantes; organizacionais, como a limpeza da cidade, disponibilidade de água potável, segurança e saneamento básico; ou culturais, como a presença de belezas naturais e patrimônios históricos. Portanto, para que o turismo se desenvolva com sucesso, há a necessidade não apenas da intervenção do setor público, mas da parceria entre os diversos segmentos atuantes na atividade, como por exemplo, empresas privadas responsáveis pela limpeza pública, conduzindo a um processo sinérgico, onde o todo é maior que a soma das partes integrantes do sistema.

### 3. METODOLOGIA

Na busca de consecução da proposta de pesquisa sobre o uso o desenvolvimento do turismo na Lágua Formosa, privilegiou-se tanto uma pesquisa bibliográfica quanto uma pesquisa empírica. A obtenção de dados, a partir de fontes, deu-se por intermédio de pesquisa bibliográfica a respeito do tema em estudo. Para a produção de informações sobre o desenvolvimento do turismo na região da Lágua Formosa, os procedimentos foram à visitação/pesquisa in loco e a realização de entrevistas, com perguntas abertas e fechadas com os diversos agentes sociais envolvidos no espaço geográfico em tela.

A pesquisa exploratória de campo tinha como objetivo coletar informações junto aos moradores e guias da Lágua sobre a situação do turismo no local e como ele tem sido desenvolvido e focado pela prefeitura e entidades particulares. As visitas foram realizadas entre o período de Setembro de 2010 à Fevereiro de 2011, onde se coletaram dados, através de fotos e vídeos, que, conseqüentemente, confirmarão as observações do local.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Apesar de possuir um grande potencial para o turismo, constatou-se que o acesso à Lágua é limitado devido à falta de infraestrutura para comportar os turistas. Isso ocorre, principalmente, pela falta de investimento dos órgãos públicos, que priorizam outros setores da economia. Através da pesquisa, observaram-se pontos positivos e negativos para a inserção de atividades turísticas nessa região.

Dentre os pontos positivos, têm-se as características naturais do local, favoráveis para a prática de trilhas ecológicas, rapel, visualização de pássaros (como Jurutis, Galos de Campina, Rolinhas e aves predatórias como o Carcará), plantas típicas da região da Caatinga nordestina (Catingueiro, Jurema, Mufumbos, Xiquexique e Cactos), tanques naturais (ver Figura 2) e rochas esculpidas ao longo dos anos pela ação da natureza.

Junto aos aspectos naturais, a Lágua também possui uma grande relevância histórica constatada oficialmente em 1950 pelos pesquisadores de antropologia da UFRN. Além de ser um dos maiores sítios paleontológicos potiguares com restos de mamíferos quaternários, ela é a única localidade do município que preservou sua fauna e flora natural após a enchente ocorrida em 1983. Conserva, também, o casarão do Barão de Serra Branca (ver Figura 3), que possui mais de 108 anos e que, em seu interior, guarda fotos dos antigos moradores, jornais antigos; uma capela onde os casamentos da família eram realizados e objetos como, por exemplo, a cadeira que os escravos suportavam nos ombros levando a baronesa.



Figura 2- Piscinas naturais



Figura 3 - Antigo Casarão



Entre os fatores que contribuem negativamente para o desenvolvimento do turismo da Lágua, está a pouca infraestrutura e de profissionais capacitados na área. No local, não se observaram sistemas de iluminação e abastecimento de água adequados, pavimentação de estradas, locais destinados à distribuição de alimentos e hospedarias.

A pousada São Rafael (ver Figura 4), a mais próxima do local, localiza-se no centro da cidade, podendo comportar, no máximo, 50 pessoas, possuindo um restaurante (ver Figura 5) onde a especialidade é o preparo de comidas típicas da região. O fato de a pousada encontrar-se distante da Lágua diminui sua atratividade turística.



**Figura 4 - Pousada São Rafael**



**Figura 5 - Restaurante da pousada**

Além do mais, como não há investimento por parte da prefeitura, a Fazenda se sustenta apenas com a taxa de cinco reais cobrada por visitante. Assim como a quantidade de visitantes é pequena, o valor arrecadado acaba não sendo suficiente para que os donos da propriedade invistam em uma infraestrutura capaz de atender a demanda turística, sendo o dinheiro voltado apenas para a preservação da área. Em uma entrevista cedida pelo proprietário da fazenda, o senhor Joaquin Vieira Barros, de 71 anos, ele relatou que faz o que está ao seu alcance para preservar o belo patrimônio que lhe foi deixado de herança. Continuou, afirmando que procura evitar os caçadores, que são um problema bastante enfrentado ainda na área e conscientizar as pessoas para não poluir o local, deixando, assim, sempre a área limpa. O entrevistado terminou sua fala, dizendo que, como o turismo não recebe auxílio da prefeitura, a única forma é tomar a iniciativa em preservar a área.

A falta de preparação dos guias e a pouca quantidade destes também prejudica o desenvolvimento do turismo. No primeiro caso, a pouca preparação faz com que os guias não consigam atender os estrangeiros, que, na maioria das vezes, não falam português. No segundo, a pouca quantidade de guias reduz o número de visitas ao local, pois não conseguem atender, ao mesmo tempo, um grande número de turistas. Este problema é constatado na entrevista feita com um dos guias do local, o senhor Divaldo de 34 anos, que falou: “Sempre acompanho as pessoas e lhe explico cada ponto, estando sempre atento para o que os visitantes estão fazendo para evitar que eles danifiquem o local, contribuindo assim para a preservação da área e para que nada no local seja retirado. Porém, em dias de muito movimento, não consigo prestar atenção em todos os turistas, o que acaba prejudicando meu trabalho e muitas vezes deixando o turista insatisfeito.”

Outro fato prejudicial é a pouca divulgação da Lágua. Este problema foi suavizado após a criação de um site, onde são expostas informações sobre o local. Segundo a turismóloga Jane dos Santos de 35 anos, é preciso que seja elaborado um trabalho de convênio com as agências de turismo para que a Lágua seja incluída nos roteiros de viagem.

Dessa forma, analisou-se a grande potencialidade turística da Lágua e quais fatores a impede de desenvolver essa atividade econômica. A partir das pesquisas e entrevistas com a população local,

constatou-se que o principal empecilho seria a falta de recursos e infraestrutura. Porém, mesmo com esses problemas, a atividade não deixa de ser uma boa estratégia de crescimento local, seja este econômico, social ou político.

## 5. CONCLUSÃO

Uma das estratégias mais discutidas nas últimas décadas é a utilização do turismo como fator de desenvolvimento local. Para a maioria dos estados da região Nordeste do Brasil, vantagens competitivas naturais e culturais transformaram a região em um grande centro de turismo e de lazer do país.

Com a entrada das atividades de turismo em uma determinada localidade, certos impactos vão surgindo, sejam eles positivos ou não. O impacto mais explícito é a geração de empregos e de renda, além da circulação econômica gerada pelos próprios turistas. Além disso, também se tem o intercâmbio cultural e valorização da cultura local. As questões sociais estão diretamente relacionadas ao comportamento da sociedade em relação à hospitalidade e valorização das suas práticas culturais. Essas, além de se tornarem pontos positivos, também são consideradas as contribuições mais importantes para a comunidade receptora e sua reorganização local. Com relação aos aspectos naturais, urge a preocupação com o paisagismo, incentivo às práticas de conscientização e preservação ambiental.

A Lágua Formosa ocupa hoje uma posição desfavorável no mercado turístico norte-rio-grandense. Considerando a importância da atividade turística para o desenvolvimento da região e para a melhoria de vida da população local, é necessário que se tomem medidas realmente exequíveis. Com bons investimentos e a realização de planejamentos, as vantagens obtidas pela Lágua através do turismo podem se refletir das mais variadas formas. A oferta de empregos aumentará, consideravelmente, a necessidade de mão-de-obra especializada, como guias, turismólogos, entre outras, incentivando a população a se profissionalizar; haverá crescimento nos setores gastronômicos, como lanchonetes e restaurantes; o sistema de transportes deverá se modernizar favorecendo não só os visitantes, mas também os próprios moradores; a criação de entretenimentos, que são essenciais para preencher a estada do turista na cidade e que beneficiarão também a população local; a concorrência entre as empresas aumentará, sendo benéfica, pois o aumento da produção de bens e serviços, estimulará a competitividade entre os elementos da oferta, melhorando a qualidade dos serviços. Porém, um mau planejamento do turismo na região impedirá que a atividade se desenvolva de forma bem sucedida. Uma das consequências do mau planejamento seria o desequilíbrio ambiental, que poderia desgastar os atrativos naturais, o que traria inúmeras consequências para a população.

Portanto, com o investimento necessário, a região da Lágua Formosa poderá tornar-se um importante ponto turístico para o estado. Porém, é necessário não só investimentos por parte dos poderes públicos, mas também que a própria população contribua ajudando a preservar o patrimônio que trará seu próprio benefício. Mesmo diante de tantos riscos e desvantagens, se administrado de forma correta e eficaz, as vantagens oferecidas pela prática do turismo sobrepor-se-ão às desvantagens. Assim, acredita-se que a atividade turística na região da Lágua Formosa contribuirá para a melhoria do nível e da qualidade de vida da população e para o desenvolvimento das empresas e economia local, inserindo-a competitivamente no mercado turístico norte-rio-grandense.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ALVES, L.A.; CARVALHO, E.A. **Economia do Rio Grande do Norte. Estudo Geo-Histórico e Econômico.** João Pessoa: Grofset LTDA, 2002. p.72.
- ALVES, W. L. **A importância do turismo para a economia.** Disponível em: <<http://www.geomundo.com.br/geografia-30189.htm>> Acesso em: 15 ago 2011.
- ARAÚJO, H.I.; PORPINO, K.O. **Mamíferos fósseis da fazenda lájea formosa, São Rafael, Rio Grande do norte, Brasil: interpretações paleoecológicas.** Disponível em: <[www.seb-ecologia.org.br/viiiceb/pdf/603.pdf](http://www.seb-ecologia.org.br/viiiceb/pdf/603.pdf)> Acesso em: 28 jul 2011.
- CARDOSO, O.L. **Expansão do Rio Grande do Norte.** Rio de Janeiro: O Autor, 2002.
- CASTRO, F. M; MIDDLEJ, M. M. **Planejamento turístico: análise da proposta no município de Valença (BA) no âmbito das recomendações das políticas públicas do turismo no país.** Rio de Janeiro: Caderno de Virtual de Turismo, 2009.
- COSTA, J.M. **Uso do Território Natalense pelo turismo no período Técnico-Científico-Informal.** 2011. 71 p. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2011.
- DIAS, R; AGUIAR, R. M. **Fundamentos do Turismo: conceitos normas e definições,** São Paulo: Editora Alínea, 2002.
- ENDERS, T. S. W.T; FILHO, A. B. **A cidade de Natal Como Centro Turístico Segundo as Percepções do Mercado Potencial Paulista.** Revista de Administração. São Paulo, v. 20, p. 63-67, 1982.
- FORTUNA, C; FERREIRA, C. **O turismo, o turista e a (pós) modernidade.** Portugal: oficina nº 80, 1996.
- GOMES, M.E. **Reflexões acerca da relação entre turismo e cultura.** Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos915/relacao-turismo-cultura/relacao-turismo-cultura.shtml>> Acesso em: 28 jul 2011.
- IBGE. **IBGE Cidades.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>> Acesso em: 05 set 2011.
- MOTEJANO, J. M. **Estrutura do mercado turístico.** 2º Ed. Atualizada. São Paulo: Roca, 2001.
- RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável.** Campinas: Papirus, 1997.
- SIMÕES, S. **Guia turístico Pará: ecológico, histórico e cultural.** Belém: Empresa das Artes, 2006.
- SOSA, M.M. **Adequação da habitação de praia para o turista argentino em Florianópolis - Santa Catarina.** Santa Catarina: 1995.
- SOUZA, I. O Turismo no RN antes da Via Costeira. In: **Diário do Rio Grande do Norte.** Fascículo 11. 1999.
- VESENTINI, W.V. **Sociedade e Espaço.** São Paulo: Ática S.A, 1995. p. 248.

## TURISMO SEXUAL NAS PRAIAS SERGIPANAS: O CASO DA ORLA DE ATALAIA (SE)

P. P. Santos<sup>1</sup>, A. M. S. Souza<sup>2</sup> e J. W. C. Vilar<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Sergipe

p.p.s2902@gmail.com; alemagsou@hotmail.com; wvilar@yahoo.com.br

### RESUMO

O turismo brasileiro se encontra ancorado, de modo geral, no modelo sol e praia, principalmente na região Nordeste. Porém, o envolvimento de jovens na prostituição nos espaços litorâneos acena não só para o desenvolvimento do turismo de sol e praia, mas também do sexo. Em Sergipe com o crescimento do turismo, a Orla de Atalaia em Aracaju virou palco de prostituição infanto-juvenil. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo estudar a exploração sexual comercial de adolescentes do sexo feminino por turistas na Orla de Atalaia (Aracaju-SE). Em termos metodológicos, o trabalho realizou pesquisa bibliográfica, de campo e documental, utilizando métodos descritivos e técnicas como questionários, entrevistas e observações. Em termos de estrutura, o trabalho está dividido em cinco partes: introdução, fundamentação teórica, metodologia, análise e interpretação dos dados e considerações finais. Por último, faz-se mister ressaltar que o turismo sexual causa consequências degradantes no âmbito social, cultural e político. A profissionalização dos envolvidos no setor turístico aliado à população sensibilizada e às políticas públicas com diretrizes voltadas para a prevenção desta problemática poderiam minimizar os efeitos dos impactos no Turismo e configurariam o cenário adequado para o desenvolvimento da atividade turística de modo benéfico e saudável.

**Palavras-chave:** Exploração Sexual Infanto-juvenil; Espaço litorâneo; Turismo Sexual.

## INTRODUÇÃO

O turismo atualmente ocupa posição privilegiada no bojo da economia mundial, pois se constitui como uma das atividades com potencial econômico e social responsável por gerar empregos e divisas. O turismo brasileiro se encontra ancorado, de modo geral, no modelo sol e praia, principalmente na região Nordeste. Porém, o envolvimento de jovens na prostituição nos espaços litorâneos acena não só para o desenvolvimento do turismo de sol e praia, mas também do sexo.

A temática turismo sexual é considerada como mais um segmento da atividade turística, pois motiva o deslocamento e usufrui todos os equipamentos turísticos, gerando crescimento econômico, de acordo com a OMT (1995), esse segmento pode ser definido como uma viagem que tem a intenção primária de estabelecer relações locais com os nativos. Porém causa significativo déficit social, já que esse segmento é baseado, principalmente, na exploração sexual infanto-juvenil.

O Brasil possui uma grande demanda de turistas motivados pela imagem da mulata brasileira e da possibilidade de sexo fácil, propiciando assim a prática de turismo sexual. Entretanto, o imaginário desse tipo de turista – na maioria das vezes – está direcionado para “produtos” que não deveriam ser ofertados: o corpo de crianças e adolescentes.

Segundo Libório e Sousa (2004), a exploração sexual comercial de crianças e adolescentes ocorre em esfera mundial e pode ser considerada uma forma de escravidão contemporânea causando danos biopsicossociais aos explorados. O Estatuto da Criança e Adolescente - ECA (Lei Federal 8.089/96) estabelece no seu Artigo 5º: nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punindo na forma da lei, qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais.

A imagem do Brasil ainda é associada como país do futebol, do carnaval e das mulatas. A região Nordeste se destaca entre outras coisas pelas seguintes características: sol, praia, festas e jovens iludidas pela rentabilidade da prostituição, atraindo assim cada vez mais turistas interessados em manter relações sexuais com os moradores da localidade visitada.

Inicialmente é importante salientar que esse segmento do turismo tem como pilar principal para o seu desenvolvimento a prostituição infanto-juvenil, pois crianças e adolescentes são os “produtos” preferidos dos turistas - principalmente estrangeiros. *“A Embratur reconhece que a imagem do Brasil se atém ao clichê samba, futebol, mulher e violência. Sabe-se que recebemos turistas interessados na exploração sexual infanto-juvenil”* (BIGNAMI, 2005, p. 22).

De maneira geral, verifica-se a atuação de atravessadores das redes hoteleiras, das agências de turismo, dos bares, restaurantes, casas de entretenimento no mercado do sexo e na exploração dessas jovens.

Em Sergipe com o crescimento do turismo, a Orla de Atalaia em Aracaju virou palco de prostituição infanto-juvenil. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo estudar a exploração sexual comercial de adolescentes do sexo feminino por turistas na Orla de Atalaia (Aracaju-SE). Alertando assim a sociedade quanto à desumanidade desse tipo de “trabalho” e contribuindo cientificamente para a revisão do conceito de turismo sexual em países que tem como marca as profundas desigualdades sociais.

A partir dessa realidade, houve um despertar para o forte impacto psicossocial que essa atividade pode provocar em crianças e adolescentes explorados sexualmente e a relação do turismo baseado em um grave processo de desigualdades socioeconômicas. Aracaju-SE foi tomado como espaço de estudo, tendo delimitação principal a Orla de Atalaia, haja vista que nas capitais praianas o turismo sexual se realiza de modo evidente e também a quantidade de hotéis, pousadas, agências de turismo, restaurantes, bares e casas de entretenimento estão concentrados nessa localidade.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A atividade turística – assim como todas as atividades econômicas – causa impactos de caráter negativo e positivo. Mas, o turismo sexual se apresenta como uma deformação da atividade turística, pois envolve e induz mulheres, crianças e adolescentes – principalmente do gênero feminino – ao mercado do sexo. Essa prática é mais recorrente em países subdesenvolvidos, parecendo nascer da pobreza e da submissão sociocultural, estando a cada dia mais evidente nas sociedades contemporâneas.

Vários são os fatores que podem ser atribuídos para a ocorrência do turismo sexual em alguns destinos turísticos, entre eles podem se destacar: falta de planejamento turístico, exclusão social, desemprego, falta de moradia, baixa escolaridade, entre outros. A existência dessa atividade reflete vários problemas de natureza econômica, política e social nas comunidades receptoras e emissoras de turismo.

Apesar de não ser considerado por muitos estudiosos da área como segmento turístico, o turismo sexual, para Organização Mundial do Turismo (OMT), conforme consta no documento, intitulado *Declaración de la OMT sobre la Prevención Del Turismo Sexual Organizado*<sup>1</sup>, de 1995, pode ser definido como viagens organizadas dentro do setor turístico ou fora dele utilizando as suas estruturas e redes, com intenção primária de estabelecer contatos sexuais com os residentes do destino. O turismo sexual está associado à ideia de prostituição, quando envolve mulheres/homens maiores de idade, e de exploração, quando envolve crianças e adolescentes.

Na América Latina, o Brasil ganha destaque pelo turismo sexual centrado principalmente no Nordeste, cujo modelo turístico está centrado nos quatro esses: Sun, Sea, Sand and Sex<sup>2</sup>. No Brasil, o turismo sexual também está associado ao tráfico de mulheres e exploração sexual infanto-juvenil, que vale ressaltar, são crimes. A faixa etária mais visível é entre as adolescentes de 12 a 16 anos. O conceito apresentado pelo CECRIA – Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes na América Latina e Caribe - ressalta a omissão e cumplicidade dos inúmeros setores turísticos na prática do turismo sexual com crianças e adolescentes:

(...) a exploração de meninos, meninas e adolescentes por visitantes, em geral, procedentes de países desenvolvidos ou mesmo turistas do próprio país, envolvendo a cumplicidade por ação direta ou omissão de agências de viagem e guias turísticos, hotéis, bares, lanchonetes, restaurantes e barracas de praia, garçons e porteiros, postos de gasolina, caminhoneiros e taxistas, prostíbulos e casas de massagem, além da tradicional cafetinagem. (SILVA apud OLIVEIRA NETTO, 2006, p.2)

A atividade turística tornou-se um fenômeno criminológico no cenário brasileiro, uma vez que a sociedade em geral e os envolvidos no setor turístico em particular tratam as questões relacionadas ao sexo com pouca relevância, levando o turismo sexual a uma situação de clandestinidade alimentada por práticas criminosas, tais como: tráfico de entorpecentes, estelionato, pedofilia, falsificação de documentos, exploração sexual de menores, entre outros.

Para Oliveira (2010), o turismo sexual é incentivado principalmente devido à formação cultural do povo brasileiro com destaque para dois pontos básicos. Em primeiro lugar, a relação de gênero no país é permeada por uma concentração de poder e autoridade da figura masculina e, por conseguinte, o sexo se transforma em moeda de troca e instrumento de manipulação e controle do homem sobre a mulher. Como segundo ponto, tem-se a possibilidade do turismo sexual se um reflexo do modelo de colonização, onde a noção de superioridade do colonizador é transferida para o turista que se apropria assim de crianças e adolescentes para a exploração sexual.

Diversas são as atividades sexuais que as crianças e adolescentes são submetidos pelo comércio do sexo destinado aos turistas (prostituição em bordéis, turismo sexual, shows eróticos, participação em fotos,

vídeos, filmes pornográficos, produção e comércio de objetos sexuais, entre outros). Nesse tipo de trabalho, as vítimas são exploradas, pois produzem lucro para os aliciadores, proprietários dos estabelecimentos ou da indústria sexual (FALEIROS E CAMPOS, 2000).

O mercado do turismo sexual infanto-juvenil gira em torno de muito dinheiro, envolvendo uma rede delituosa que se estende desde motoristas de táxis, a donos de bares, restaurantes, agências de viagens, casa de show, gerentes de hotéis e a convivência e participação dos poderes instaurados para proteger os menores – juizados de menores, policiais, delegados, enfim, pessoas que deveriam estar cumprindo o que o Estatuto da Criança e do Adolescente estabelece.

A exploração sexual infanto-juvenil é um fenômeno que se apropria do corpo de crianças/adolescentes para a comercialização, ou seja, para a prostituição, ocorre em esfera mundial e é praticado, principalmente, por homens de todas as classes sociais.

O uso sexual de crianças e adolescentes no comércio do sexo consiste na exploração sexual comercial que, segundo Faleiros (2004), pode ser definido como uma relação de mercantilização (exploração/dominação) e abuso (poder) do corpo de crianças e adolescentes (oferta) por exploradores sexuais, ou por pais ou responsáveis, e por consumidores de serviços sexuais pagos (demanda).

O Estatuto da Criança e Adolescente – ECA (Lei Federal 8.089/96) – analisa a exploração sexual comercial infanto-juvenil como um acontecimento na vida de uma criança ou adolescente que anula seus direitos fundamentais, tais como: saúde, educação, cultura, convivência familiar e lazer, impedindo assim um desenvolvimento social e psíquico saudável.

A mercantilização do corpo de jovens com idade inferior aos 18 anos completos não se caracteriza como uma livre e espontânea oferta e procura de serviços sexuais, mas como um comércio escravo marcado pela dominação e por condições desumanas. O mercado do sexo infanto-juvenil viola os direitos sociais e os direitos humanos, e em virtude disso, destrói a dignidade das pessoas.

A exploração sexual infanto-juvenil é crime tipificado no artigo 244-A do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8069/90), que prevê pena de reclusão de quatro a dez anos a quem submeter criança ou adolescente à prostituição ou exploração sexual, incorrendo nas mesmas penas o proprietário ou gerente ou responsável pelo local em que se verifique o crime tipificado.

Entretanto, o mercado consumidor dos serviços sexuais atribui ao sexo-jovem grande valor. Faz-se necessário salientar que no imaginário dos turistas europeus e norte-americanos as jovens “meninas” dos trópicos são consideradas calorosas nas suas práticas sexuais, sendo esses clientes-exploradores importantes personagens para o desenvolvimento do turismo sexual com exploração sexual infanto-juvenil.

Com base no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Art. 227, é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

Porém, o atual modelo de desenvolvimento socioeconômico, na prática, estabelece o contrário, aumentando cada vez mais a lista de pessoas marginalizadas socialmente, é a sentida exclusão social. Dentro do grupo de excluídos, estão as meninas exploradas sexualmente através do pornô-turismo – turismo sexual. Para Faleiros (2004), a prostituição de crianças e adolescentes aparece como perdas e perdições, perda de si e perda de oportunidades, perda não só da vida pessoal como da vida socialmente aceita, não se considerando essa atividade como trabalho. Ainda na visão de Faleiros (2004), exploração sexual infanto-juvenil pode ser concebida como escravidão moderna socialmente aceita.

O Turismo Sexual causa consequências degradantes no âmbito social, cultural e político. A profissionalização dos envolvidos no setor turístico aliado à população sensibilizada e às políticas públicas com diretrizes voltadas para a prevenção desta problemática poderiam minimizar os efeitos dos impactos no Turismo e configurariam o cenário adequado para o desenvolvimento da atividade turística de modo benéfico e saudável.

## **METODOLOGIA**

A presente pesquisa é de cunho social com objeto de estudo complexo, antagônico e em constantes mudanças. Em razão da problemática evidenciada, o estudo tem caráter qualitativo e constitui em pesquisa de campo, documental e bibliográfica, utilizando métodos descritivos e técnicas como questionários, entrevistas e observações.

A primeira etapa do trabalho correspondeu ao levantamento de material bibliográfico através de revistas científicas, monografias, dissertações e teses, livros, publicações, resenhas e fontes eletrônicas *online* sobre a temática analisada.

O levantamento bibliográfico e o fichamento das leituras foram feitos através de pesquisas na biblioteca da Universidade Federal de Sergipe (UFS), utilizando as seguintes palavras-chaves: turismo sexual, exploração sexual, história do sexo, exclusão social, conceitos de desenvolvimento, Orla de Atalaia, exploração infanto-juvenil e territórios da prostituição.

A segunda etapa da pesquisa foi realizada através de observações nos principais trechos da Orla de Atalaia onde trabalham as adolescentes, para melhor compreensão da demanda de clientes-turistas e da negociação da atividade sexual comercializada bem como o horário mais frequente para o início do “trabalho”, as roupas trajadas por essas jovens, o grau de interferência do agenciador na negociação, entre outros.

A terceira etapa corresponde à de entrevistas e foi feita com 10 (dez) turistas transeuntes do sexo masculino durante o mês de agosto de 2010, utilizando-se de questionários com perguntas abertas e fechadas sobre o turismo e a prostituição na Orla de Atalaia, em Aracaju/SE. A seleção desses turistas foi feita de maneira aleatória, porém devido à complexidade da temática foi observado que os turistas apresentaram certo temor em responder algumas questões.

A quarta etapa correspondeu às entrevistas feitas com 10 (dez) prostitutas durante os meses de setembro e outubro de 2010, utilizando-se de questionários com 08 (oito) perguntas abertas e 30 (trinta) perguntas fechadas sobre o turismo e a prostituição na Orla de Atalaia. Foram ressaltados os seguintes aspectos para nortear as entrevistas com as prostitutas: grau de escolaridade, religião, filhos, violência doméstica, a existência de algum familiar que se prostituí, motivos da prostituição, tempo de prostituição, uso de drogas, comercialização de drogas com os clientes, significado de sexo, valor do programa, prostituição e turismo.

Em virtude do envolvimento do objeto de pesquisa com o mundo do sexo se constituir como fenômeno criminológico, haja vista que são adolescentes, inicialmente foram entrevistadas duas prostitutas adultas. Estas mulheres durante a entrevista explicaram como está dividido o “território da prostituição”: crianças, adolescentes, mulheres adultas, travestis, homens adultos e adolescentes do sexo masculino, na Orla de Atalaia, desse modo e após as observações foi iniciado o contato com as jovens. As adolescentes escolhidas para serem entrevistadas foram as que se apresentavam no território definido pelas prostitutas mais antigas primeiramente entrevistadas, e aquelas adolescentes que trabalham com os “protetores” nos locais já indicados pelas prostitutas adultas.

Durante as entrevistas foi perceptível verificar o receio dessas jovens em responder as indagações, principalmente, no quesito idade, uma que vez essas meninas temiam que a pesquisadora fosse uma



policial ou representante do poder público disfarçada. No entanto, nas entrevistas ficou evidente a pouca idade das "meninas" que ao longo das falas revelaram sua história de vida e seus problemas.

Na quinta foi realizada entrevista informal com a assistente social da Empresa Sergipana de Turismo (EMSETUR) para obter conhecimento a cerca das políticas públicas desenvolvidas no combate e exploração sexual infanto-juvenil.

Por último, foi feita a sistematização e análise dos dados, bem como a redação do texto.

## **ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

O turismo é um fenômeno que abrange inúmeros aspectos territoriais, sociais, naturais, políticos, econômicos, psicológicos e antropológicos que se agregam para desenvolver determinado local. Em Aracaju, a atividade turística se desenvolve em diversos bairros, principalmente, no bairro Atalaia em virtude da organização do *trade* turístico na Orla de Atalaia, uma vez que esta condiciona opções de lazer e entretenimento para os seus visitantes

A Orla de Atalaia é composta por 117 mil m<sup>2</sup> de área verde e foi inaugurada por etapas entre dezembro de 2005 a junho de 2006. Aos visitantes e turistas, a Orla de Atalaia oferece diversos equipamentos de lazer e entretenimento gratuito por toda a sua extensão. Há cerca de três parques infantis, quadras poliesportivas e outras exclusivas para a prática de tênis, campos de futebol de areia, parede de escaladas, pista com 22 rampas de skate, pista de patinação.

Todavia, no mesmo cenário que oferece ao município de Aracaju oportunidade de desenvolvimento socioeconômico por meio do turismo, observa-se também a mercantilização do corpo de crianças e adolescentes como atrativo turístico. A exploração sexual infanto-juvenil na região da Orla de Atalaia por turistas é uma atividade paradoxal à proposta de desenvolvimento do turismo na capital sergipana.

A seguir serão analisadas as seguintes variáveis: o porque delas estarem na Orla?; o valor do programa; a origem dos turistas; o perfil dos turistas; violência física e verbal durante o programa; relação das jovens com a polícia; envolvimento das jovens com o tráfico de drogas; uso de drogas; o papel dos taxistas, hotéis e agências de turismo na exploração sexual juvenil; prevenção contra DST's; concepção sobre sexo; auto-estima; e por último, as entrevistadas deixaram uma mensagem para as meninas que estão sendo induzidas a prostituição.

É perceptível ao longo da pesquisa que a quantidade de adolescentes sendo exploradas aumenta em demasia e para 50% das entrevistadas esse fato está acontecendo porque o valor do "programa" – aluguel do corpo para fins sexuais - para turistas é maior. Os chamados "protetores" pelas jovens entrevistadas ficam ao lado dessas meninas durante a noite e segundo essas "meninas" não são agenciadores.

De acordo com as entrevistadas, o valor médio do programa é de R\$ 40 (quarenta reais) a R\$ 50 (cinquenta reais) para fazer sexo vaginal e oral. Para turistas o valor duplica para em média R\$ 80 (oitenta reais) a R\$150 (cento e cinquenta reais) para fazer sexo vaginal e oral.

Os turistas brasileiros, geralmente, segundo as entrevistadas, provém do estado da Bahia, do Rio de Janeiro, São Paulo, Pará e Minas Gerais. Entre os turistas internacionais a maioria das jovens citaram os italianos e argentinos inúmeras vezes por serem assíduos.

Os clientes são de todos os estratos sociais e foram descritos da seguinte maneira: são homens, brancos ou pardos, aparentando idade entre 20 a 60 anos. É digno de registro o fato de 70% das jovens entrevistadas já terem sofrido violência física e verbal durante o programa.

B.B., diz:

*“ O cliente tentou me matar, essa marca aqui foi a consequência. Ele (cliente) me pegou aqui para fazer o programa, me levou lá para Aruana. Tinha outro cara no porta-mala do carro, ele pegou o revólver e disse que iria me matar, eu destravei a porta do carro e me joguei com o carro em movimento”*

R.M, diz:

*“ ...recebi vários tapas na cara, ele (cliente) queria transar sem camisinha e eu não queria, ai ele botou um 32 na minha cabeça e me a forçou transar sem camisinha.”*

A., diz:

*“... já fui assaltada duas vezes pelos clientes, mas tenho medo de prestar queixa na delegacia porque o meu ponto é aqui e estou sempre por aqui.”*

A relação dessas jovens com a polícia é diversificada, porque depende do local onde se prostituem. No local de “trabalho” das adolescentes entrevistadas – chamado “ponto” – observou-se a presença dos denominados “protetores”, sendo esse de acordo com as jovens um dos motivos das inúmeras abordagens policiais durante a noite.

A., diz:

*“... eles (policiais) são ignorantes, revistam as bolsas jogam tudo no chão”*

C.S., diz:

*“ ... eles (policiais) param e perguntam minha idade”*

M.Q., diz:

*“ A relação com a polícia é sem problemas, quando tem homem no ponto é que eles (policiais) pensam que tem droga”*

O envolvimento das adolescentes prostituídas com o uso e o tráfico de drogas foi diagnosticado no momento das entrevistas, haja vista a quantidade de traseuntes do sexo masculino passando e perguntando pela “parada” – gíria utilizada para denominar droga - que essas jovens ficaram de conseguir, sendo este um dos motivos da constante vistoria da polícia. Das entrevistadas, 80% já usaram ou usam drogas e 40% conseguem drogas para vender se o cliente solicitar.

Os taxistas, os hotéis e as agências de turismo tem papel ímpar na negociação com os turistas, principalmente os estrangeiros. 80% das entrevistadas afirmaram ser indicadas por taxistas, 30% disseram já ter seu número de contato solicitado por agência de turismo ou hotéis. A “amizade” com os recepcionistas de alguns hotéis é utilizada para entrar nesses estabelecimentos sem identificação.

Durante o programa, 100% das entrevistadas dizem exigir o uso de preservativo pelos “clientes-exploradores” e dizem nunca ter tido DST, 30% afirmam adquirir preservativo e luvas no posto de saúde e 20% já participaram de palestras oferecidas pelo Ministério da Saúde.

Das entrevistadas, 70% apresentam dificuldade em adquirir preservativos nos postos de saúde, justificam essa dificuldade pela falta de preservativo. Compreende-se, no entanto, que aquisição desses preservativos para essas jovens pode ser encarado como um constrangimento, motivo de vergonha, aliado à dita “falta” dos preservativos. Vale ressaltar que 80% das entrevistadas não utilizam nenhum método contraceptivo oral ou injetável.

V.E., diz:

*“ O posto está sem camisinha, se não fosse um taxista que tem aqui não sei como seria. Ele (taxista) passa toda noite e distribui pra gente”.*

Os exames ginecológicos são feitos com pouca frequência entre essas jovens. Verificou-se que 60% das entrevistadas nunca foram ou vão apenas 1(uma) vez ao ano ao ginecologista. A baixa frequência dessas adolescentes ao médico ginecologista é motivo de alerta para a saúde pública, pois podem aumentar os casos de DST's e a contração do HIV.

Apesar do produto comercializado ser o sexo, para 40% das entrevistadas fazer sexo é nojento. Observa-se assim que essas jovens se consideram "suja", já para as outras 40% o sexo significa sobrevivência, o meio de ganhar dinheiro, sendo o corpo tratado como simples objeto de consumo. Somente 10% das entrevistadas compreendem a atividade sexual com seus clientes como um vício e para as outras 10% sexo é um esporte.

É perceptível que a auto-estima dessas jovens é baixa e a esperança de mudar a realidade vivida é grande, apesar de existir poucas ações para sair da vida de prostituição, que acaba se tornando uma forma de ganhar dinheiro aparentemente "fácil". Nesse contexto, foi perguntado as entrevistadas qual o maior sonho de vida:

R.M., diz:

*"Encontrar alguém legal, um marido para amar e ser feliz".*

M.Q., diz:

*"Sair dessa vida".*

A., diz:

*"Vencer na vida".*

V.V, diz:

*"Ter uma família estruturada, um companheiro bom".*

V.E., diz:

*"Começar e conseguir concluir a faculdade. Quero ser tecnóloga em Segurança do Trabalho".*

É possível identificar que algumas dessas jovens sonham com "príncipes", traduzidos na ideia de um companheiro bom e que as ofereça a noção de lar e de família, realizando o sonho de amar e ser amada, diferente da realidade de abuso, domínio e poder que são submetidas quando em contato com um cliente-explorador.

As jovens finalizaram a entrevista deixando uma mensagem para as meninas que estão começando:

R.M., é natural de Penedo/AL, começou a se prostituir com 15 anos levada pelas amigas e pela ideia de dinheiro fácil. Se pudesse mudar de profissão seria cabelereira. Quando jovem, pela sua beleza, pensou que conseguiria ser modelo. Diz para as meninas que estão começando agora: *"Parem com isso, porque é sem futuro, só faz envelhecer, dinheiro amaldeçado"*

B.A., natural de Nossa Senhora do Socorro/SE, aparenta ser menor de idade. Diz que começou a se prostituir com 20 anos levada pela falta de dinheiro para sobreviver; passava fome; foi para a prostituição por iniciativa própria, sua mãe também se prostituiu. Deixa para as meninas que estão começando a seguinte mensagem:

*"Saia dessa vida, não estudar"*

Na entrevista com os turistas, quando abordados sobre temática que abrange o turismo sexual com o envolvimento de crianças e adolescentes, 30% dos turistas entrevistados disseram já ter observado ou ter sido abordados por alguma profissional do sexo na extensão da Orla de Atalaia.

Compreendendo que o turismo sexual com crianças e/ou adolescentes deve ser combatido, os turistas entrevistados deram sua opinião sobre o que deveria ser feito para prevenir a prática de exploração sexual:

*“A ausência de uma estrutura familiar talvez seja um dos motivos para o desenvolvimento da exploração sexual, os pais deveriam ter mais tempo para seus filhos e não é isso que está acontecendo. Deveria ser trabalhada primeiramente a família para o combate à exploração sexual ser eficaz”.*

*“A fiscalização deveria ser maior, assim como deveriam ser criadas campanhas de conscientização dos cidadãos e outras metodologias de combate deveriam ser criadas.”*

*“Trabalhar com a mídia no sentido de informar mais a população.”*

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A atividade turística na Orla de Atalaia está se transformando em uma atividade criminológica, haja vista que atualmente é marcante a exploração sexual infanto-juvenil e alimenta inúmeros crimes como: tráfico de entorpecentes.

A sociedade civil, geralmente se exime da responsabilidade por visualizar a prostituição de crianças e adolescentes como uma “profissão normal” sem considerar o fato das exploradas e explorados serem pessoas sem desenvolvimento psicossocial completo. Porém, o comprometimento de diversas ONG’s em Sergipe para combater esse cenário de exploração começa a sensibilizar a sociedade para o grave crime que é a exploração sexual infanto-juvenil.

Desde de 2006, o Governo do Estado de Sergipe juntamente com os representantes *trade* turístico se compromete por meio do Código de Conduta Ética do Turismo para o Enfrentamento à Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes no Estado de Sergipe a informar, sensibilizar e orientar os diversos segmentos da atividade turística, situados na origem e/ou nas localidades e regiões de destino turístico.

Atualmente, a Empresa Sergipana de Turismo – EMSETUR - participa de quatro programas de enfrentamento à violência contra crianças e adolescentes: Programa Sergipe de Todos; Programa “SOS Coroa do Meio e Atalaia” de enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescente e uso de drogas; Programa Salve de noticiamento de maus tratos e violência contra crianças e adolescentes.

Todavia, há resistência dessas adolescentes em aderir a programas e projetos sociais, uma vez que o ambiente familiar nem sempre é estruturado para oferecer um desenvolvimento saudável a essas jovens e elas acreditam ser incapazes de conseguir renda igual ou superior em outra atividade, por falta de qualificação profissional e baixa auto-estima.

O projeto ViraVida, coordenado pelo Sesi desenvolvido em parceria com instituições do Sistema S (Senai, Senac, Sesc, Sest, Senat, Senar, Sebrae e Sescop), oferece formação profissional em diferentes áreas de conhecimento, promovendo elevação da escolaridade, resgatando a auto-estima e ajudando financeira por meio de uma bolsa no valor de R\$ 500,00 (Quinhentos reais). O ViraVida atende adolescentes e jovens entre 16 e 21 ano, com baixa renda e que tenha história de vida marcada pela exploração sexual. Em Aracaju, o projeto foi iniciado no segundo semestre de 2011 e pretende atender cerca de 100 jovens.

Apesar da exploração sexual infanto-juvenil por turistas existir na Orla de Atalaia e ser caracterizado enquanto turismo sexual, não foi detectado durante a pesquisa nenhum tipo de pacote turístico que incluísse acompanhantes ou “garotas de programa”.

Acredita-se que o presente trabalho tenha contribuído para os instigar a discussão entre os estudiosos na área sobre a necessidade de compreender o turismo como atividade socioeconômica capaz de desenvolver uma localidade. Todavia não se pode admitir enquanto mercadoria o corpo de crianças e adolescentes e por isso se deve alertar a sociedade e o poder público sobre a necessidade de prevenir e combater a exploração infanto-juvenil.

## REFERÊNCIAS

BIGNAMI, Rosana Viana de Sá. **A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva**. 2 ed. Série Turismo. São Paulo: Editora Aleph, 2005.

BONTEMPO, Denise (Org.). **Exploração Sexual de Meninas e Adolescentes no Brasil**. Brasília, UNESCO/CECRIA,1995.

BOTELHO, Stella Maris Nogueira. **Prostituição de Adolescentes: uma imagem construída na adversidade da sociedade**. Ribeirão Preto –SP: USP, 2003. Disponível em: <<http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/ssaude/principal/acervo/pdf/i16prostit-adoles.pdf>> Acesso em: 06 de abril.2011.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. **Lei n. 8.069 de 13 de Julho de 1990. Divulgada pelo Conselho Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente da Cidade de Salvador com Apoio do UNICEF**. São Paulo: Gráfica e Editora Peres, 1995.

FALEIROS, Eva T. Silveira e CAMPOS, Josete de Oliveira. **Repensando os conceitos de violência, abuso e exploração sexual de crianças e de adolescentes**. Brasília: Thesaurus, 2000.

FALEIROS, Eva T. Silveira. A Exploração Sexual Comercial de Crianças e de Adolescentes no Mercado do Sexo. In: LIBÓRIO, Renata Maria Coimbra; SOUSA, Sônia M. Gomes (Org). **A Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Brasil: Reflexões teóricas, relatos de pesquisas e intervenções psicossociais**. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004; Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2004, p.72-97

FALEIROS, Vicente de Paula. O Fetiche da Mercadoria na Exploração Sexual. In: LIBÓRIO, Renata Maria Coimbra; SOUSA, Sônia M. Gomes (Org). **A Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Brasil: Reflexões teóricas, relatos de pesquisas e intervenções psicossociais**. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004; Goiânia, GO: Universidade Católica de Goiás, 2004, p. 51-70.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 9 ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1975.

FERREIRA, Liciane Rossetto. **As representações sociais do Turismo Sexual no Jornal A Notícia**. 2008. Disponível em: <[www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../turismo/.../gt09-09.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../turismo/.../gt09-09.pdf)>

LEAL, Maria Lúcia Pinto. **A Exploração Sexual comercial de meninos, meninas e adolescentes na América Latina e Caribe: relatório final, Brasil**. Brasília: CECRIA,1999.

LIBÓRIO, Renata Maria Coimbra; SOUSA, Sônia M. Gomes (Org). **A Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Brasil: Reflexões teóricas, relatos de pesquisas e intervenções psicossociais**. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004; Goiânia: Universidade Católica de Goiás, 2004.

MARINHO, Marcela Ferreira. **Turismo Sexual: Análise dos Contextos acerca da teoria da Representação Social**. 2008. Disponível em: <[www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../turismo/.../gt09-09.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../turismo/.../gt09-09.pdf)>

MATTOS, Mauro Gomes de; JÚNIOR, Adriano José Rosseto; BLECHER, Shelly. **Teoria e prática da metodologia da pesquisa em educação física: contruindo seu trabalho acadêmicos: monografia, artigo científico e projeto de ação**. ed. São Paulo: Phorte, 2004.

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **Metodologia de Pesquisa Científica**: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos. 2 ed. Florianópolis: Visual Books, 2006.

OLIVEIRA, Marcus Vinicius Amorim de. **Turismo Sexual**. Disponível em <<http://pt.shvoong.com/books/143774-turismo-sexual>>. Acesso em: 15 de mar.2010.

RIBEIRO, Miguel Angelo Campos; MATTOS, Rogério Botelho de. Territórios da Prostituição nos espaços públicos da área central do Rio de Janeiro. Revista Território, Rio de Janeiro, 1996. Disponível em: <[http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/01\\_6\\_ribeiro\\_%20mattos.pdf](http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/01_6_ribeiro_%20mattos.pdf)>

SILVA, Tatiana Amaral. **Turismo Sexual, prostituição e gênero: uma discussão teórica**. Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Disponível em: <<http://www.uesc.br/seminariomulher/anais/PDF/Mesas/TATIANA%20AMARAL%20SILVA.pdf>>

SOUZA, Janaína Lemos de; KITAWARA, Pollyana Santana. **Ninfeta um corpo a venda**: a prostituição na Orla de Atalaia. Monografia (Serviço Social). São Cristóvão: UFS, 2004.

## TURISMO PARA A MELHOR IDADE: DESAFIOS E PERSPECTIVAS NO MERCADO SERGIPANO

G. L. F. Samuel<sup>1</sup>, R. B. Bento<sup>2</sup> e A. B. Carvalho<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup>Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju

ghabifeitosa@hotmail.com – ranny-barros@hotmail.com – artemis@infonet.com

### RESUMO

O turismo é uma atividade de suma importância para o desenvolvimento de uma dada localidade, dentre as modalidades do turismo encontramos o turismo para melhor idade, o qual tem como principal foco os indivíduos maiores de 60 anos, no sentido de planejar e organizar roteiros, programas e pacotes turísticos capazes de atender as limitações físicas e psíquicas do indivíduo dessa faixa etária, oportunizando assim o seu desenvolvimento sócio-cultural-recreacional. As agências de viagens e os guias de turismo são os protagonistas do turismo sergipano, assim esse trabalho objetivou conhecer e avaliar o desempenho da atividade turística voltada para o público da melhor idade no mercado sergipano, a fim de contribuir para a geração de novas demandas e conseqüente desenvolvimento do turismo em Sergipe. Inicialmente o trabalho contextualiza sobre o fenômeno turismo, o mercado das agências de viagens e o profissional guia de turismo, em seguida apresenta a epistemologia da melhor idade e por fim discute sobre entrevistas e questionários aplicados aos chamados de protagonistas do turismo. Como resultado conclui-se que em Sergipe o turismo para melhor idade é promissor necessitando, contudo, de investimento na qualificação profissional do agente e do guia de turismo, assim como de ações governamentais voltadas para o esclarecimento das políticas públicas de incentivo à melhor idade.

**Palavras-chave:** Turismo; Mercado turístico sergipano, Melhor idade, Políticas públicas.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que vem crescendo muito nos últimos anos e tem se tornado uma excelente alternativa para o crescimento e o desenvolvimento sócio-econômico das cidades, estados e países, isso por sua característica de interatividade com as ciências, o que tem gerado um grande intercâmbio social, político, econômico e cultural entre as populações das nações e promovido uma considerável transformação nas relações humanas e sociais.

A atividade turística se desenvolve dentro de um mercado específico onde existe uma cadeia produtiva atuando em função de uma logística determinada, esta é miscigenada por diversos segmentos de produção e operacionalização, os quais se manifestam em forma de produto e serviços, assim o mercado produtivo do turismo é composto, principalmente, por agências de viagens, transportadoras turísticas, meios de hospedagem, bares e restaurantes, guias e condutores de turismo e pelos próprios atrativos turísticos.

A viagem turística é desenvolvida por determinações motivacionais, as quais são diversificadas atendendo ao interesse dos diversos tipos de indivíduos, assim tais motivações são tratadas no turismo como sendo modalidades, dentre estas, encontramos o Turismo de Melhor Idade, o qual tem a sua representação vinculada à nova imagem de envelhecimento, onde os indivíduos com idade avançada constroem novos significados, que favorecem a uma participação social, autovalorização, convívio com suas perdas e suas transformações.

Para Moletta (2000), o público da terceira idade busca no turismo o contato com novas pessoas, benefícios para a saúde, novas culturas, eventos para a confraternização e a vivência de experiências diferenciadas, aliadas no meio ambiente ou ligadas à religiosidade. Nesse sentido, o estado de Sergipe, ganha destaque, quer seja por sua tranquilidade, segurança, aconchego e ter um povo acolhedor, ou por seus inúmeros atrativos naturais como praias, rios, manguezais e uma rica e saborosa gastronomia, marcada principalmente por sabores do mar, ou ainda por sua ótima infraestrutura urbana e turística, o que lhe conferiu o título de cidade de melhor qualidade de vida do Brasil.

Nesse sentido, o presente trabalho de forma geral objetiva conhecer e avaliar o desempenho da atividade turística voltada para o público da melhor idade no mercado sergipano, a fim de contribuir para a geração de novas demandas e conseqüente desenvolvimento do turismo no Estado. Especificamente, o trabalho objetiva conhecer e dialogar com os fundamentos teóricos e filosóficos existentes relacionados à temática; identificar e analisar as políticas públicas existentes de referência para a relação turismo - melhor idade, por fim identificar como o segmento da terceira idade vem sendo trabalhado no mercado turístico sergipano.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Em Sergipe a atividade turística tem-se desenvolvido timidamente, porém já é reconhecida como parte integrante do desenvolvimento sócio-econômico do estado, dos municípios e das comunidades. O Estado oferece condições favoráveis para o desenvolvimento de diversas modalidades do turismo, suas dimensões geográficas, sua rica fauna e flora, uma diversidade de rios, lagos, lagoas e dunas que formam ricos ecossistemas, suas praias marítima e fluvial, suas serras, seu patrimônio histórico e cultural, sua rica gastronomia e o seu povo acolhedor, aliados a constantes investimentos em sua infraestrutura de acesso, sinalização, transporte, hospedagem, restauração e lazer.

A capital sergipana é classificada como a “Capital da Qualidade de Vida”, por possuir particularidades ímpares, como uma cidade pacata, na qual a vida noturna não é tão agitada quanto nas grandes cidades o que favorece para um melhor repouso e aproveitamento desses turistas. A tranquilidade evidencia-se no pouco índice de violência, no bom clima que a cidade possui, na



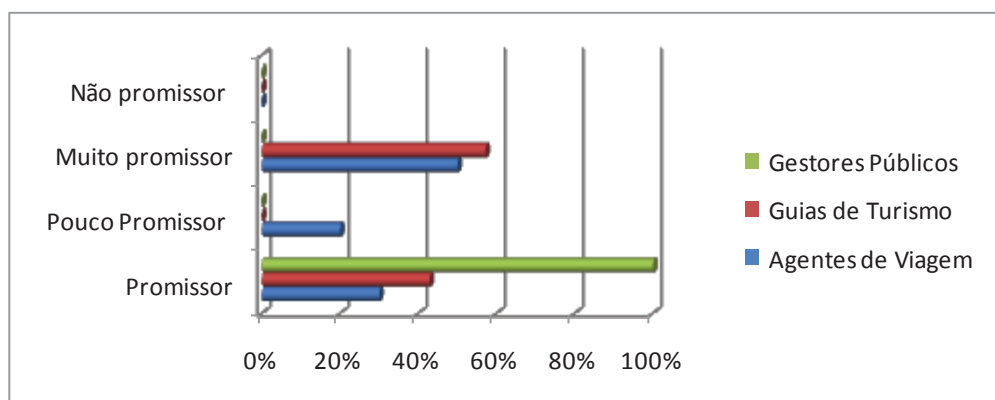
localização plana que propicia para essa clientela a boa acessibilidade com rampas e toda infraestrutura necessária para receber esse perfil de turistas, além das praias tranquilas, extensas e de pouca profundidade, correntes marítimas de águas mornas, a diversificada culinária, vários atrativos culturais e muitas opções de entretenimento no próprio estado.

Nesse sentido, percebe-se que o estado de Sergipe reúne as condições ideais ao desenvolvimento do turismo para Melhor Idade, no entanto não se sabe ao certo que tipo de investimentos e/ou ações está sendo realizados para o desenvolvimento do mesmo.

Após o desenvolvimento da teorização de suporte à temática do presente estudo, sentiu-se a necessidade de se identificar, conhecer e analisar o estado da arte, ou seja, as percepções e perspectivas daqueles que direta ou indiretamente estão envolvidos com o mercado turístico sergipano, a cerca do Turismo para Melhor Idade em Sergipe, nesse sentido elaborou-se questionários com perguntas abertas e fechadas, assim como também um roteiro de entrevista semi-estruturada para serem aplicados aos Agentes de Viagem, Guias de Turismo e Gestores Públicos, após aplicação dos instrumentos metodológicos supracitados, os dados obtidos foram tabulados, percentuados e graficados, sendo os resultados interpretados e analisados, servido de suporte fundamental para se chegar as conclusões do trabalho.

Vale ressaltar que para a aplicação dos referidos questionários e entrevistas, privilegiou-se os Agentes de Viagens, os Guias de Turismo e os Gestores Públicos, por entender, como já explicitado, que estes são os protagonistas do mercado turístico. Por outro lado ressalta-se também que como alguns questionamentos foram idênticos aos três grupos focais e outros a dois grupos focais, intentando para uma melhor visibilidade e compreensão do leitor, e conseqüentemente melhor análise por parte das autoras do referido estudo, estrategicamente, os dados foram cruzados e os gráficos gerados espelham individualmente os resultados de cada grupo focal individualmente.

Inicialmente, questionou-se aos três grupos focais a cerca das percepções dos mesmos em relação ao segmento da Melhor Idade ser ou não promissor no mercado sergipano, donde se obteve os seguintes percentuais apresentados no gráfico 1, ilustrado abaixo:

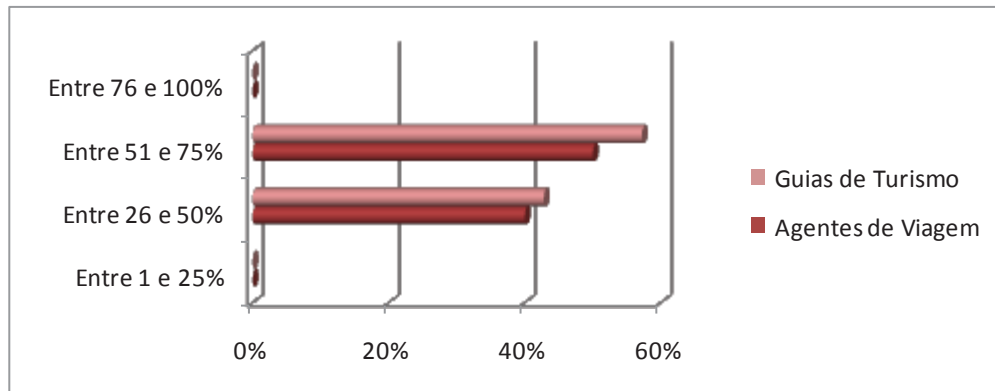


**Gráfico 1: Percepção da relevância do Turismo para Melhor Idade em Sergipe**

Considerando os resultados obtidos, percebe-se que 42,85% dos Guias de Turismo entrevistados, informaram que o Turismo para a Melhor Idade em Sergipe é um segmento promissor, enquanto que, 57,14% deles, informaram que é um segmento muito promissor, em relação aos Agentes de Viagem 50% dos entrevistados, informaram que é um segmento muito promissor, 30% disseram que é promissor e 20% pouco promissor, no entanto, já Gestores Públicos entrevistados, foram unânimes, ou seja, 100% deles informaram que é um segmento promissor. Nesse sentido, fica

claro que para a maior parte dos entrevistados, o segmento de Turismo para a Melhor Idade em Sergipe é de promissor a muito promissor.

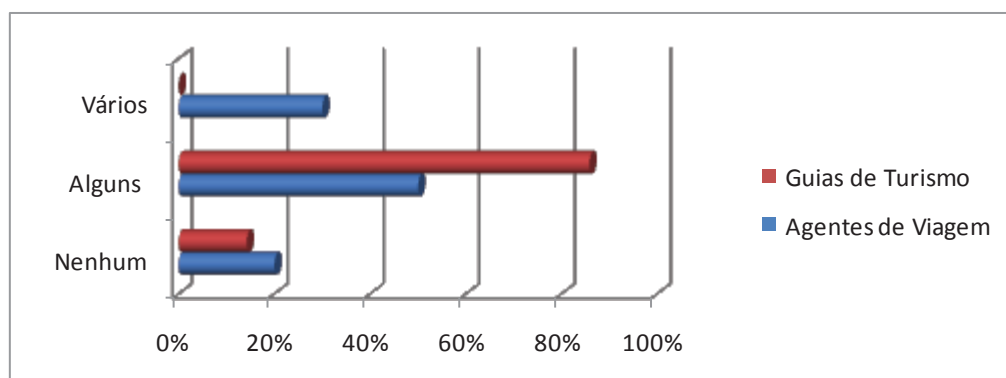
Questionou-se também a respeito da incidência de clientes da melhor idade que os Agentes de Viagem e os Guias de Turismo sergipanos já trabalham, a fim de se identificar o quanto que esse tipo de público já participa ou não da atividade turística no mercado sergipano. Para tal questão de pesquisa obteve-se os seguintes percentuais apresentados no gráfico 2, ilustrado abaixo.



**Gráfico 2: Incidência de clientes da Melhor Idade**

Analisando os dados levantados pode-se identificar que a incidência do público da Melhor Idade se sobressai no mercado sergipano, pois, mais da metade dos guias entrevistados, o equivalente ao percentual de 57,2% afirmam que seguramente entre 51 e 75% dos seus trabalhos são desenvolvidos com clientes na faixa etária acima dos 60 anos, já os demais guias entrevistados, o equivale a 42,8% deles informaram que cerca de 26 e 50% dos seus clientes é que são maiores de 60 anos. Nesse mesmo contexto, com um percentual de 50%, os Agentes de Viagem asseguram que a demanda de turistas da melhor idade nas agências de turismo está na variante de 51 e 75%, e 40% entre 26 e 50% e somente um percentual de 10% dos entrevistados optaram pelo percentual entre 1 a 25% de incidência de clientes da melhor idade. Analisando dessa forma, é evidente que o idoso está ocupando seu espaço na atividade turística em Sergipe, pois a sua presença em agencias de viagens e em passeios turísticos monitorados legitimam tal afirmação.

Dessa mesma forma, outro paralelo abordado para os Agentes de Viagem e Guias de Turismo, e que de fato é a verdadeira premissa desse trabalho, foi em relação a participação dos entrevistados em cursos de capacitação profissional relacionado ao segmento da Melhor Idade, a fim de se perceber qual a relação dos mesmos com investimenos em capasição profissional para atendimento do referido público. Nesse sentido, obteve-se os percentuais relacionados no gráfico 3, exposto abaixo:



**Gráfico 3: Participação em cursos de capacitação relacionados a Melhor Idade**

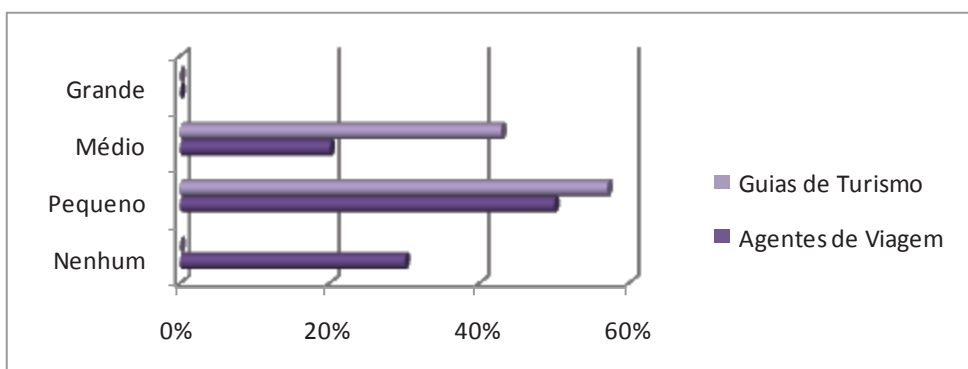
Analisando os dados selecionados, percebe-se que apenas 14,2% dos Guias de Turismo, nunca participaram de nenhum cursos de capacitação relacionado a Melhor Idade, contudo 85,8% deles, já participaram de alguns cursos voltados para o referido público. Já em relação aos Agentes de Viagem, 20% deles nunca participaram, enquanto que 50% deles, participaram de alguns cursos e 30% deles, informam que participaram de vários cursos de capacitação.

Seguramente, os guias estão mais preparados para desenvolver atendimento ao público da melhor idade que os agentes de viagens, contudo ambos os profissionais necessitam de capacitação para melhor saber atender e empreender nesse segmento da atividade turística, assim um dos desafios é que os agentes de viagem realizem mais cursos de capacitação, como chama atenção o presidente da Associação Brasileira de Agência de Viagem de Sergipe:

*“Acredito que as agências ainda não viram como um filão no mercado e talvez por falta de conhecimentos específicos, não queiram trabalhar com os grupos de melhor idade. De qualquer forma, observamos que o brasileiro está envelhecendo com saúde, significando que podemos ter clientes em potencial.” (José Alberto Balbino – Presidente da ABAV/SE).*

Em outras palavras, é de fundamental importância que os agentes procurem urgentemente conhecimentos/motivações de cursos de capacitação profissional para atender a demanda crescente do Turismo para a Terceira Idade em Sergipe.

Por último, questionou-se aos Guias de Turismo e Agentes de Viagens o grau de conhecimento em relação às Políticas Públicas de incentivo ao turismo para a Melhor Idade, já que a mesma é de fundamental importância para o desenvolvimento da atividade turística no Estado. Nesse sentido obtiveram-se os percentuais revelados no gráfico 4, divulgado abaixo:



**Gráfico 4: Conhecimento das políticas públicas para o Turismo da Melhor Idade**

Com base nas variáveis e nos percentuais indicados no gráfico acima, diagnosticou-se que 42,9% dos Guias de Turismo entrevistados avalia seu conhecimento em relação às Políticas Públicas para a melhor idade como médio, enquanto que 57,1% possui uma pequena noção. Já em relação aos Agentes de Viagem entrevistados, pode-se perceber que 30% deles tem um conhecimento médio, enquanto que 49% possui um conhecimento pequeno e 21% afirma não possuir nenhum conhecimento a cerca das políticas públicas para a melhor idade. Considerando os resultados alcançados fica evidente o pouco conhecimento que tanto os Guias de Turismo quanto os Agentes de Viagem possuem sobre o

assunto enfocado, o que evidencia a necessidade de se ampliar os horizontes mercadológicos dos mesmos por meio de conhecimentos a cerca do assunto.

Além das perguntas fechadas, o questionário também continha uma aberta, com as quais se observou distintas opiniões e o grau de conhecimento dos entrevistados sobre o assunto em pauta.

Inicialmente questionou-se para as Agências de Viagens, se no empreendimento dos mesmos, comercializa-se algum tipo de produto e/ou serviço direcionado especificamente para o público da Melhor Idade. Todas as justificativas dadas pelos entrevistados constataam que, apesar da pouca diversidade nos roteiros turísticos para a clientela da Melhor Idade, já existe uma oferta e uma demanda o que reafirma a perspectivas do segmento como sendo positiva.

Em seguida, questionou-se em relação à prática profissional dos Guias de Turismo para o público da Melhor Idade, e quais comentários gostariam de fazer. Diante das respostas obtidas, pode-se concluir que os Guias de Turismo do Estado de Sergipe têm real consciência da necessidade de se qualificar, por se tratar de um grupo com limitações que necessitam de cuidados especiais, além de reconhecerem que é um segmento que vem crescendo no mercado turístico sergipano. E, também, é de relevância comentar que não será somente o turista da melhor idade que irá usufruir do lazer, infraestrutura adequada e profissionais qualificados, a cidade receptora destas ações se farão inserido no fomento de geração de renda criando mercados nos quais a oferta e a procura encontra-se o resultado de um grande expressivo movimento financeiro, justificando a inclusão da atividade na programação da política econômica de todos os estados e o estado de Sergipe não deve e nem pode ficar de fora.

Por último, questionou-se aos Gestores Públicos qual a percepção dos mesmos em relação à exploração ou não exploração da segmentação de Melhor Idade por parte dos agentes de viagens e operadoras turísticas de Sergipe. Admiravelmente os Gestores Públicos não se eximiram em afirmar que falta incentivo das Políticas Públicas, assim, como as Agências de Turismo que infelizmente ainda não perceberam o grande potencial que o Turismo para a Melhor Idade proporciona.

A análise de todos os gráficos em conjuntos com os depoimentos obtidos quando da entrevista com os Agentes de Viagem, Guias de Turismo e Gestores Públicos pode concluir por mais uma vez que a atividade turística para a Melhor Idade se estabelece em uma importante ferramenta para o potencial turístico no Estado de Sergipe. Sendo de grande desafio para as Agências de Turismo, se interessar em preparar/qualificar pacotes de viagens adequados para os grupos da Melhor Idade, e nessa perspectiva, tornar o Turismo para a Terceira Idade uma grande potencialidade no mercado turístico sergipano.

### 3. CONCLUSÃO

Diante dos resultados alcançados, conclui-se sumariamente que o Turismo para a Melhor Idade em Sergipe é um importante segmento a ser explorado pelo mercado sergipano e em potencialmente pelos Agentes de Viagens e Guias de Turismo, assim como pelos próprios órgãos públicos.

Nesse sentido, deve-se levar em conta que o Estado de Sergipe reúne as condições ideais para a prática do turismo da melhor idade, pois as pequenas distâncias geográficas, a diversificada fauna e flora, as peculiaridades das suas praias, o acervo histórico e cultural, a saborosa gastronomia típica, a hospitalidade do seu povo nativo e sobretudo a sua infraestrutura turística são pré-requisitos para o desenvolvimento do turismo para a melhor idade.

Nessa perspectiva, entende-se que o Turismo para Melhor Idade em Sergipe é promissor, pois além de representar mais um nicho de mercado para a cadeia produtiva do turismo, ele possui características específicas que muito pode contribuir para o desenvolvimento do turismo dos centros receptores, como minimizar a sazonalidade do turismo na baixa estação e ainda promover o turismo

histórico e cultural das destinações turísticas, pois são os principais atrativos que motivam os indivíduos dessa faixa etária a viajar.

Porém, evidencia-se que o turismo para a melhor idade necessita de profissionais qualificados, sendo então necessário que Agentes de Viagens e Guias de Turismo possam investir em cursos de capacitação profissional voltados para a melhor idade, pois assim eles poderão realmente conhecer as possibilidades e as vantagens de se investir nesse segmento de mercado, não apenas na perspectiva de lucratividade, mas, e, sobretudo, por estar contribuindo com a sustentabilidade do turismo por meio dos aportes conceituais do turismo.

Por fim, é mister entender que o fenômeno turístico depende de uma série de ações voltadas para o seu planejamento, organização e operacionalização, e que tais ações se intensificam quando o poder público, através das políticas públicas abre caminhos para que os empreendedores possam segmentar os seus investimentos, nesse sentido os órgãos públicos sergipanos precisam fomentar políticas e difundir as já existentes para o desenvolvimento do turismo na melhor idade em Sergipe.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995. (Coleção Turismo).
- BRASIL, **Estatuto do Idoso** / Ministério da Saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2003.
- CANÔAS, C.S. **A condição humana do velho**. São Paulo: Cortez, 1995.
- CUNHA, Daniele Linhares Galvão Carneiro da. **Turismo na Terceira Idade: um estudo sobre a capacitação de profissionais**. 2004. 116f. Monografia (Especialização em Gestão e Marketing do Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília, 2004.
- FENNELL, David A. **Ecoturismo Uma Introdução**. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo)
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, **Economia no Setor Turístico entre 2003 e 2007**, (IBGE 2010). Disponível em <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 26 de março de 2011.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**: São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.
- LUCAS, Hebe Ester. **Guia de Turismo: Manual Prático da Profissão**. São Paulo: Minuano, 2004 - (Coleção Aprenda já ) Código de ética do Guia de Turismo.
- MAGALHÃES, Dirceu Nogueira. **A invenção social da velhice**. Rio de Janeiro: Papagaio, 1989.
- MAZO, Giovana Zarpellon. **Atividade física e o idoso: concepção gerontológica**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- MICHAELIS. **Dicionário prático da língua portuguesa**. São Paulo: Melhoramento, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO, **Viaje Mais Melhor Idade**. Disponível em <http://www.viajamais.com.br>. Acesso em 22 de abril de 2011.

MOLETTA, Vania Florentino. **Turismo para a terceira idade**. 2ª ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000. (Série Desenvolvendo o Turismo, 7 ).

OLIVEIRA, Antonio P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 3ª ed. ver. E ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Guia e Desenvolvimento do Turismo Sustentável**. Porto Alegre : Bookman, 2003.

SETUR, **Turismo em ação ao idoso**.

Disponível em: <http://www.turismosergipe.net/noticias/ler/turismo-em-atencao-ao-idoso>. Acesso em 16 de Junho de 2011.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. 5ª ed. Ver. Atual. – São Paulo: Editora SENAC, 2001.

## TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL: O TURISMO CULTURAL E SUAS POSSIBILIDADES NA CIDADE DE NATAL / RN

L. C. Oliveira<sup>1</sup>; M. A. B. Paiva<sup>2</sup>; R. B. S. Paiva<sup>3</sup> e S. C. Silva<sup>4</sup>  
<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Norte - Campus Natal - Central  
lucascordeirodeoliveira@gmail.com – mariapaiva283@hotmail.com  
natinha\_04@hotmail.com – susilva\_oi@yahoo.com.br

### RESUMO

O Turismo é, atualmente, uma atividade bastante importante e representativa. As pessoas tem viajado como nunca, impulsionadas pelos mais diversos motivos, fazendo da atividade turística algo bastante lucrativo, despertando o interesse do mercado. Várias cidades tem, hoje em dia, sua economia totalmente atrelada ao Turismo. A capital do estado brasileiro do Rio Grande do Norte, Natal, é uma delas. Destino turístico famoso no Brasil e no mundo, a capital potiguar foca seus interesses no chamado Turismo de Sol e Mar, um dos vários segmentos surgidos diante da evolução e desenvolvimento do Turismo enquanto atividade econômica. Esse segmento turístico rende bons lucros durante o verão, mas não é tão lucrativo durante as outras estações do ano, o que faz com que os envolvidos no trade turístico precisem buscar outras alternativas para manter seus negócios durante a chamada “baixa estação”. Dessa forma, o presente trabalho, elaborado a partir de pesquisas bibliográficas (em fontes das mais diversas ciências interessadas na temática em questão, como Turismo, Geografia Econômica, etc) e pesquisa de campo no centro histórico de Natal, tem por objetivo apontar o Turismo Cultural, baseado na exploração do rico patrimônio histórico-cultural de Natal, como alternativa para enfrentar a sazonalidade da atividade turística, e dinamizar e otimizar esta atividade tão importante para a cidade.

**Palavras-chave:** Turismo, Patrimônio histórico-cultural, Turismo Cultural.

## 1. INTRODUÇÃO

Precisar quando o Turismo surgiu não é uma tarefa fácil, considerando que desde os mais remotos tempos e formas de organização social o homem viaja, viagens essas impulsionadas pelos mais diversos motivos, como, por exemplo, religiosos, culturais, sociais, entretenimento, entre outros. Porém, sabemos que o Turismo enquanto atividade econômica se popularizou em meados do século XIX, quando Thomas Cook, considerado o pai do Turismo Moderno, organizou a primeira viagem planejada da História.

Daqueles tempos para cá o Turismo se desenvolveu bastante, evoluindo ao ponto de Berenice Curtis Mércio Pereira apontá-lo como a primeira indústria mundial em negócios (PEREIRA, 2001). Diante desse desenvolvimento, temos o desmembramento da atividade em várias modalidades ou, por se tratar de uma atividade econômica, diversos segmentos de mercado, como Ecoturismo, Turismo de Eventos, Turismo de Sol e Mar, entre outros. A autora prossegue, afirmando que:

A atividade turística ocupa, na atualidade, posição relevante no cenário da economia mundial, situando-se entre os mais significativos geradores de riqueza, movimentando considerável número de pessoas, possibilitando a multiplicação de capital, a aquisição de bens e serviços e a consequente captação de divisas pela base produtiva[...] (PEREIRA, 2001, p.132).

Natal, capital do Rio Grande do Norte, estado localizado no Nordeste do Brasil, é um bom exemplo dessa afirmação. O Turismo é uma das principais atividades econômicas da cidade, que explora fortemente o Turismo de Sol e Mar, devido a suas condições naturais favoráveis. A capital potiguar é um destino turístico consagrado tanto nacional quanto internacionalmente para se aproveitar o verão, com belas praias, clima agradável, boa gastronomia, etc. Porém, para muitos, os atrativos da cidade são apenas estes, o que faz com que a atividade seja marcada pela sazonalidade. Diante disso, questiona-se: como Natal pode explorar a atividade turística fora do verão?

Acerca disso, Gomes (2004) afirma que é justamente em período de baixa estação que o setor hoteleiro, juntamente com órgãos públicos e comunidade não devem desanimar e sim utilizar ao máximo a criatividade que compete a cada um. Um exemplo disso são os empresários que fazem preços promocionais, com descontos de até 40 % em suas diárias para atrair os hóspedes. Entretanto sabe-se que isso não é o suficiente para ter lucro e conseguir colocar em ordem suas despesas financeiras para manter seu empreendimento. É apenas uma maneira de não ter prejuízos maiores. Considerando a insuficiência destas medidas, surgem outras opções, dentre as quais, apostar em outros segmentos do Turismo.

Na atualidade um dos segmentos de maior destaque é o Cultural, definido pelo Ministério do Turismo do Brasil como “atividades relacionadas a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (Marcos Conceituais – Mtur). Devido a pluralidade cultural do mundo globalizado várias cidades têm apostado neste tipo de Turismo, usando como atrativo seu patrimônio histórico-cultural. Esta é uma boa opção para Natal, uma vez que a cidade possui diversos atrativos histórico-culturais com potencial para a exploração pela atividade turística, com destaque para o centro histórico da cidade. Assim, o presente trabalho objetiva apontar as possibilidades desta modalidade do Turismo na cidade de Natal, apontando-a como alternativa para a dinamização da atividade turística na capital potiguar.



## 2. CENTRO HISTÓRICO DE NATAL

Composto por uma área delimitada de aproximadamente 201.278 m<sup>2</sup> nos bairros da Ribeira, Cidade Alta, Tirol e Petrópolis, entre o Centro e a Zona Leste da cidade, o centro histórico de Natal compreende ruas, monumentos e outras construções de grande significado para o povo da cidade, refletindo sua história e a construção de sua cultura.

Dentre os componentes do centro, podemos destacar a Praça André de Albuquerque (ver Figura 1). Localizada no bairro de Cidade Alta, Zona Leste de Natal, a praça está erguida no local onde a cidade foi fundada. Encontra-se fixado lá, até os dias de hoje, o marco de fundação de Natal.



**Figura 1 Praça André de Albuquerque**

De frente a praça encontra-se a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Apresentação (ver Figura 2). Construída a partir da capela onde foi celebrada em 25 de dezembro de 1599 a primeira missa da Cidade do Natal, esta foi à primeira igreja da cidade e uma das únicas erguidas no Brasil no início do século XVII. É um grande expoente da arquitetura religiosa colonial brasileira.



**Figura 2 Igreja Matriz de Nossa Senhora da Apresentação**

Ainda no campo religioso, próximo dali, na rua Junqueira Aires, encontra-se o templo da Igreja Presbiteriana de Natal (ver Figura 3), primeira igreja protestante da capital potiguar. Fundada no

final do século XIX, mais precisamente em 1896, o templo é símbolo de uma revolução sócio-cultural e religiosa na cidade até então dominada pelo catolicismo.



**Figura 3 Igreja Presbiteriana de Natal**

Há também o Teatro Alberto Maranhão, um dos principais teatros da cidade, tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Rio Grande do Norte. Esta construção em estilo eclético possui grande significado cultural para os natalenses.



Encontram-se ainda no centro o Palácio Felipe Camarão (ver Figura 4), sede da Prefeitura de Natal, e casas como a de Câmara Cascudo, maior folclorista do Brasil, Café Filho, político potiguar que chegou a presidência da República, bem como a casa Amélia Duarte Machado, ou simplesmente viúva Machado, rica senhora da sociedade natalense cercada de lendas que povoavam o imaginário de seus contemporâneos, além de várias outras construções relevantes. São 150 construções dos mais diversos estilos arquitetônicos, indo do colonial ao modernista, passando pelo neoclássico e art-déco, representando um potencial atrativo histórico-cultural para a atividade turística.



**Figura 4** Palácio Felipe Camarão, sede da prefeitura de Natal. Ao lado, a Igreja Presbiteriana de Natal.

### **3. TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL: A EXPLORAÇÃO DO CENTRO HISTÓRICO DE NATAL PELO TURISMO CULTURAL**

Em Natal, como já afirmamos há o predomínio do Turismo de Sol e Mar. De acordo com Soares (2009), os pontos do roteiro histórico-cultural, como o centro histórico, são desprezados na hora de vender a cidade como destino turístico.

Essa falta de divulgação, juntamente com a falta de preparo dos profissionais da área para trabalhar nesse segmento e, ainda, problemas na conservação do patrimônio histórico-cultural da cidade prejudica o Turismo Cultural em Natal.

Assim, pode-se afirmar que o Turismo Cultural é uma prática quase inexistente em Natal, restringindo-se, atualmente, a rápidos city tour pelo centro histórico, que consiste num rápido passeio pela cidade, sem maiores aprofundamentos, não permitindo que o turista vivencie os elementos significativos para a comunidade, que é a razão de ser do Turismo Cultural.

### **4. CONCLUSÃO**

Indo desde manifestações culturais significativas a museus e um rico centro histórico, Natal possui um vasto patrimônio histórico-cultural. Porém, a despeito deste rico patrimônio, o trade turístico, prefere focar apenas no Turismo de Sol e Mar, segmento marcado pela sazonalidade.

Considerando esse caráter sazonal, é preciso buscar alternativas para seguir desenvolvendo a atividade turística de forma lucrativa durante a chamada “baixa temporada”. Uma boa opção é optar pela exploração de diversos segmentos do turismo.

Assim, observando o rico patrimônio histórico-cultural de Natal, observamos que, superando obstáculos como a má conservação de monumentos e construções de finalidade cultural e a falta de preparo dos profissionais da área para trabalhar com este produto, não são poucas as possibilidades de desenvolvimento do Turismo Cultural em Natal, sendo uma boa opção para a dinamização da atividade turística nesta cidade. Outras cidades nordestinas (como Salvador, Recife e São Luiz, entre outras) que,

assim como Natal, são consagrados destinos para o Turismo de Sol e Mar tem adotado esta estratégia, e tem obtido bons resultados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. Campinas: Papyrus, 2000.

BRASIL. Ministério do turismo. **Turismo**. Disponível em:<<http://www.turismo.gov.br>. >. Acesso em: 18 agosto 2011

GOMES, Ione Bonfim. Sazonalidade do Turismo, o que fazer na baixa temporada? **Revista Turismo**. Disponível em:<<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/sazonalidade.html>>. Acesso em: 18 agosto 2011.

NESI, Jeane Fonseca Leite. **Natal Monumental**. Natal: Fundação José Augusto, 1994

PEREIRA, Berenice Curtis Mércio. Viagem na atualidade. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana. **Turismo Urbano**: Cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: 2001. p. 129 – 138

SOARES, Kívia. Turismo cultural em Natal é esquecido. **O Periódico**. Disponível em: <<http://www.operiodico.com.br/internas,turismo-cultural-em-natal-e-esquecido,165>>. Acesso em: 20 agosto 2011.

## TURISMO DE AVENTURA: O ESPORTE COMO PRODUTO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE MARANGUAPE - CEARÁ

**Victor Hugo Santos de Castro**  
Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza  
vsantosdecastro@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo apresenta a análise do Turismo de Aventura no município de Maranguape – Ceará, assim como o esporte de ação como produto turístico da localidade. A problemática estava embasada nas potencialidades de Maranguape para o desenvolvimento local através de atividades do Turismo de Aventura. Este trabalho faz menção ao Turismo de Aventura, aos esportes de ação e as características destes como produto turístico de determinada região. Posteriormente, o trabalho apresenta a análise dos dados coletados *in locu*, através da aplicação de questionários. A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. Os resultados apontam Maranguape como uma cidade com potencial para a prática de esportes de Ação e Aventura e que o esporte como produto turístico na região necessita de melhorias para que a excelência na comercialização seja atingida.

**Palavras-chave:** turismo de aventura, esportes de ação, produto turístico, Maranguape.

## 1. INTRODUÇÃO

O tempo tornou-se algo raro e precioso para o homem da sociedade contemporânea, sendo assim, pode-se afirmar que é um bem extremamente apreciado. O homem procura no lazer a valorização do ser humano, o prazer de compartilhar o seu tempo livre realizando as mais diversas atividades.

A criação cultural do tempo de lazer aponta o turismo como parte dessa realidade. Os enormes e constantes avanços tecnológicos, os meios de transporte, a qualidade dos hotéis, os equipamentos de lazer, e todos os outros produtos turísticos que compõem este mercado de entretenimento demonstram que há um tempo que pode ser destinado ao divertimento, ao prazer e à satisfação.

A diversificação da oferta turística mundial em relação às tendências da demanda, entre outros fatores, ocasiona a expansão do mercado, assim como o surgimento e consolidação de variados segmentos turísticos. A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado.

Dentre os diversos segmentos turísticos destaca-se o Turismo de Aventura. Este tipo de atividade é destinado àqueles que privilegiam a aventura e a adrenalina. O grande diferencial consiste na diversidade das atividades de aventura que podem ocorrer em vários ambientes, desde centros urbanos a áreas remotas, em função das especificidades de cada prática.

O Brasil, no que tange a biodiversidade, tem um grande potencial para a prática de esportes de ação. A geomorfologia existente no Ceará propicia atividades de aventura como: *rappel*, tirolesa, vôo livre, *trekking*, *surf*, *mountain bike*, dentre outros.

Praias de beleza inigualável, mares límpidos, ágeis jangadas, falésias, dunas, coqueirais, assim é caracterizado o Ceará. Entretanto, o Estado também dispõe de rios e cachoeiras exuberantes, trilhas de matas virgens, serras, chapadas, monólitos e grutas presentes nas regiões serranas, além de um clima ameno e frio.

A partir do exposto, surgiu a necessidade de explorar este outro lado do Estado e contribuir para a propagação dos demais atrativos que este tem a oferecer. Sendo assim, o município de Maranguape, situado no Nordeste do Estado do Ceará, no sopé da serra de Maranguape, a 30 km de Fortaleza foi escolhido como local de estudo, uma vez que foi detectado empiricamente que o fluxo turístico na cidade aumentou devido à oferta de esportes de ação como produto turístico.

Objetivando identificar o esporte como alicerce para o desenvolvimento de atividades turísticas em municípios serranos, foram formuladas as seguintes questões de cunho investigativo: O município de Maranguape possui potencial para a prática de esportes de Ação e Aventura?

A pesquisa tem caráter inovador, uma vez que não há estudos similares sobre Turismo de Aventura em Maranguape. Esta temática foi utilizada como defesa de monografia do autor no curso de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia.

## 2. TURISMO DE AVENTURA

Atualmente, o Turismo de Aventura vem despertando um interesse significativo quanto a sua prática na sociedade, sendo incluído como tema importante nas discussões gerais sobre o turismo tanto no âmbito do planejamento e gestão, como da sustentabilidade.

O segmento nasceu com um pequeno grupo de pessoas dispersas geograficamente, de diferentes classes sociais e idades, que começaram a desenvolver atividades junto à natureza, passando a visualizar a possibilidade de fazer daquilo seu meio de vida (MTUR, 2010).

Na década de 80 houve as primeiras reflexões sobre Turismo de Aventura, abordando a necessidade da experiência turística em meio natural e a relação dos elementos de risco atrelados a participação do turista (MTUR, 2010).

No fim dos anos 90, os primeiros equipamentos (capacetes, caiaques infláveis, cordas, entre outros) para a realização de atividades na natureza começaram a ser produzidos no Brasil. Em 1999, foi organizada a primeira feira do setor de Turismo de Aventura, a *Adventure Sports Fair*, que proporcionou a promoção e conhecimento sobre as atividades do segmento (MTUR, 2010).

Em 2001, a primeira definição de Turismo de Aventura foi elaborada no Brasil, na Oficina para a Elaboração do Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura, realizada em Caeté, Minas Gerais (MTUR, 2010).

O Turismo de Aventura caracteriza-se por ser um segmento turístico que envolve a prática de atividades de aventura e desportos recreacionais em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre (EMBRATUR, 2001).

Estas atividades deverão elucidar emoções entusiasmantes e riscos controlados, exigindo o uso de técnicas e equipamentos específicos, bem como a adoção de procedimentos de segurança e o respeito ao patrimônio natural ambiental e sociocultural (EMBRATUR, 2001).

O turismo contemporâneo utiliza significativamente a natureza nas suas atividades, sua evolução nas últimas décadas se deu pelo fato do turista buscar o contato com o verde, com o natural, objetivando escapar dos tumultos urbanos, buscando recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer (RUSCHMANN, 2001).

A análise do termo Turismo de Aventura envolve uma série de características que interagem entre si de forma interdependente, são elas: perigo e risco, desafio, expectativa de recompensas, novidade, estímulo e entusiasmo, escapismo e separação, exploração e descoberta, atenção e concentração e emoções diversas (SWARBROOKE et al., 2003).

Assim, pode-se dizer que a aventura ocorre a partir do momento em que os participantes voluntariamente se dispõem a vivenciar uma experiência desconhecida, onde serão submetidos a desafios e poderão descobrir algo novo, único, a partir dessa vivência (SWARBROOKE et al., 2003).

É de suma importância que uma experiência de Turismo de Aventura envolva o contato com natureza, estimule uma série de emoções, riscos e desafios intelectuais, físicos ou emocionais e oportunidades para diversão, aprendizado e aperfeiçoamento pessoal.

“O Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (MTUR, 2008, p. 15). A exclusão das práticas de caráter competitivo ocorre porque, segundo o Ministério, tais atividades se enquadram em outra modalidade de turismo, o Turismo de Esportes.

As atividades de aventura podem ser definidas como:

Experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafio, riscos avaliados, controláveis e assumidos que podem proporcionar sensações diversas como liberdade, prazer, superação, a depender da expectativa e experiência de cada pessoa e do nível de dificuldade de cada atividade. (MTUR, Turismo de Aventura- Orientações básicas, 2008, p. 16).

Alguns Municípios possuem uma diversidade de atrativos turísticos encontrados nas suas paisagens naturais, os quais comprovam a viabilidade e o potencial para o desenvolvimento do Turismo de Aventura. Porém, alguns cuidados devem ser tomados no sentido de não prejudicar o meio ambiente e a cultura local, bem como não excluir a população nativa, mas privilegiá-la com o efeito multiplicador do turismo (RUSCHAMANN, 1995).

“São motivações do Turismo de Aventura: recreação ativa, desafios, emoção, vivências, experiências memoráveis, diferenciação em relação à escolha dos locais e interação com outros praticantes” (MTUR, 2008, p.30).

Enfim, pode-se afirmar que o conceito de Turismo de Aventura fundamenta-se em aspectos que se referem à atividade turística e ao território em que o mesmo é desenvolvido, bem como em relação à motivação do praticante, os desafios e os sentimentos elucidados durante a experiência.

### 3. ESPORTES DE AÇÃO E AVENTURA

Os Esportes de Aventura podem ser considerados como aqueles que oferecem mais riscos do que os esportes tradicionais, exigindo um maior esforço físico ou maior controle emocional. São considerados Esportes de Aventura porque estão envolvidos em situações extremas de limite físico ou psicológico dos participantes (PRONI, 1998).

De acordo com o Ministério do Turismo (2008) faz-se necessário compreender que as atividades de aventura sugerem determinado esforço e riscos controláveis, portanto, a segurança é um dos requisitos imprescindíveis para a realização da vivência turística e está assegurada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

As atividades do Turismo de Aventura variam sob diferentes aspectos, seja em função dos territórios em que são operadas, dos equipamentos utilizados ou das habilidades e técnicas exigidas, e apresentam características como diversidade, riscos controláveis, participação e interação (MTUR, 2008).

Sendo assim, as atividades foram organizadas em três grupos, de acordo com os elementos da natureza (terra, água e ar). Ressaltando que algumas podem envolver mais de um desses elementos e ocorrer em ambientes diversos, fechados, ao ar livre, em espaços naturais ou construídos (MTUR, 2008).

Os esportes terrestres de aventura compreendem: arvorismo (locomoção por percurso em altura instalado em árvores e outras estruturas construídas), atividades ciclísticas (percurso em vias convencionais e não convencionais em bicicletas, também denominadas de cicloturismo), atividades eqüestres (percursos em vias convencionais e não convencionais em montaria, também tratadas de turismo eqüestre), atividades fora-de-estrada, turismo fora-de-estrada ou *off – road* (MTUR, 2008).

*Bung jump* (salto com o uso de corda elástica), cachoeirismo (descida em quedas d’água utilizando técnicas verticais, seguindo ou não o curso da água), canionismo (descida em cursos d’água transpondo obstáculos aquáticos ou verticais com a utilização de técnicas verticais), caminhadas (MTUR, 2008).

Escalada (ascensão de montanhas, paredes artificiais, blocos rochosos utilizando técnicas verticais), *rappel* (técnica vertical de descida em corda), tirolesa (deslizamento entre dois pontos afastados horizontalmente em desnível, ligados por cabo ou corda), montanhismo (MTUR, 2008).

São esportes de aventura aquáticos: bóia-*cross* (descida em corredeiras utilizando bóias infláveis, também conhecida como *acqua-ride*), canoagem (percurso aquaviário utilizando canoas, caiaques, *ducks* e remos), mergulho (imersão profunda ou superficial em ambientes submersos, praticado com ou sem o uso de equipamento especial), *rafting* (descida em corredeiras utilizando botes infláveis) e outros (MTUR, 2008).

Ainda segundo o MTUR (2008), os esportes aéreos são representados por: asa delta (vôo com aerofólio impulsionado pelo vento), balonismo (vôo com balão de ar quente e técnicas de dirigibilidade), parapente (vôo de longa distância com o uso de aerofólio impulsionado pelo vento e aberto durante todo o percurso), pára-quedismo (salto em queda livre com o uso de pára-quedas aberto para aterrissagem, normalmente a partir de um avião).



#### 4. O PRODUTO TURÍSTICO

O processo operacional do Turismo de Aventura envolve organização e gestão das atividades a serem vivenciadas pelos turistas. É necessário traçar procedimentos claros, construindo e respeitando o fluxo das atividades desenvolvidas.

É importante considerar alguns aspectos de ordem prática como: horários e dias de visitas regulares, abrangência dos grupos de turistas (indicação mínima e máxima de capacidade de atendimento), estabelecimento de canais de comunicação, articulação e organização dos contatos da rede de serviços, definição de serviços ofertados e elaboração de material com informações.

O produto turístico é o conjunto de bens e serviços produzidos em várias unidades econômicas (BENI, 2007). É o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade turística, ou seja, um produto composto, constituído pelos seguintes componentes: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento (LAGE e MILONE, 2000).

O termo produto turístico é bem amplo e integra alguns componentes básicos que combinados entre si, dão origem ao produto final. Uma vez elaborado, o produto turístico adota a forma de um pacote de serviços que será posto a venda no mercado.

O produto turístico tem características peculiares são elas: têm caráter temporal e deve ser consumido no momento em que se produz, não pode ser acumulado, transportado ou transferido, é dinâmico e instável no que tange a gostos, preferências e modas, é opcional na escala das necessidades do consumidor (BENI, 2007).

Sendo assim, surge a demanda, que é caracterizada pelos consumidores dos produtos turísticos que se deslocam em busca de locais, produtos e serviços turísticos, que se complementam entre si (BENI, 2007). As empresas, ao elaborarem seus produtos turísticos, devem sempre estar atentas ao comportamento do consumidor.

A oferta é a imensa variedade de produtos, equipamentos e serviços turísticos de alojamento, alimentação, recreação e lazer de caráter artístico, cultural e social capazes de atrair um público visitante (BENI, 2007). As empresas responsáveis pela oferta devem sempre ter em mente a necessidade de satisfação que os consumidores buscam e fazer, sempre que necessário, as alterações possíveis. Já o mercado é o encontro da oferta com a demanda (BENI, 2007). Neste momento acontecem adequações do produto de acordo com a necessidade dos clientes.

O produto turístico é composto por: atrativos turísticos, facilidades e acessos. Os atrativos turísticos são elementos que determinam a escolha do turista para visitar uma localidade específica ao invés de outra (BAHL, 2004). Pode-se dizer que são aqueles fatores que geram o fluxo de pessoas para uma determinada região, podendo ser naturais ou artificiais.

As facilidades são os elementos do produto turístico que não geram normalmente os fluxos turísticos, mas sua ausência pode ocasionar o afastamento dos turistas de determinada região. Elas complementam-se e podem ser entendidas como: meios de hospedagem, alimentação e entretenimento; casas de câmbio, serviços de saúde, segurança, comunicação e outros (LAGE e MILONE, 2000).

A acessibilidade diz respeito aos meios de transporte e também as vias de acesso para que o turismo possa se desenvolver com maior sociabilidade e integração, como por exemplo: os aeroportos, rodoviárias, os túneis, as pontes e outros (LAGE e MILONE, 2000). Enfim, o produto turístico é um conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades e ofertado de forma organizada por um determinado preço.

#### 5. METODOLOGIA

A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. O questionário foi a ferramenta utilizada para a coleta de dados da pesquisa, o mesmo era composto por treze questões objetivas contemplando aspectos referentes ao Turismo de Aventura, às potencialidades do município e ao esporte como produto turístico.

Os participantes da pesquisa foram 50 turistas e/ou excursionistas, sem distinção quanto ao sexo ou classe socioeconômica. A idade inferior a 18 anos foi o único critério excludente da pesquisa, salvo os menores acompanhados dos responsáveis legais e com autorização dos mesmos para a participação.

Após a coleta dos dados foi realizada uma análise e posteriormente a interpretação dos indicadores, utilizando o método descritivo associado à técnica de análise gráfica, para tal foi utilizado o programa de planilha eletrônica de cálculo, o *Microsoft Office Excel*, cujos recursos incluem ferramentas de construção de gráficos.

## 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Analisando o potencial de Maranguape para a prática de Esportes de Ação e Aventura foram obtidos os seguintes resultados: 32% dos entrevistados afirmaram que o município tem potencial para o segmento de Turismo de Aventura, 66% assinalaram que Maranguape tem potencial, mas que algumas melhorias devem ser realizadas a fim de oferecer mais opções ao turista ou excursionista. E, apenas 2% consideraram que o município não tem potencial para o Turismo de Aventura (Ver figura 1).

A vocação da região para determinadas atividades e, conseqüentemente, para o Turismo de Aventura, além da existência de recursos naturais e edificados, necessita também da disponibilidade de estruturas e serviços turísticos e de apoio (MTUR, 2008).



Figura 1 – Potencial para a prática de Esportes de Ação

Quanto as características que definem um produto turístico que são: atrativos, facilidades e acessos, obteve-se os seguintes resultados: 72% consideram que os acessos ao município são bons, já 28% afirmam que os acessos são ruins, algumas vias estão com a superfície desgastada e irregular (Ver figura 2).

As atividades de aventura, geralmente, são realizadas em locais de difícil acesso e distantes do centro urbano, o que pode requerer diferentes meios de transportes (MTUR, 2008). Foi mencionado

pelos participantes que aos domingos não há um transporte coletivo com rota ao Complexo Turístico onde as atividades de aventura são realizadas, sendo esta opção ofertada somente durante a semana.

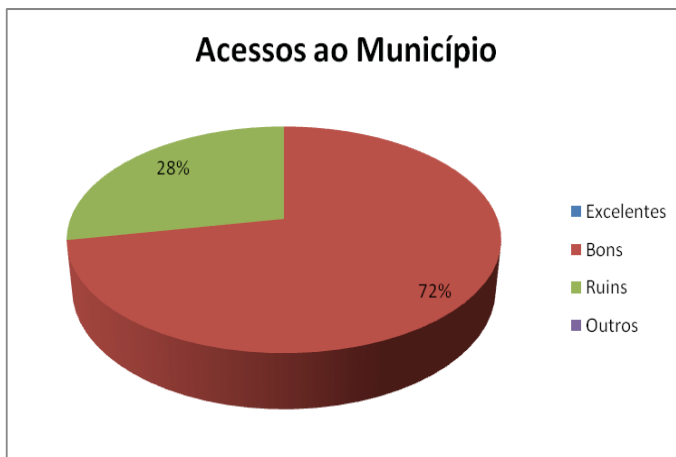


Figura 2 – Acessos ao Município

Referente aos atrativos turísticos da região, os entrevistados estão satisfeitos quanto às opções de visitação ao município, pois 58% da amostra os consideraram excelentes e 42% acreditam que os atrativos do município são bons (Ver figura 3).

Identificou-se que o município tem muitos atrativos históricos (solares em estilo colonial, o museu da cidade, a igreja matriz e outros) e naturais (Pedra Rajada, trilhas e balneários), assim como empreendimentos privados de lazer como o Y –Park, o que configura a cidade como uma localidade com potencial para o turismo.

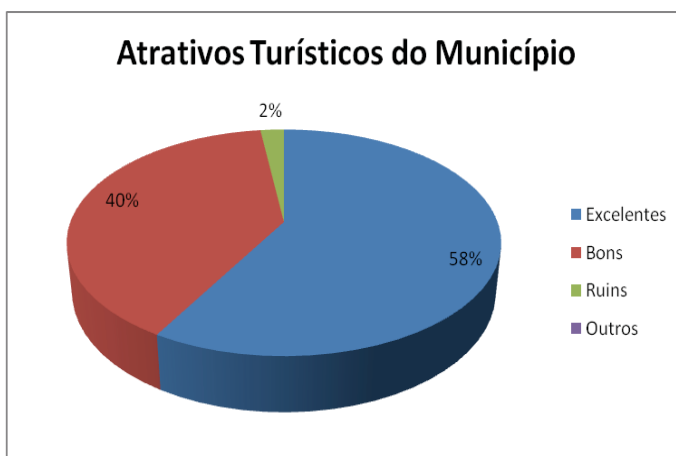
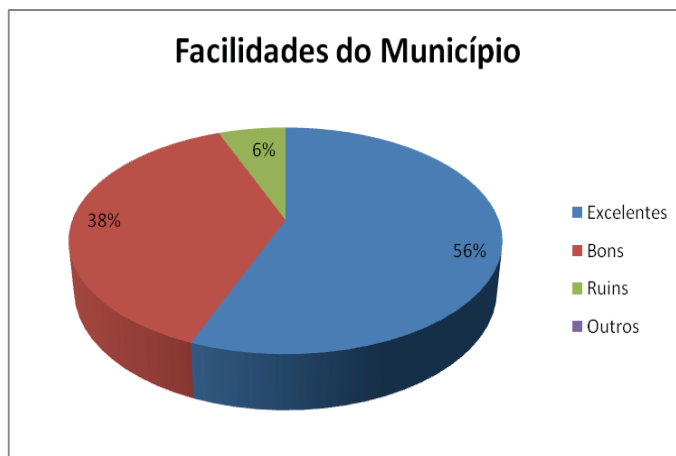


Figura 3 – Atrativos Turísticos do Município

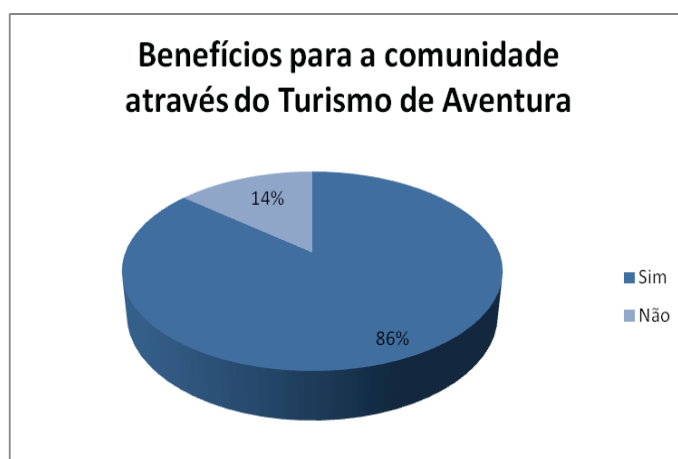
Já as facilidades que correspondem a serviços como farmácias, postos de combustível, *lan houses*, restaurantes, pousadas e outros, foram obtidos os seguintes resultados: 56% dos entrevistados

consideraram excelentes, 28% afirmaram que eram boas e 6% relataram que as facilidades eram ruins (Ver figura 4). Vale ressaltar que alguns entrevistados alertaram nas suas justificativas, a falta de opções nesses referidos serviços.



**Figura 4 – Facilidades do Município**

Quando indagados quanto aos benefícios para a comunidade através da prática do Turismo de Aventura no município, os resultados foram os seguintes: 86% dos entrevistados acreditam que a comunidade é beneficiada com a prática do referido segmento turístico, pois este é uma forma de desenvolver a economia local, gerando emprego e renda aos nativos da região. Já 14% acreditam que a comunidade não é beneficiada, uma vez que a maior parte da renda obtida através desta modalidade está sob controle dos empresários da região (Ver figura 5).



**Figura 5 - Benefícios para a comunidade através do Turismo de Aventura**

O retorno ao município para a prática de esportes de ação e aventura apresentou 90% do resultado, sendo justificado pela proximidade de Maranguape à Fortaleza, pela beleza do ambiente, pela busca da qualidade de vida, descarga do estresse obtida através do esportes de ação e aventura e outros (Ver figura 6).



**Figura 6 – Retorno ao Município para a prática de Esportes**

Muitos entrevistados também relataram que um único dia não seria possível para usufruir de todos os esportes de ação que o município dispõe. Os 10% dos entrevistados que não voltariam ao município para a prática de esportes de ação, justificaram que não gostavam de esportes deste caráter e foram incentivados a praticar por amigos e familiares.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através do fomento do Turismo de Aventura, o município de Maranguape vem aumentando seu fluxo turístico, devido à oferta dos esportes de ação e aventura como produto da região. A demanda por este produto turístico gera empregos, possibilitando o desenvolvimento econômico do município, além de contribuir também para a redução da sazonalidade do turismo propriamente dito.

Quanto ao esporte como produto turístico em Maranguape, se verificou que os atrativos e facilidades do local são excelentes, mas que o acesso ao município precisa ser melhorado. Apesar destas limitações, o esporte é considerado um produto turístico da região, por ter atendido todas as exigências necessárias: atrativos turísticos e facilidades excelentes e bons acessos.

Porém, é necessário melhorar as rodovias de acesso ao município e adotar políticas de meios de transporte alternativo que possibilitem ao visitante uma locomoção adequada ao destino. Percebeu-se que Maranguape comercializa os seguintes esportes de ação: trilhas, tirolesa, caiaque, escalada, arvorismo e *trekking*, a oferta destas atividades recreativas no município é a principal causa de visitação do local. Conclui-se então que o município tem potencial para o Turismo de Aventura.

### **AGRADECIMENTOS**

À Maria da Conceição Santos de Castro e José Rocha de Castro, pais dedicados e sempre colaboradores. Ao Instituto Federal do Ceará e à Universidade Estadual do Ceará, instituições nas quais estou sendo capacitado e qualificado intelectualmente e a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que esse trabalho fosse finalizado.

## REFERÊNCIAS

- BAHL, M. **Legados Étnicos e Oferta Turística**. Curitiba: Juruá, 2004.
- BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 12ª Edição. São Paulo: SENAC, 2007.
- BRASIL. **Turismo de Aventura: Manual de Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.
- BRASIL. **Manual de Orientações básicas do Turismo de Aventura**. Ministério do Turismo. Brasília: 2010.
- EMBRATUR. **Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura: relatório da oficina de planejamento**. Caeté, Minas Gerais: EMBRATUR, 2001.
- LAGE, Beatriz e MILONE, Paulo. **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- PREFEITURA DE MARANGUAPE. Conheça nossa cidade. Disponível em: <http://www.maranguape.ce.gov.br/>, acesso em 15 de janeiro de 2011.
- PRONI, Marcelo W. **Esporte Espetáculo e Futebol Empresa**. Tese de doutorado, Campinas: FEF / UNICAMP, 1998.
- RUSCHMANN, D. **O planejamento do turismo e a proteção do meio ambiente**. São Paulo: ECA/USP, 1995.
- RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papyrus, 2001.
- SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S., POMFRET, G. **Turismo de Aventura: conceitos e estudos de caso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

## SANEAMENTO AMBIENTAL PARA O DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO NA COMUNIDADE ILHA MEM DE SÁ, ITAPORANGA D'AJUDA - SE

SILVA, M. L. N.<sup>1</sup>; SILVA, B. M. G.<sup>2</sup>; BRAGHINI, C. R.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Instituto Federal do Sergipe - Campus Aracaju

mary.leda.ns@hotmail.com – brunamichelle\_gs@hotmail.com - claudio.braghini@ifs.edu.br

### RESUMO

O turismo configura-se como atividade geradora de renda, mas também de impactos ambientais e sociais. Certas localidades com atrativos turísticos naturais contêm populações historicamente estabelecidas, constituindo-se territórios cuja dinâmica social e cultural está integrada a esses ambientes. O saneamento ambiental de uma localidade turística pressupõe sustentabilidade da comunidade e para tal implica planejar e monitorar os ambientes de acordo com princípios como os propostos no ecoturismo. O presente trabalho teve como objetivo principal diagnosticar a situação atual do saneamento da comunidade Mem de Sá, povoado localizado em uma ilha fluvial, na região Sul do estado de Sergipe. Os objetivos específicos incluíram indicar os possíveis problemas relacionados às estruturas básicas como o consumo de água potável, disposição adequada de efluentes sanitários, coleta dos resíduos sólidos; identificação dos espaços turísticos e os problemas de saneamento associados. A pesquisa de caráter exploratório e descritivo previu, além da pesquisa documental e bibliográfica, aplicação de questionários a 55 famílias moradoras da Ilha. Esse trabalho visou fornecer subsídios à comunidade, aos gestores públicos e privados para melhorias na condição de vida da população local e para o desenvolvimento do turismo na região de forma responsável.

**Palavras-chave:** saneamento ambiental, ecoturismo, Ilha Mem de Sá.

## 1. INTRODUÇÃO

A comunidade Ilha Mem de Sá, assim como o Campo Experimental de Itaporanga, de propriedade da Embrapa Tabuleiros Costeiros, localizam-se no município de Itaporanga D'ajuda, no estado de Sergipe. Grande parte da área do Campo Experimental constitui-se na Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) do Caju, com 763,37 hectares. Itaporanga D'ajuda insere-se, administrativamente, no território da Grande Aracaju e a Ilha Mem de Sá localiza-se nas coordenadas geográficas 11°29'26"S e 06°46"W, a 23 Km da sede do município. A Ilha é fluvial e está associada à bacia hidrográfica do Rio Vaza Barris (CURADO et al., 2008).

A Embrapa Tabuleiros Costeiros promove um programa de desenvolvimento participativo na comunidade Mem de Sá, que possui uma aliança histórica com a Reserva do Caju, antiga Fazenda Caju. Hoje a comunidade Mem de Sá possui cerca de 300 pessoas distribuídas em 75 famílias (CURADO et al., 2008). Entretanto, Aragão et. al. (2010) afirmaram que existem 84 famílias. Tem-se como principal atividade econômica a pesca, além da agricultura em segundo plano, destacando a farinha de mandioca e o coco. Essa região é considerada geograficamente isolada, visto a distância do centro da cidade de Itaporanga, cerca de 23 km (CURADO et al., 2008; ARAGÃO et al., 2010).

A paisagem da Ilha Mem de Sá, a cultura local e a proximidade com a RPPN do Caju indicam a existência de um potencial turístico. Na localidade existem ainda, duas festas religiosas que movimentam um grande número de pessoas. Nessa perspectiva é objetivo da Embrapa e do Instituto Federal de Sergipe (IFS), através do Grupo de Pesquisa Educação e Ecoturismo, desenvolver economicamente aquela população usando para isso seu potencial turístico. Entretanto, deve-se antes, preparar estruturalmente a localidade para receber os presentes e futuros turistas. Nesse contexto encaixam-se as ações relativas a saneamento ambiental.

As estruturas básicas de saneamento devem existir de forma concreta dentro da comunidade Mem de Sá, incluindo o abastecimento de água potável em boas condições para o consumo, a coleta e deposição dos dejetos sanitários de forma a não poluir o ambiente, nem trazer malefícios a saúde da população, uma eficiente coleta dos resíduos sólidos e o desenvolvimento de práticas relacionadas à educação ambiental (BARROS et al., 1995). Desta forma todo trabalho relacionado ao desenvolvimento econômico da Ilha teria suporte para a sustentabilidade ambiental, seja na área do turismo, da pesca ou da agricultura.

O turismo e o meio ambiente possuem uma estreita relação de dependência. Toda atividade turística necessita de um ambiente para acontecer, e esse ambiente seja ele natural ou não, sofre um processo de descaracterização em seu cenário pela ação humana. Assim que a atividade turística ocorre, o ambiente é inevitavelmente modificado, seja para facilitar o turismo, seja através do processo de produção do turismo (BRAGHINI & PICANÇO, 2009).

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define turismo sustentável como aquele que atende às necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras, e ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o futuro. O desenvolvimento sustentável do turismo se concebe como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma a satisfazer as necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida (ALMEIDA et al., 1999).

O turismo proposto para a Ilha Mem de Sá e para a Reserva do Caju baseia-se no ecoturismo, que é entendido aqui como modelo de gestão da atividade turística. O ecoturismo tem como premissas a



conservação ambiental, geração de benefícios socioeconômicos das populações locais no desenvolvimento do turismo e valorização da identidade cultural local (PIRES; LINDBERG & HAWKINS, 2002). Dessa forma, a implementação do turismo proposto em outros trabalhos desenvolvidos na ilha necessita de subsídios sobre as condições de saneamento ambiental.

Saneamento Ambiental refere-se ao conjunto de ações socioeconômicas que tem por objetivo alcançar salubridade ambiental, por meio de abastecimento de água potável, coleta disposição sanitária de resíduos sólidos, líquidos e gasosos, promoção da disciplina sanitária de uso do solo, drenagem urbana, controle de doenças transmissíveis e demais serviços de obras especializadas, com finalidade de proteger e melhorar as condições de vida urbana e rural (FUNASA, 2006; BRAGA et al, 2005).

A partir do exposto acima foram levantadas algumas questões chaves a serem respondidas. A condição de saneamento ambiental da Ilha está inadequada para a população local, portanto também ao turismo? Para responder essa pergunta o trabalho tem como principal objetivo diagnosticar a situação do saneamento ambiental da Ilha Mem de Sá para o desenvolvimento do ecoturismo.

Desta forma, identificaram-se os principais problemas relacionados ao saneamento ambiental enfrentados pelos moradores da Ilha Mem de Sá, relacionado às moradias e parte da área comum.

### **3. METODOLOGIA**

Para alcançar os objetivos foi traçado um plano de atividades que incluíram visitas de campo à Ilha, conversas informais, entrevistas, aplicação de questionários, registro fotográfico, revisão de trabalhos acadêmicos, e revisão de legislação.

As visitas foram distribuídas por todo o período do projeto. Em algumas delas o objetivo do trabalho pode ser compartilhado com os moradores através de reuniões. Na visita realizada no dia 10 de julho de 2010, por exemplo, vários trabalhos foram apresentados aos moradores, não só o projeto de saneamento ambiental, mas também os relacionados a turismo, cultura, entre outros. As outras visitas se resumem principalmente nas entrevistas e aplicação de questionários.

Para a observação e análise das atuais condições do saneamento na Ilha, foram preenchidas fichas de campo acompanhado de registro fotográfico. As fichas de campo permitiram caracterizar as condições de saneamento, considerando os aspectos: água (coleta, tratamento e consumo), esgoto (tratamento e despejo), resíduos sólidos (produção, acondicionamento, disposição, coleta, transporte, separação e reciclagem).

Foram aplicados 55 questionários semi-estruturados com os moradores em suas residências. O questionário utilizado para a coleta de informações se constituiu de 20 perguntas relacionadas aos hábitos de higiene, saneamento básico, aspectos socioeconômicos e socioambientais.

Paralelamente, foi feita uma revisão da Legislação vigente, na ordem federal, estadual e municipal do que diz respeito a uso e ocupação do solo, além de revisão de trabalhos já realizados na Comunidade Mem de Sá e na Reserva do Caju, inclusive pela própria Embrapa.

### **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

As condições sanitárias da Ilha Mem de Sá analisadas a partir das visitas de campo e aplicação dos questionários foram divididas nos itens: abastecimento de água, tratamento da água antes do consumo,

coleta de resíduos sólidos, destino dos esgotos sanitários, localização e características dos banheiros e condições das habitações (Tabela 1).

Tabela 1 – Dados Gerais sobre Saneamento Ambiental na Comunidade Ilha Mem de Sá, Itaporanga D’ajuda, Sergipe em 2010.

Característica Analisada		Quantidade de casas	Frequência Relativa (%)
Tipo de Parede	Taipa	18	32,7
	Alvenaria	37	97,3
Tipo de Reservatório	Elevado	07	12,7
	Térreo	05	9,1
	Não possui	43	78,8
Tratamento de Água	Possui	20	36,3
	Não possui	35	63,7
Destino dos Esgotos	Fossa seca	34	61,8
	Vala negra	21	38,2
Localização dos Banheiros	Externo	29	52,7
	Interno	25	45,4
	Não possui	01	1,8

Fonte: Pesquisa de Campo, autora, 2010.

Os poços são as principais fontes de abastecimento de água. A coleta é predominantemente feita a partir de bombas manuais (Fig. 1). Verificou-se em um das residências a existência de bomba elétrica mecânica. Em uma das residências há uma cisterna, mas o morador afirmou que a água era salobra e utilizava a água do vizinho. Os moradores entrevistados afirmaram que a água é salobra de coloração amarronzada e sabor desagradável.



Figura 1 – Bomba manual para coleta de água de poço.

Em vinte das cinquenta e cinco residências entrevistadas (36,3%), os moradores afirmaram fazer algum tipo de tratamento na água antes de consumi-la, seja por filtro ou por tratamento com hipoclorito. Nas demais 35 residências (63,7%) os moradores afirmaram não fazerem nenhum tipo de tratamento na água antes de consumi-la.

Em relação ao destino dos esgotos sanitários observamos que em 34 residências (61,8%) existem as fossas secas, onde os esgotos produzidos vão para um grande caixa de concreto, sem revestimento na parte de baixo, para que o solo absorva todos os dejetos. Nos 38,2% restantes, ou seja, 21 residências, os esgotos são lançados na natureza sem nenhum tipo de tratamento formando as chamadas valas negras (Fig.2).



Figura 2 – Vala negra formada por lançamento de esgotos.

Em todas as residências (100%), os moradores entrevistados afirmaram recolherem seus resíduos e queimá-los ao ar livre (Fig. 3). Em algumas residências o resíduo orgânico é separado para servir de adubo às plantas ou alimento para animais.



Figura 3: Resíduos sólidos queimados na Ilha Mem de Sá.

Vinte e cinco residências (45,4%) possuem banheiros internos, e vinte e nove residências (52,7%) possuem banheiros externos. Há uma residência (1,8%) sem banheiro. De forma geral observou-se que as casas de taipa apresentavam banheiros externos sem vaso sanitário, apenas uma abertura no chão, enquanto que as casas de alvenaria com banheiros apresentam vasos sanitários. Destas eram comuns a existência de fossa seca.

Observamos também que em trinta e sete residências (67,3%) o tipo de parede é de alvenaria e em dezoito delas (32,7%) o tipo de parede é de taipa ou barro (Fig. 4). Possuem reservatório de água elevado sete residências (12,7%) das casas entrevistadas; reservatório térreo, cinco residências (9,1%); não possuem reservatório, 43 residências (78,8%).



Figura 4: Casa de taipa na Ilha Mem de Sá.

As visitas, os questionários e as conversas com os moradores mostraram que o principal problema relacionado ao saneamento é a falta de água potável para o consumo humano. Isso não só prejudica a saúde da população, mas também dificulta o desenvolvimento do turismo de forma sustentável.

Há um projeto em andamento para instalação de um grande reservatório e rede de distribuição de água, vinculado ao Ministério das Cidades, mas não foi possível ter acesso ao seu andamento, mas gerou-se expectativa para que isso ocorra em 2011. Recentemente, informou-se que o projeto estava na

PRONESE e que até o final de 2011 deveria ocorrer a perfuração do poço, análise da qualidade da água e capacidade do reservatório.

O destino dos efluentes líquidos é parcialmente resolvido com construções de fossas secas, como é feito em 61% das casas. Entretanto, implica monitoramento da água consumida, verificando se há infiltração do esgoto no lençol freático. Caso apresente coliformes fecais, a modificação para fossas sépticas tornam-se necessárias. As valas negras prejudicam a população através do contato direto com os efluentes sanitários, bem como tornam o espaço mais desagradável aos moradores e visitantes.

Os resíduos sólidos produzidos na ilha são em sua totalidade queimados, pois não há nenhum tipo de coleta pública. A coleta é responsabilidade da Prefeitura Municipal de Itaporanga D'Ajuda, entretanto tal serviço ainda não foi realizado. Moradores afirmaram que já houve articulação de transporte dos resíduos pelos moradores do povoado até um dos "portos", ao lado do ponto de ônibus, muito utilizado para o transporte público até a cidade de Itaporanga. A prefeitura não teria cumprido com o acordo de transportar os resíduos dali. Os moradores consideraram o material depositado ali há alguns dias um risco à saúde das pessoas que transitavam pela localidade e, por isso, eles decidiram recolher e o queimaram na Ilha.

Não foi possível estabelecer contato com a prefeitura para analisar com maior profundidade as razões, dificuldades e responsabilidades do poder público para auxiliar no destino dos resíduos sólidos da Ilha Mem de Sá. A Lei 11.445/2007, Lei Nacional de Saneamento Básico, reconhece implicitamente o município como titular dos serviços de saneamento básico (BRASIL, 2009). No site da Prefeitura há notícia que a coleta é realizada na cidade diariamente de 7 às 17h e nos povoados de segunda a sábado, no mesmo horário (ITAPORANGA D'AJUDA, 2010). Sugere-se aprofundar estas questões para compreender as dificuldades de se cumprir a legislação municipal e aquilo que a própria Prefeitura informa.

As condições das habitações também são um problema, uma vez que 32,7% das casas visitadas são de taipa e apresentam falhas de estruturação, além do risco de abrigarem percevejos transmissores dos protozoários causadores da doença de chagas. Tal risco é ampliado em situações de chuvas. Nesse aspecto, caberia investigar junto aos governos municipal e estadual se Itaporanga D'Ajuda e a Ilha Mem de Sá foram contemplados com investimentos públicos de programas de erradicação das casas de taipa, desenvolvidos no estado.

Observou-se que em toda a ilha há energia elétrica e que todas as casas são atendidas com esse benefício. As contas de energia chegam somente até a outra margem do rio, e fica por conta dos moradores se deslocarem de barco para pegar as correspondências.

Em relação à saúde pública, observou-se que não há posto médico no local, nem tão pouco farmácias. Há uma agente comunitária de saúde. Um médico a mando da prefeitura de Itaporanga vai até a ilha uma vez por mês, onde lá faz várias consultas durante o dia.

Em termos de segurança pública, não há policiamento local, apenas nos período da Festa da Padroeira, no mês de dezembro. No entanto, os moradores demonstraram despreocupação, pois todos na ilha se conhecem e o local acaba se tornando bastante tranquilo e seguro. Cabe à população e ao poder público dimensionar os riscos com o provável aumento do fluxo de visitantes.

Observou-se a inexistência quanto ao abastecimento de bens e serviços como, por exemplo, mercearias ou mercados. Há somente um pequeno bar que só vende bebidas alcoólicas. Na ilha há então um conjunto de residências e não há nenhum tipo de comércio formal.

Na ilha existe uma pequena escola municipal que atende as crianças da comunidade. A Escola Municipal Valdemar Fontes Cardoso que oferece cursos de primeiro ao quinto ano e serve de ponto de apoio aos estudantes que fazem pesquisa na ilha. Os jovens da ilha para frequentarem as aulas precisam se deslocar até a outra margem do rio e pegar um transporte coletivo fornecido pela prefeitura que vai até a cidade de Itaporanga.

## 5. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do projeto foi algo que não só contribuiu para aumentar o conhecimento dos procedimentos científicos de uma pesquisa como contribuiu para a formação pessoal dos pesquisadores.

A percepção é que os moradores da comunidade passaram a observar mais os entraves que a falta de saneamento básico trás pra eles e como isso atrapalha o desenvolvimento do ecoturismo, na medida em que eles sabiam da razão da pesquisa. Eles parecem entender que a aplicação de qualquer tipo de turismo na ilha deve vir acompanhada de melhoria na qualidade sanitária.

Para isso cabe aos moradores maior cobrança política em relação ao saneamento considerando a Lei de Saneamento Ambiental, portanto seria importante reivindicar para que a prefeitura e estado ofereçam serviços necessários para a melhoria das condições de vida da população e porque não, envidar esforços para auxiliar no desenvolvimento da Ilha Mem de Sá.

A Ilha se configura como possível espaço turístico do município de Itaporanga D'Ajuda, seja pelos aspectos culturais e entorno natural, dessa forma, a carência e problemas de saneamento na comunidade não impedem que ocorra visitaçã, mas dificulta estimular o ecoturismo, sem que os entraves tenham sido equacionados. Por outro lado, o interesse da comunidade e o potencial da localidade verificado pelos estudos de turismo podem catalisar articulações em prol das melhorias dessas condições ambientais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ALMEIDA, J. R. et al. **Planejamento ambiental: caminho para participação popular e gestão ambiental para nosso futuro comum: uma necessidade, um desafio**. 2. Ed. – Rio de Janeiro: Thex Ed.: Biblioteca Estácio de Sá, 1999. 180 p.
- ARAGÃO, M. C. O. et al. Relações socioambientais na comunidade pesqueira Mem de Sá, Sergipe. In. **V ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS**, Florianópolis, 2010.
- BARROS, R. T. de V. et al. **Saneamento**. Belo Horizonte: Escola de Engenharia da UFMG, 1995. 221p. (Manual de Saneamento e proteção ambiental para os municípios, 2).
- BRAGA, B. et al. **Introdução à engenharia ambiental: o desafio do desenvolvimento sustentável**. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- BRAGHINI, C. R.; PICANÇO, C. S (Org.). **Projeto: Re-Conhecer Pedra Bonita. Projeto de Extensão do curso Superior de Tecnologia de Sergipe**. Aracaju: IFS, 2009.
- BRASIL. Fundação Nacional de Saúde. **Manual de Saneamento**. 4. ed. rev. – Brasília: Fundação Nacional de Saúde, 2006.
- BRASIL. Ministério das Cidades. Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental. **Programa de Modernização do Setor de Saneamento (PMSS)**. Souza Cordeiro. – Brasília: Editora, 2009. 277p. (Lei Nacional de Saneamento Básico: perspectivas para as políticas e gestão dos serviços públicos; v.3)
- CURADO, F. **Gestão Participativa para o Desenvolvimento Sustentável da Comunidade Ilha Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, Sergipe. Macroprograma 6**. Aracaju-SE: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2008.
- LINDBERG, K.; HAWKINS, D.E. (Org.). **Ecoturismo Um Guia para Planejamento e Gestão**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.
- PIRES, P. S. **Dimensões do ecoturismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPORANGA D'AJUDA. Prefeitura de Itaporanga realiza campanha de conscientização. Notícias. 18/10/2010. Disponível em <http://linux.alfamaweb.com.br/itaporanga/conteudo.ler.php?c=277&sc=951&ct=35416>. Acesso em 16/09/2011.

#### **NOTA**

Agradecemos à Pró-Reitoria de Pesquisa, Inovação e Extensão (PROPEX) pelo apoio no Projeto de Iniciação Científica (PIBIC) que permitiu o desenvolvimento dessa pesquisa.

## ROTEIRO INTEGRADO AMAZONAS – RORAIMA: OPORTUNIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO ESTADO DE RORAIMA.

Iúna Odilair Alves <sup>1</sup> e Érika de Oliveira Lima <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Roraima - Campus Boa Vista e Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Roraima - Campus Boa Vista  
iuna\_alves@hotmail.com – proferikalima@gmail.com

### RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo conhecer a importância do Roteiro Integrado Amazonas – Roraima para o estado, visto que o mesmo possui um grande potencial para a criação de novos produtos turísticos capazes de atender aos mais diversos segmentos turísticos. O Roteiro Integrado Amazonas – Roraima, conhecido como Rota 174 foi criado em 2010 pelo Ministério do Turismo e tem como objetivo integrar produtos turísticos que se complementam em um dos corredores de maiores fluxos turístico do país, sendo capazes de atender a diversos tipos de demanda. A metodologia dessa pesquisa foi realizada através de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Como resultados parciais, percebeu-se o incentivo para a estruturação de potenciais atrativos turísticos que ainda não são explorados e a divulgação e promoção do corredor turístico Amazonas – Venezuela.

**Palavras-chave:** Turismo; Rotas turísticas; Roteiro Integrado Amazonas-Roraima.



## 1. INTRODUÇÃO

A atividade turística encontra-se em expansão devido à grande necessidade do ser humano de se desvincular das atividades rotineiras, desenvolvendo assim o setor econômico e estimulando as relações sociais entre os destinos emissores e receptores.

De acordo com o Departamento Estadual do Turismo - DETUR (2000), o Estado de Roraima possui em seu território um grande potencial para a criação de novos produtos turísticos que atendem aos mais variados públicos, sejam elas de turismo cultural, de lazer e, principalmente, para o ecoturismo pela sua ampla área verde disponível.

Devido a este grande potencial o Estado de Roraima está incluso no Roteiro Integrado Amazonas – Roraima, que consiste em uma rota criada a partir do caminho natural da rodovia BR 174, ao longo de 989 quilômetros, que liga a capital do Estado do Amazonas ao município de Pacaraima, em Roraima, fronteira com a Venezuela, e esta rota foi criada pelo Programa de Regionalização do Turismo no ano de 2010. A criação desta rota deve-se ao grande fluxo de turistas dos Estados envolvidos, que utilizam a rota como acesso ao Caribe, e atenderá aos mais variados públicos, devido a sua variedade de atrativos no decorrer da rota.

O objetivo geral desse artigo é conhecer a importância do Roteiro Integrado Amazonas – Roraima para o estado, visto que o mesmo possui um grande potencial para a criação de novos produtos turísticos capazes de atender aos mais diversos segmentos turísticos.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

De acordo com a pesquisa documental, chegou-se aos resultados parciais discutidos nessa seção.

Constatou-se no decorrer da pesquisa a grande influência que a criação do Roteiro Integrado Amazonas – Roraima exerce no desenvolvimento do turismo no estado, podendo vir a contribuir na geração de renda dos municípios, impulsionando a economia local, melhorando a qualidade de vida dos seus moradores, uma vez que irá gerar um aumento no fluxo turístico dos municípios pertencentes ao roteiro, além de priorizar a utilização de forma sustentável dos atrativos dispostos no decorrer da rota.

Identificou-se também, o incentivo que a rota pode ocasionar na estruturação de potenciais atrativos turísticos que ainda não são explorados, e a divulgação e promoção do corredor turístico Amazonas – Venezuela tornando-o não apenas um corredor de passagem que liga o Estado do Amazonas ao Caribe.

### 3. CONCLUSÃO

O Roteiro Integrado Rota-174 Amazonas e Roraima propõe a organização dos atrativos, equipamentos e produtos associados ao turismo de forma que disponibiliza ao mercado turístico, dispostos em um roteiro da região norte que irá mostrar aos brasileiros um Brasil que muitos não conhecem.

Destaca-se que este estudo ainda será aprofundado com a percepção do *trade* turístico sobre os benefícios do roteiro integrado para o estado de Roraima.

Esse trabalho pretendeu esclarecer a importância do Roteiro Integrado Amazonas – Roraima para o Estado, uma vez que se bem organizado e planejado por todos os envolvidos, poderá ocasionar benefícios diretos e indiretos para os mesmos.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

AUCILINO, Madalena Pedroso. Turismo e estâncias: impactos e benefícios para os municípios. São Paulo: Futura, 2001.

BARRETO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. 14ª Campinas – São Paulo: Papyrus, 2005.

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. – 7ª Ed. São Paulo: SENAC, 2002.

\_\_\_\_\_, Mário Carlos. Globalização do turismo: Mega tendências do setor e a realidade brasileira. 2ª São Paulo: Aleph, 2003 (turismo).

FÚSTER, Fernandez L. Teoría y técnica del turismo. Madrid – España: Editora Nacional, 1974.

Governo do Estado do Espírito Santo. Disponível em: <[http://www.es.gov.br/site/turismo/rotas\\_turisticas.aspx](http://www.es.gov.br/site/turismo/rotas_turisticas.aspx)>. Acesso em: 17.Fe.2011.

Introdução ao Turismo / Direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodriguez Corner. – São Paulo : Roca, 2001.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. Turismo: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.

Ministério do Turismo. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/programas\\_acoes/regionalizacao\\_turismo/65destinos.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/65destinos.html)>. Acesso em: 17.Fev.2011.

65 destinos indutores do turismo. Disponível em:< <http://www.65destinos.com/> >. Acesso em: 17 Fev 2011.

PAULA, Jefferson de; BASTOS, Lia Caetano. FOTOINTERPRETAÇÃO APLICADA NA OTIMIZAÇÃO DE ROTAS TURÍSTICAS. Florianópolis. Disponível em:<[http://www.google.com.br/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.selper.org%2F%2Fselper2002%2Fselper%2Farticulos%2F057.pdf&ei=pc5dTdeCoTPgAeQjbGqDQ&usq=AFQjCNHIGTiYU65ldVrEzKdGzcXbSNeiQ&sig2=ccQUYjw3jufe\\_MROFqa8dA](http://www.google.com.br/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.selper.org%2F%2Fselper2002%2Fselper%2Farticulos%2F057.pdf&ei=pc5dTdeCoTPgAeQjbGqDQ&usq=AFQjCNHIGTiYU65ldVrEzKdGzcXbSNeiQ&sig2=ccQUYjw3jufe_MROFqa8dA)> Acesso em: 17 Fev.2011.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. 4 ed. Campinas: Papyrus, 1999. 199 p.

TORRE, Oscar de La. El turismo fenómeno social. México: fondo de cultura econômica, 1994.

## PROPOSTA METODOLÓGICA DE IDENTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO POTENCIAL DE ESPAÇOS RURAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE BOQUIM-SE A PARTIR DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DA CITRICULTURA

João Luiz Santana Brazil<sup>1</sup>; Beliene Batista dos Santos<sup>2</sup>; Cristiano Souza Ferreira<sup>3</sup>; Jaime José da Silveira Barros Neto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju – email: joão.s.brazil@hotmail.com; <sup>2</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju – email: bebelapaty\_17@hotmail.com; <sup>3</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju – email: nano.eco@hotmail.com; <sup>4</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju – email: jaimesbn@gmail.com

### RESUMO

O Turismo Rural surge no Brasil na década de 80 como uma atividade alternativa de promover o desenvolvimento rural, através da revitalização econômica e social dos territórios rurais, da valorização dos patrimônios e produtos locais, além do importante papel que pode desempenhar na conservação do meio ambiente e na gestão da diversidade das paisagens de espaços agrários. O Município de Boquim-SE se destaca em atividades agrárias relacionadas à citricultura e propriedades sensíveis a associação desta atividade ao Turismo Rural. No entanto a maior dificuldade está em definir estratégias para diagnosticar município e até mesmo propriedades rurais com potencial para o desenvolvimento do turismo rural. Portanto, no Estado de Sergipe seu planejamento ainda é incipiente, realizado pelos municípios e pelas próprias propriedades rurais que têm interesse em desenvolvê-lo. Desta forma, propõe-se desenvolver um roteiro metodológico que possibilite identificar e qualificar o potencial de espaços rurais para o desenvolvimento do turismo rural em 2 escalas espaciais (municipal e de propriedade rural) tendo como estudo de caso o município de Boquim-SE a partir do Arranjo Produtivo Local da Citricultura. O procedimento metodológico foi estruturado em quatro etapas envolvendo a elaboração de um roteiro metodológico de avaliação do potencial de turismo rural, desde o nível municipal até o local, representado por uma propriedade rural. Tais procedimentos serão realizados seguindo uma hierarquia de escalas e uma sequência crescente de detalhamento dos indicadores utilizados a cada etapa, identificando as áreas mais propícias onde devem ser investidos esforços de planejamento para desenvolver o turismo rural no município garantindo, dessa forma, a criação de oportunidades para o desenvolvimento econômico e social, além disso, proporcionando uma melhor qualidade de vida para a população local.

**Palavras-chave:** Turismo Rural, Planejamento Turístico, Arranjo Produtivo Local, Citricultura.

## 1 INTRODUÇÃO

Durante muitos anos o desenvolvimento rural foi identificado com o setor agrícola, mantendo estreita relação com a difusão do progresso técnico e com a eficiência dos sistemas de produção. Contudo, essas relações de produção e trabalho no meio rural passam por transformações, como a intensificação da globalização e modernização da agricultura, inviabilizando técnica e economicamente muitas das pequenas propriedades rurais (CAVACO, 2001).

Nesse processo, as atividades agrícolas vêm enfrentando problemas, como a desagregação das formas tradicionais de articulação da produção e uma desvalorização gradativa em relação a outras atividades, levando à busca de novas fontes de renda que gerem a dinamização econômica dos territórios rurais.

Essa situação tem propiciado a revalorização do modo de vida e o surgimento de novas funções econômicas, sociais e ambientais no espaço rural. Para Brasil/MTUR (2008) [...] “o agricultor, aos poucos, deixa de ser somente um produtor de matéria-prima e descobre a possibilidade de desenvolvimento de atividades não-agrícolas, de modo a garantir sua permanência no campo”.

Dessa forma, o Turismo Rural propicia o contato direto do consumidor com o produtor que consegue vender, além dos serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, produtos in natura (frutas, ovos, verduras) ou beneficiados (compotas, queijos, artesanato). Assim, para o MDA (2004): [...] “obtem-se melhor preço e qualidade dos produtos para o turista e maior renda para o produtor”.

O Estado de Sergipe ocupa a terceira colocação no ranking nacional de estados produtores, tendo como carro chefe a produção de laranja pêra, que tanto tem a destinação da fruta in natura para o mercado nacional, bem como do suco de laranja concentrado para o mercado nacional e internacional onde esse produto ocupa na pauta de exportações o principal produto gerador de divisas para o estado, mercado esse que é liderado pelo Brasil.

O município de Boquim, Estado de Sergipe, devido a sua história relacionada à citricultura foi o palco escolhido para dar início a essa proposta, no qual, pode vir a ser uma solução para esse problema que aflige essa localidade, que reúne as condições diversificadas de relevo, de atividades humanas, de beleza natural, de existência de recursos naturais, de desenvolvimento de atividades agrícolas e agroecológicas, através do arranjo produtivo local da citricultura.

Assim, criando subsídios a sua implantação dentro dos princípios da sustentabilidade, além do aumento da produtividade, da renda do proprietário rural e conservação dos recursos naturais, evidencia-se a necessidade de realizar o planejamento estratégico e desenvolvimento sustentável do Turismo Rural no município de Boquim-SE, a partir da criação de uma metodologia de identificação e seleção de espaços rurais ao desenvolvimento dessa atividade. Sendo esta a dificuldade maior em definir estratégias para diagnosticar municípios e até mesmo propriedades rurais com potencial para o desenvolvimento do turismo rural, pois, percebemos que os métodos existentes são insuficientes e imprecisos.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 Turismo Rural

A palavra turismo surgiu no século XIX, porém a atividade existe desde as mais antigas civilizações. Do ponto de vista da geografia, é possível relacionarmos o turismo com conceitos vinculados ao saber geográfico (como natureza, paisagem, lugar e território). O turismo no mundo tem sido uma alternativa econômica, onde se apropriam dos espaços e recursos naturais existentes, encaminhando assim conflitos e desordens, mudanças e permanências. A busca de lazer e repouso em locais que não sejam o domicílio habitual do interessado constituem fatores que estão ocasionando um crescimento do turismo, modificando o espaço geográfico.

O Turismo Rural é uma atividade recente no Brasil. Consta que a primeira iniciativa oficial ocorreu em Lages – SC há cerca de 30 anos (PORTUGUEZ, 2002). O sucesso obtido por produtores que passaram a

desenvolver a oferta de serviços em suas propriedades, aliada à produção, logo despertou interesse em outras regiões, observando-se atualmente o crescimento significativo da atividade de Norte a Sul no país.

O Turismo Rural é um dos segmentos que vem crescendo no Brasil e no mundo, vem a fim desenvolver a cultura e as tradições da comunidade tendo em base a produção e venda e uma maior interação da comunidade com o desenvolvimento local.

Segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT, 1999), o Turismo Rural cresce a cada ano no mundo, e atualmente responde por 30% do faturamento no setor. O Brasil ocupa na América Latina o terceiro lugar em número de estabelecimentos e o segundo em número de leitos disponíveis no campo (Vannuchi e Vilas, 2004). Atualmente é possível identificar iniciativas em diversos estados brasileiros, com destaque para Santa Catarina, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal (SEBRAE, 2004).

A conceituação de Turismo Rural adotada pelo Ministério do Turismo, citado Ministério de Desenvolvimento Agrário, fundamenta-se em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade. Com base nesses aspectos, define-se que:

O Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (BRASIL/MDA, 2004).

O Turismo Rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística no meio rural. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os costumes, as festas, os “causos”, a gastronomia etc.), e primar pela conservação do ambiente natural, da paisagem e cultura (o artesanato, a música, a arquitetura etc.).

Beni (2002) conceituou o Turismo Rural como: [...] “o deslocamento de pessoas para espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas”.

Novaes (2004) apresenta a definição de turismo rural da Organização Mundial do Turismo (OMT), que destaca o turismo como atividade complementar e integrada à agropecuária:

O Turismo Rural refere-se a lugares em funcionamento (fazendas ou plantações) que complementam seus rendimentos com algumas atividades turísticas, oferecendo geralmente alojamento, refeições e oportunidades de adquirir conhecimentos sobre as atividades agrícolas (2004, p. 05)

### **2.1.1 Segmentação do Turismo e os Efeitos do Turismo Rural**

Atividade econômica e dinâmica por excelência, o turismo sofre mudanças e inovações constantes, em função de novas exigências da demanda e da contínua e acirrada competitividade dos mercados.

Um dos pontos importantes a considerar na perspectiva do desenvolvimento local refere-se ao aproveitamento das especificidades de cada localidade ou território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades. (CAMPANHOLA e SILVA, 2000).

Deve-se, assim, explorar o específico, os chamados “nichos”, diferentemente do que é preconizado no turismo de massa, que tende a homogeneizar os produtos e a concentrar-se em determinados locais. O turismo no meio rural deve ser uma atividade essencialmente difusa, diretamente relacionada com aspectos ambientais e com especificidades inerentes a cada local.

Além desse benefício direto, o turismo rural pode ser visto como importante instrumento para a interiorização do turismo, difusão de conhecimentos e técnicas das ciências agrárias, diversificação dos pólos turísticos, diminuição do êxodo rural, promoção de intercâmbio cultural, sensibilização para a importância da conservação dos recursos naturais e para promover o reencontro dos cidadãos com suas origens.

### **2.1.2 A Vocação do Estado de Sergipe para o Turismo Rural**

Estado de Sergipe, além de uma Capital moderna, possui rico acervo cultural resultante da mesclagem das influências dos índios, negros, portugueses, franceses e holandeses, refletidos nas cidades históricas, nas festas, no artesanato. Possui ainda praias quase inexploradas e outras já bastante conhecidas, serras, grutas e cachoeiras na região Central e Sul do Estado, canyons no reservatório do Xingó, além do Pantanal Nordestino, de beleza singular. Possui culinária rica e variada e um povo alegre e hospitaleiro.

Esses atrativos representam significativo potencial turístico e compõem a Oferta Turística do Estado que pode induzir as pessoas a visitarem as diversas regiões. O diagnóstico identifica os principais atrativos e fatores ligados ao turismo, organizando-os segundo a ocorrência nos municípios.

Com base no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, aonde é possível entender que como um macroprograma de Regionalização do Turismo que propõe a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no País e se constitui no referencial da base territorial do Plano Nacional de Turismo, podemos analisar as ações dessa política pública de turismo sobre os territórios sergipanos e identificar, a partir de suas características, os municípios indutores em cada município em questão.

Em Sergipe, o PRT aparece para dar continuidade e aumentar o alcance das ações, incentivando a participação e a criatividade de cada região turística. Integrar os municípios de uma região é a melhor maneira de incluir esses municípios nos lucros trazidos pelo turismo. (SERGIPE, 2009).

A implantação do PRT, iniciada em 2004, foi estruturada para atender os cinco Pólos ou regiões turísticas do Estado – Costa dos Coqueirais, Velho Chico, serras sergipanas, tabuleiros e Sertão das Águas, a partir das diretrizes políticas e operacionais do Programa: gestão políticas descentralizada, coordenada e integrada, baseada nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersetorial e interinstitucional e sinergia nas decisões. (SERGIPE, 2009)

### **2.1.3 Bases para o Desenvolvimento do Turismo Rural**

Uma das tendências na segmentação do turismo é o surgimento de grupos de turistas, que procuram lugares onde os habitantes vivam de maneira diferente da sua e a paisagem apresente características próprias, tanto naturais como culturais. Assim, surge o Turismo Rural que reside no modo de vida da população rural. Deste modo, [...] se faz necessária a identificação e estímulo aos elementos que o caracterizam como a cultura local materializada nos costumes, causos, dialetos, músicas típicas, a culinária, a forma de cultivar, etc. (BRASIL/MTUR, 2003).

O desenvolvimento do Turismo Rural deve ser:

- De iniciativa local;
- De gestão local [desenvolvimento local];
- De impacto local;
- Marcado pelas paisagens locais;
- Valorizador da cultura local (BRASIL/MTUR, 2003).

Como sua prática se dá, em maioria, em empreendimentos de pequeno porte, para que os benefícios desse tipo de turismo possam ser apropriados pela comunidade local, é fundamental a formação de parcerias sob as bases associativas e solidárias, utilizando-se como estratégia a roteirização, além da

cooperação entre os diversos agentes potencializando a chance de envolvimento e de participação do poder público na solução de problemas, especialmente na melhoria da infra-estrutura básica, no fomento e na promoção.

Um dos pontos em destaque encontra-se na Gestão e Desenvolvimento local que acima de tudo é uma prática política. Ao mobilizar as forças ativas da sociedade local, potencializando o capital social dos diferentes atores sociais que interagem na produção da vida e nas relações sociais entre os membros de uma determinada comunidade, o localismo, assim conformado, teria plenas condições de impulsionar um processo de desenvolvimento baseado na descentralização e na cooperação solidária, cujos resultados seriam: maior democratização social, participação popular, justiça social, vitalidade econômica e, por fim, redundar em desenvolvimento regional. (YAÑEZ, 1998).

O Desenvolvimento Local vai além do crescimento econômico de determinada região. Essa nova perspectiva abrange também elementos sociais, culturais, morais na composição do desenvolvimento de uma localidade. Isso não significa que se deve descartar a abordagem econômica, deve-se ir além, e considerar os demais componentes do ambiente. Dessa forma, o desenvolvimento deve refletir o progresso da sociedade como um todo, em suas múltiplas dimensões e não apenas na dimensão econômica (MARTINELLI e JOYAL, 2004).

## 2.2 Indicadores de Sustentabilidade

A sustentabilidade aparece como conceito associado ao estabelecimento de limites ao crescimento, no início dos anos 70 do século XX. As primeiras formulações surgem ligadas ao aparecimento do movimento ecologista, aparecendo termos como ecodesenvolvimento, crescimento orgânico, crescimento zero, etc. As preocupações estavam centradas, essencialmente, em estabelecer limites ou mesmo travar os efeitos negativos do desenvolvimento (MONJARDINO, 2005).

O conceito é enxuto e de fácil entendimento, o que não se sabe e se na prática a população atual está preparada para lutar por um mundo mais sustentável. Os rios, as matas, os oceanos todos pedem socorro. A economia exala na atmosfera por dia centenas de gases poluentes capazes de reproduzir um aquecimento exagerado levando ao derretimento das geleiras e a elevação dos rios, provocando assim, grandes catástrofes de valor incalculável. Milhões de hectares de terras são destruídos para a criação de gado e derrubadas de árvores em favor de uma economia insustentável. A problemática ambiental, não é um caso isolado, é vivido em todas as esferas, seja ele, social, econômico e político, é dever de toda a sociedade lutar por um meio mais saudável.

Nas propriedades rurais os impactos não se diferem do que são encontrados no restante do mundo, a conservação do espaço físico e natural contribui para o fortalecimento de uma comunidade mais saudável. É e na própria comunidade que tem que haver uma interligação entre a população, o poder público e o meio em que se vive. O cuidado com a terra, a conservação dos recursos naturais e culturais contribuem para que seus membros passem a ter uma vida, produtiva e agradável.

Um indicador é, antes de mais, uma variável que pode tomar diversos valores (quantitativos) ou estados (qualitativos); estes valores ou estados podem ser medidos diretamente mas, na maior parte dos casos, resultam da análise e processamento de informação de base. Por vezes, este processamento pode atingir um maior grau de complexidade, através de agregações e combinações, dando origem a índices (MONJARDINO, 2005).

De acordo com o IBGE (2000, p.10) indicadores “são ferramentas constituídas por uma ou mais variáveis que, associadas através de diversas formas, revelam significados mais amplos sobre os fenômenos a que se referem”. Daí a importância de se trabalhar com as quatro dimensões (econômica, ambiental, social e institucional).

Os indicadores da sustentabilidade local devem ser mais abrangentes do que os indicadores tradicionais que abordam aspectos genéricos comuns à maioria das cidades e grandes regiões. Devem estar organizados de forma que reflitam os temas e as necessidades endógenas dos ambientes envolvidos na escala pesquisada, não só os econômicos, sociais, institucionais e ambientais, mas também os culturais,

territoriais, políticos, ecológicos e os demais que forem necessários. Precisam mostrar as ligações e as interações entre os diversos setores a serem avaliados e monitorados regional e localmente, e estar integrados entre si (MARZALL, 1999).

A metodologia a serem atingidos deve estar bem delineados, as propostas para sua consecução devem ser compatíveis com as possibilidades e os recursos humanos, tecnológicos sociais, ambientais, territoriais, institucionais e econômicos da região.

A proposta metodológica deverá estar claramente definida. Em relação a isso, um primeiro ponto a considerar é que (...) não se observa realmente a preocupação com enfoque sistêmico nas propostas apresentadas, este entendido como uma abordagem global dos sistemas, com ênfase nas relações e interações que ocorrem entre os diversos componentes. As análises, mesmo relacionando indicadores que caracterizam diferentes dimensões, concentram-se geralmente nos elementos, não em suas interações. A tendência é de se usar indicadores que já são consagrados por seu uso, apenas adaptando-os a uma nova linguagem. (MARZALL e ALMEIDA, 1999, p. 05).

### 3 METODOLOGIA

O procedimento metodológico será estruturado em quatro etapas envolvendo a elaboração de um roteiro metodológico de avaliação do potencial de turismo rural, desde o nível municipal até local, representado por uma propriedade rural. Tais procedimentos serão realizados seguindo uma hierarquia de escalas e uma sequência crescente de detalhamento dos indicadores utilizados a cada etapa, identificando as áreas mais propícias onde devem ser investidos esforços de planejamento para desenvolver o turismo rural. A estrutura metodológica adotada neste trabalho foi desenvolvido a partir de uma série de etapas, descritas a seguir.

Na primeira etapa realizou-se um levantamento documental em livros, revistas, estudos, internet e etc. Além disso, representações cartográficas do espaço estudado disponibilizado pela Secretaria de Estado do Planejamento (SEPLAN) e dados da Prefeitura de Boquim/SE em relação ao desenvolvimento do turismo na localidade.

Na segunda etapa será analisado a situação do município de Boquim-SE para atividade do Turismo Rural, para diagnosticar os seguintes aspectos: (i) elaboração do inventário da oferta turística; (ii) estudo do mercado turístico dimensionando a demanda atual e futura turística; (iii) diagnóstico da situação ambiental, econômica, sociocultural e político-institucional do município para o desenvolvimento do Turismo Rural, através do levantamento dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças.

Na terceira etapa será elaborado o roteiro metodológico para avaliação do potencial para o Turismo Rural em nível municipal para a seleção e levantamento dos indicadores social, ambiental, econômico e turismo. Para identificação das áreas com maior potencial para o Turismo Rural dentro do território do município que servirão de referencia para a seleção da propriedade rural.

Na quarta etapa será aplicado o roteiro metodológico para avaliação do potencial para o Turismo Rural em nível de propriedade rural selecionando os indicadores em nível local, reconhecendo os atributos do turismo rural na propriedade rural para obtenção do cenário especializado do potencial para o Turismo Rural nas propriedades.

O estudo deve ser norteado através de assertivas para promover turismo rural, que serviram de base para a realização dessas etapas, relacionadas, a seguir, em ordem de importância:

- a) As atividades agrícolas tradicionais e adequadas à capacidade de uso do solo deverão ser mantidas como atividade econômica principal, sendo o turismo rural a segunda opção de renda;
- b) Deve-se incentivar o turismo como incremento econômico e não como substituto da atividade agropecuária;



- c) O desenvolvimento do Turismo Rural deve garantir a conservação dos recursos naturais e culturais;
- d) A participação do turista deve ser ativa e junto ao processo produtivo da propriedade rural;
- e) Deve-se dar estímulo a prática do turismo brando, evitando “turismo de massa”;
- f) Objetiva-se a manutenção das famílias no campo e o respeito à identidade cultural;
- g) O desenvolvimento das atividades agrícolas deve sempre se dar fora das áreas de preservação permanente, de fragmentos de vegetação natural em bom estado de conservação ou qualquer núcleo patrimonial;
- h) As propostas ao desenvolvimento do turismo rural devem atentar para os princípios da prevenção a impacto e recuperação ambiental do meio rural;
- i) As atividades agroturísticas devem conduzir a um processo de educação ambiental;
- j) Deve-se garantir a diversificação de alternativas regionais;
- k) Deve-se estimular a criação de circuito histórico cultural-agrícola-natural.

## 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 4.1 Processo Histórico de Formação e Ocupação de Boquim/SE

A formação histórica do município de Boquim se inicia a partir de uma povoação denominada Lagoa Vermelha, situada às margens do rio Piauí, a dez quilômetros aproximadamente da atual sede municipal. Esta povoação fazia parte da Freguesia de Nossa Senhora da Piedade, atual município de Lagarto. Em 1835, através da Resolução Provincial Nº 417, de 24 de abril, a povoação foi elevada à condição de Freguesia, tendo como padroeira Nossa Senhora Santana. Naquela época, as atividades econômicas estavam ligadas à cana-de-açúcar, havendo nas redondezas vários engenhos. (PDDUA, 2006).

A Resolução Provincial Nº 462, de 20 de fevereiro de 1857, elevou a freguesia à condição de Vila, no entanto a insalubridade do local onde se assentava a povoação provocou muitas doenças que vitimaram os moradores.

O lugar escolhido foi um sítio de clima bem saudável que era chamado povoado Boquinha da Mata, por ficar na entrada de uma mata densa e verdejante. Atitude aprovada pelo vigário Manoel Nogueira Cravo, pelo coronel José Batista que já havia construído sua residência no local, pelo Major Venâncio da Fonseca e por Antonio Araújo. (SANTOS, 2002, p.18)

Em 21 de março de 1870, através da Resolução Nº 836, a sede municipal transferiu-se para esse povoado chamado Boquinha da Mata. A nova localização trouxe impulso ao crescimento da Vila que, em 30 de abril de 1881, foi elevada à condição de termo de Comarca, através da Resolução Provincial Nº 1180. No entanto, em decorrência de dificuldades financeiras, só foi instalada em 18 de dezembro de 1884. Com a Proclamação da República e com a constituição dos Conselhos de Intendências, em 9 de janeiro de 1890, foi nomeado o Conselho de Intendência de Boquim. (PDDUA, 2006).

Em 1913, foi construída, ocupando parte do território boquinense, a ferrovia da Viação Férrea Federal, ligando Sergipe à Bahia. Assim, as atividades comerciais no município foram mais intensificadas, pois a ferrovia criou uma nova possibilidade de contatos com outros locais do Estado de Sergipe e da Bahia (BATISTA, 2009).

As primeiras atividades econômicas que predominaram na cidade e que foram importantes para sua sobrevivência estavam ligadas à agricultura, com a plantação de

cana-de-açúcar e à pecuária com a criação de gado. Depois vieram as plantações de algodão. E, assim, essas atividades fizeram Boquim ir crescendo. Nos dez primeiros anos do séc. XX, a vida do município se enriqueceu ajudada pela ligação que mantinha com a capital de Aracaju, através da Viação Férrea Leste Brasileira. (SANTOS, 2002, p.19).

Em 1938, através do Decreto Nº 69, de 28 de março, a Vila de Boquim foi elevada à categoria de Cidade. Posteriormente, em 1944, o município deixou de pertencer à Comarca de Lagarto sendo transferido para Itabaianinha e, em 1957, transferiu-se para a Comarca de Estância. A partir de outras reestruturações administrativas do Poder Judiciário, Boquim passou a ser sede de Comarca, desligando-se da Comarca de Estância, transformando-se em sede de comarca.

Sobre o município de Boquim ressalta-se que, se for levado em conta seu desempenho no contexto socioeconômico, o papel exercido pela agricultura só tomou impulso após a introdução da citricultura da laranja, como relata Santos (2002, p.27) em seus estudos sobre a citricultura buquinense:

antes da produção de laranja em larga escala, praticava-se em Boquim uma agricultura tipicamente rudimentar. [...] A chegada da laranja desperta nos agricultores o interesse pela modernização da agricultura em função do produto começar a ser vendido por um bom preço e gerar lucros. Assim, a produção da laranja começa a desenvolver-se, sobretudo, a partir da década de 1960, substituindo os produtos anteriormente cultivados, de forma a tornar-se o produto principal da economia local (SANTOS, 2002, p. 27).

A citricultura, centrada na laranja, passa a ser base da economia do município a partir da segunda metade do século XX. E esta situação vai se projetar para toda região Centro-sul do Estado, acontecendo também em outros municípios das proximidades de Boquim que a utilizavam como orientação agrícola. Wanderley (1988) ressalta esse período de expansão territorial entre os anos 1970 a 1985.

No entanto, na década de 1990, a crise que se generalizou na citricultura afetou a produção, e esteve associada a vários problemas, tais como envelhecimento dos pomares, concorrência de outras áreas produtoras, fragilidade das políticas públicas, afetando assim a economia municipal e também a regional. Diante dessas dificuldades enfrentadas têm estimulado aos produtores buquinenses na busca de alternativas para superar a crise.

#### **4.2 Características Geoespaciais do Município de Boquim/SE**

Com base em informações obtidas na produção de textos que focalizaram Boquim-SE como objeto de estudo, e a partir da contribuição dos dados registrados pelo Diagnóstico do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental do referido Município (PDDUA, 2006) e dos Censos do IBGE, pode-se caracterizar o município de Boquim realizando uma leitura territorial necessária à contextualização da área de estudo.

Localizado no sul do Estado de Sergipe, Boquim, segundo IBGE (2007), ocupa uma área de 214,57 km<sup>2</sup>, com os seguintes limites: norte e noroeste com Lagarto, leste com os municípios de Salgado e Estância, sudeste com Arauá, ao sul com Pedrinhas, e oeste com Riachão do Dantas.

O município em estudo faz parte da microrregião de Boquim, composta pelos municípios de Salgado, Boquim, Pedrinhas, Itabaianinha, Arauá, Cristinápolis, Tomar do Geru e Umbaúba, os quais integram a Mesorregião Leste Sergipano e dista de Aracaju 82 km por rodovia, através das BR-101 e SE-102. O sistema viário de acesso à Boquim é composto principalmente por duas rodovias estaduais: SE-102 e SE-318, que fazem ligações com as estradas municipais que comunicam os povoados à sede. De acordo com os dados fornecidos pelo PDDUA (2006), a microrregião de Boquim ocupa 1.890,87 km<sup>2</sup> e no ano 2007 contava com 142.815 habitantes, o que correspondia a 7,98 % da população estadual.

Em relação ao tamanho dos imóveis rurais ressaltam-se as informações do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA (2003) nas quais se observa que a concentração de terras se faz presente no município de Boquim. Embora não se registrem grandes propriedades, os maiores, isto é,

aquelas com área entre 100 e menos de 1.000 hectares, são apenas 24, representando 1,53% do número total, entretanto, ocupam 42,19% da área, enquanto os imóveis de menos de 10 hectares correspondem a 86,0% do número total ocupam apenas 19,98% da área.

Os resultados preliminares do Censo Agropecuário (2006) realizado pelo IBGE demonstram a continuidade do processo de minifundização, pois estão registrados que já existem 2.083 estabelecimentos agropecuários de pequeno porte somando uma área de 12.758 Hectares. Dessa área total de estabelecimentos de pequeno porte, 8.579 hectares foram identificados como área de pastagens naturais relativos à soma da área de 493 estabelecimentos. Ressalta-se que as lavouras somam uma área menor que a pastagem, na qual está inserido um número maior de proprietários. Nessa área de lavoura, segundo o IBGE (2004), são produzidos principalmente laranja, maracujá, tangerina, banana, coco-da-baía, mandioca, batata-doce, amendoim e fumo.

A zona Rural do município conta com 25 povoados, em sua maioria localizados na porção sul, em torno da sede municipal, onde predominam as atividades de lavoura desenvolvidas em pequenas e médias propriedades. Dentre os povoados destacam-se: Mangue Grande e Nova Descoberta, no extremo norte; Colônia Boquim, na parte central do município; Cabeça D'Antas, Varjão e Alfavaca, mais ao sul; além de outras pequenas localidades, como por exemplo, Miguel dos Anjos, Três Irmãos e Olhos D'água bem próximos à sede municipal.

Para Araújo (2006), o clima é o mais importante componente do sistema ambiental físico natural, pois, o resultado da sua configuração se expressa como um elemento definidor de um lugar. Assim, Oliveira (2007), afirma que o clima no Estado Sergipe obedece aos controles físicos comuns dos climas tropicais, com temperaturas médias elevadas, apresentando um diferencial no volume de precipitação. A hidrografia do município apresenta como principal rio o Piauí cuja bacia hidrográfica é a segunda maior de Sergipe. Apesar dessa situação, o PDDUA (2006, p.49) ressalta que o potencial de utilização das águas superficiais do município de Boquim é extremamente limitado, tanto em termos de quantidade quanto de qualidade.

De acordo com o PDDUA (2006), o município de Boquim insere-se em uma área formada geomorfologicamente pelos Tabuleiros Costeiros e pelo Pediplano Sertanejo. Portanto, para Oliveira (2007, p.83), geomorfologicamente, o município de Boquim caracteriza-se por um relevo pouco acidentado, com altitudes modestas e declives suaves, não exercendo influência significativa nas condições climáticas locais, que sofrem mesmo os efeitos da continentalidade. Essa característica do relevo do município pode ser considerada como aspecto favorável a utilização agrícola, ao manejo do solo, a mecanização, bem como a minimização da potencialidade do escoamento superficial e dos processos erosivos, muito embora estes estejam relacionados também a outros fatores, como manejo do solo, a cobertura vegetal natural, que na área em estudo encontra-se quase que totalmente extinta.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A proposta da criação de uma metodologia de identificação e qualificação no espaço rural para o planejamento, organização e gestão do Turismo Rural servirá de base inicialmente aos pesquisadores como uma ferramenta tecnológica importante no desenvolvimento de suas pesquisas já que existem poucas propostas neste contexto integrando indicadores geográficos, agrários e turísticos sob premissas de conservação ambiental.

O IFS ganhará respaldo acadêmico e intelectual com a proposta na área de Turismo Rural por ser uma entre poucas Instituições de Ensino Superior em Turismo que trabalham e direcionam suas pesquisas a esse segmento. Assim, é possível com resultado final desse trabalho patentear a proposta metodológica tendo seus direitos resguardados a instituições e seus autores.

A metodologia a ser desenvolvida no município de Boquim/SE em desenvolver o Turismo Rural a partir da APL da citricultura orientara demais municípios na identificação de suas potencialidades ao desenvolvimento do Turismo rural, bem como direcionará suas ações públicas a atividade. Tal proposta proporcionará um melhor aproveitamento do potencial municipal e de uma propriedade rural, além de

um reordenamento territorial mais adequado, demonstrando a sociedade que se o espaço for planejado e ordenado de forma organizada poderá promover um turismo rural sustentável.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Hélio Mário de. Elementos componentes do sistema ambiental físico de Aracaju. In: ARAÚJO, H. M. de; VILAR, J. W. C.; WANDERLEY, L. de L.; SOUZA, R. M. e (Orgs). **O ambiente urbano: visões geográficas de Aracaju**. São Cristóvão: Departamento de Geografia da UFS, 2006.

BATISTA, Jânia Reis. **A produção de Flores e plantas ornamentais e mudança na agricultura em Boquim – SERGIPE**. 2009. Tese (Mestrado em Geografia) – Nucleo de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2009.

BENI, M. C. **Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo**. In: BARRETTO, Margarita e TAMANINI, Elizabeth. (Org.). Redescobrimo a ecologia no turismo. Caxias do Sul: EDUCS, p. 31-34, 2002.

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Cartilha de orientação ao agricultor familiar: Turismo**. Ministério do Desenvolvimento Agrário/Rede TRAF, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo rural no Brasil**. Brasília: 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Rural: orientações básicas**./ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

CAMPANHOLA, Clayton; SILVA, José Graciliano da. **O Agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro**. In ALMEIDA, Joaquim Anécio (org.). Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: EDUCS, 2000. Coleção Turi.

CAVACO, Carminda. Turismo, Comércio e Desenvolvimento Rural. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio. RIEDL, Mário. (orgs) **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento**. Bauru (SP): Edusc, 2001.

IBGE. **Censo Demográfico do Brasil**. Rio de Janeiro, 2000.

IBGE. **Caracterização do Setor Produtivo de Flores e Plantas Ornamentais no Brasil 1995-1996**. Estudos e Pesquisas, Informações Econômicas. Rio de Janeiro, n.2, 2004.

IBGE. Contagem da População. 2007. Disponível em: [www.ibge.gov.br/cidades](http://www.ibge.gov.br/cidades). Acesso em: 20 de agosto de 2011.

MARTINELLI, D.P., JOYAL, A.; **Desenvolvimento Local e o Papel das Pequenas e Médias Empresas**. 1ª edição; Editora Manole; Barueri; 2004.

MARZALL, Kátia. **Indicadores de sustentabilidade para agroecossistema**. Dissertação apresentada para obtenção do Grau de Mestre Fitotecnia Universidade Federal de Santa Maria, nov. 1999, Santa Maria/RS.

MARZALL, Kátia e ALMEIDA, Jalcione. **O estado da arte sobre indicadores de sustentabilidade para agroecossistema**. Seminário Internacional sobre Potencialidade e Limite do Desenvolvimento Sustentável, painel “Indicadores de Sustentabilidade”. Universidade Federal de Santa Maria, nov. 1999, Santa Maria/RS. Disponível em: [HTTP:// WWW.ufrgs.br/pgdr/textosabertos](http://WWW.ufrgs.br/pgdr/textosabertos). Acesso em: 21 de agosto de 2011.

MONJARDINO, Isabel C. Correia. **Indicadores de Sustentabilidade do Turismo nos Açores: o papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao Turismo na Região**. 2005

NOVAES, Carla A. 2004. **Turismo rural e agroturismo diferenciado de turismo em espaço rural: uma proposta.** In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 4, 2004, Joinville. Anais... Joinville: IELUSC, (CD ROM).

OLIVEIRA, Maria Orlanilza F. de. **Sustentabilidade ambiental da citricultura no Município de Boquim-SE.** Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2007.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible.** Madri, 1999.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e Desenvolvimento Regional.** Edição Nº 2ª, Editora: HUCITEC, 2002.

SALVATI, L.E. **Turismo responsável – Manual para políticas públicas.** Brasília: WWF Brasil, 2003. Prefeitura Municipal de Boquim. PDDUA - Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental. **Diagnóstico e Relatório Final.** Boquim-SE, 2006.

SANTOS, Valdevânia Freitas dos. **Citricultura boquinense: contradições e descaminhos.** Monografia (Graduação em História). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2002.

SEBRAE. **Turismo rural no Distrito Federal e Entorno.** Brasília, 2004, 100p

SERGIPE, Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia e do Turismo. Empresa Sergipana de Turismo. **Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Sergipe 2009 – 2014** - Aracaju: SEDETEC/EMSETUR, 2009. (Convênio Ministério do Turismo/Sociedade do Gangaço nº 963/2007). 100p.

SERGIPE, Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia e do Turismo. **Empresa Sergipana de Turismo. Regionalização do turismo: roteiros do Brasil no Estado de Sergipe** – Aracaju: SEDETEC/EMSETUR, 2009. (Convênio Ministério do Turismo/Sociedade do Gangaço nº 963/2007). 102p.

VANNUCHI, C.; VILAS. J. **Caminho da roça.** ISTO É, 30/06/2004, n. 1812, p. 56-61.

WANDERLEY, Lílian de Lins. **Mudança na utilização da terra e modernização da citricultura sergipana 1970 – 1985.** Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 1988.

YAÑEZ, C. N. **Globalización y localismo : nuevas oportunidades para el desarrollo.** Revista de Fomento Social, Córdoba : IESAA, Nº 53, p. 31-46, 1998.

## PROFISSIONAIS EM HOTELARIA: UMA ABORDAGEM SOBRE A CAPACITAÇÃO DOS RECEPCIONISTAS DA CIDADE DE BOA VISTA – RR

E. C. L. Silva<sup>1</sup>, R. C. Santos<sup>2</sup> e J. G. Silva<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup>Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista

elayne18cris@hotmail.com – renattasanttos@yahoo.com.br – gomes1955@gmail.com

### RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o nível de capacitação dos profissionais da recepção hoteleira do município de Boa Vista-RR. A amostra são os hotéis selecionados com mais de 50 Unidades Habitacionais. Onde foram aplicados questionários com perguntas fechadas e pré-elaboradas, referentes ao tema em estudo, aos recepcionistas e hóspedes dos hotéis. Para tanto, se utiliza políticas e procedimentos de gestão de pessoas para desenvolver competências e habilidades necessárias nos colaboradores do setor de recepção do objeto em estudo. Hotelaria, como empreendimento capaz de oferecer acomodação aos que estão longe de casa, e ocupam cada vez mais, espaços significativos, e não basta somente investimentos em equipamentos hoteleiros, se não houver profissionais qualificados para prestar um bom atendimento ao turista, que a cada dia fica mais exigente. Este estudo traz à tona, a importância da capacitação dos profissionais do receptivo hoteleiro, já que o atendimento faz diferença na hospedagem, e o cliente leva em consideração, principalmente na sua escolha para retornar ao mesmo hotel e indicá-lo ou não. Portanto, é de extrema importância a atitude das pessoas que estão à frente de suas empresas lidando com os clientes. Com esta pesquisa espera-se uma nova postura com mudança de comportamentos e atitudes por parte dos gestores e equipe de recepção.

**Palavras-chave:** hotelaria, gestão de pessoas, capacitação.

## 1. INTRODUÇÃO

O setor turístico brasileiro vive um momento de crescente desenvolvimento, devido chegada de importantes eventos e as atuais conjunturas relativas ao modo de vida em grandes cidades constituir importantes fatores na motivação à prática das viagens.

Com o aumento no número de empreendimentos e diretamente ligado ao turismo à hotelaria busca por diferenciais capazes de promover vantagens competitivas, pois espera-se que muitos turistas visitem o Brasil nos próximos anos. E Boa Vista, capital do estado de Roraima em virtude da riqueza e diversidade dos recursos naturais atrai muitos turistas.

Relacionado a isso, o fator humano importante em qualquer ramo de atividade tem seu peso específico na área de hotelaria. Os trabalhos de recepção e atendimento em hotéis são definidores na fidelização da clientela.

Para garantir uma posição satisfatória e reconhecimento, as empresas hoteleiras estão cada vez mais investindo em qualidade, tendo em vista atingir os níveis de satisfação almejados, torna-se imprescindível para os hotéis, no caso específico de Boa Vista – RR, investimento e capacitação no capital humano, principalmente na prestação de serviços que exerce forte influência na percepção que os clientes têm em relação à qualidade. Diante disso, este estudo é de grande relevância, na medida que procura analisar o nível de capacitação dos profissionais de recepção hoteleira e sua importância para o mercado local.

Nesse contexto, a gestão de pessoas com uma visão ampla do negócio e tendo como base o planejamento estratégico, visa desenvolver as competências e habilidades necessárias nos colaboradores para atender as exigências do mundo do trabalho.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

De acordo com a pesquisa em andamento realizada nos hotéis, objeto de estudo, obteve-se os seguintes resultados parciais.

Durante a realização da pesquisa com os recepcionistas, ao serem perguntados sobre a contribuição da gestão de pessoas para a qualidade na prestação de serviços, três afirmaram possuir conhecimento sobre o setor de RH/Gestão de Pessoas, enquanto dois desconhecem qualquer política desenvolvida por tal setor. Já com relação à contribuição da gestão de pessoas, somente dois recepcionistas responderam que a empresa oferece treinamento, e três ainda não possuem conhecimento sobre a contribuição. Na visão de Bernardi (2010), quem concretiza os objetivos da empresa são as pessoas envolvidas no processo, no entanto é necessário que haja uma clara definição do perfil das pessoas para ajustar-se à estrutura pretendida e necessária.

Com relação a importância da capacitação dos profissionais do setor receptivo para a fidelização da clientela, quatro dos entrevistados são qualificados e exercem a sua função com segurança e presteza, ao passo que apenas um não possui a referida qualificação, mas se esforça para atender as expectativas da empresa. Quando de sua contratação, três ao chegar na empresa já possuíam uma qualificação, um buscou se capacitar por conta própria, enquanto o outro até o momento da pesquisa não despertou o interesse para se qualificar. Todos os recepcionistas entrevistados têm espanhol como uma segunda língua, quatro buscaram se capacitar por vontade própria e um por influência da empresa. Observa-se que a capacitação é importante e a excelência dos serviços depende da qualidade dos processos e estes da qualidade das pessoas que executam, para que então possam satisfazer as exigências dos clientes.

Dando continuidade à pesquisa, agora na visão dos vinte hóspedes entrevistados, quando questionados se costumam se hospedar no mesmo hotel ao retornar a Boa Vista, onze afirmaram que sim, quatro se hospedam em outros hotéis e cinco estavam visitando a cidade pela primeira vez. E com relação ao atendimento prestado pelos recepcionistas, dezessete afirmaram estar satisfeitos, e apenas três acreditam que pode melhorar. Para (GEUS, 1998 *apud* MUSSAK, 2010), “a intensidade com que as pessoas se aplicam, confiam e se envolvem no trabalho tem não só um efeito direto sobre os resultados da empresa, mas o mais direto dos efeitos, em relação a qualquer outro fator, sobre a expectativa de vida de sua empresa”. Portanto, é necessário que as empresas criem mecanismos visando ao envolvimento das pessoas no desenvolvimento continuado da companhia.

No quesito de diagnosticar possíveis falhas como proposta para fins de melhoria do empreendimento, dos cinco recepcionistas entrevistados, quatro deles informaram que a empresa leva mais em consideração a formação acadêmica e um acredita que seja a experiência profissional, no entanto, três afirmaram que a empresa oferece oportunidades de crescimento e dois não enxergam nenhuma iniciativa por parte da empresa em seu crescimento profissional.

### 3. CONCLUSÃO

A preocupação com a qualidade do serviço prestado existe desde o surgimento da hotelaria, porém, com o passar do tempo, ficou mais evidenciada devido à globalização e a concorrência acirrada. O grande diferencial na qualidade, diante do contexto econômico-financeiro atual, está calcado nas questões relativas ao cliente e ao atendimento de qualidade para com o mesmo.

Contudo, o estudo é de extrema importância na medida em que vai analisar o nível de capacitação dos profissionais da rede hoteleira, visto que a profissionalização das pessoas é indispensável, pois é dela que depende todo o processo de acolhida do cliente e conseqüentemente a própria sobrevivência do setor.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ASSIS, Frederico Azevedo Alvim. **Práticas de gestão de pessoas no setor hoteleiro de Juiz de Fora-MG**. 2009. 81 f. Monografia (Especialização em Gestão de Negócios em Turismo)-Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

BARRETO, Luiz. Disponível em: <<http://www.gratisanuncios.com.br>> Acesso em 22 de fevereiro de 2011.

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: EducS, 2003.

\_\_\_\_\_. **Administração Hoteleira**. 8. ed. Caxias do Sul, RS: EducS, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **O capital humano nas organizações**. 9. ed. Elsevier – Campus, 2009.

Entrevista - Mário Moysés. **Recorde de receita pelo turismo**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20110125.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20110125.html)> Acesso em 22 de fevereiro de 2011.



GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ORTEGA, Paula. **Gestão de pessoas na nova era da hotelaria brasileira**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/gestao-de-pessoas-na-nova-era-da-hotelaria-brasileira/43534/>> Acesso em 17 de fevereiro de 2011.

PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de pessoas em turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação**. Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 2004.

SILVA, José Kennedy Lopes. Artigo: A importância do recursos humanos na organizações (2008). Disponível em: <[www.Administradores.com.br](http://www.Administradores.com.br)> Acesso em 22 de fevereiro de 2011.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão com pessoas: uma abordagem aplicada as estratégias de negócios** / Takeshy Tachizawa, Victor Cláudio Paradela Ferreira e Antonio Alfredo Mello Fortuna. – 5. ed. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002. Disponível no artigo: A hospitalidade no turismo: o bem receber. Roni Dalpiaz.

## PRAÇA OLÍMPIO CAMPOS: PRESERVAÇÃO HISTÓRICA E ASPECTOS DA ARBORIZAÇÃO

R. S. Santos<sup>1</sup>, J. R. Batista<sup>2</sup>, M. S. Santos<sup>3</sup> e M. J. Silva<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju

renatodossantos66@hotmail.com – janiareis@hotmail.com – Mara.iza.santana@hotmail.com –  
mariacityt@hotmail.com

### RESUMO

O turismo urbano é um segmento em expansão, assumindo um papel importante na revitalização de centros históricos e na promoção do desenvolvimento econômico nas cidades. Na concepção de projetos de locais, considerados como para atrativo turístico, é necessário um planejamento baseado nas premissas de sustentabilidade do meio natural, sociocultural e econômico. Pretende-se aqui a análise da percepção da qualidade ambiental urbana inserida no contexto do turismo, a fim de debater sobre sua legitimidade enquanto atrativo para o turista. A Praça Olímpio Campos, incluída nos roteiros turísticos de Aracaju se constitui em um espaço público multifuncional de grande importância no contexto urbano. Essa pesquisa tem por finalidade a análise da percepção da preservação histórica e da qualidade ambiental urbana, a fim de caracterizar os aspectos mais relevantes da Praça Olímpio Campos, com intuito de que sejam considerados em posteriores intervenções do Poder Público. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, definida tipologicamente como um estudo de caso, que adota o enfoque exploratório ao levantar os tipos de usuários e caracterizar os aspectos técnico-ambientais da praça. A fase analítico-sintética da pesquisa acontece ao se verificar os aspectos considerados como mais relevantes, por tipo de usuário, tendo em vista o uso turístico, a preservação histórica e a qualidade ambiental. Assim, objetivou-se analisar a percepção ambiental dos usuários sobre o seu uso turístico, preservação histórica e os aspectos da arborização. Pretendeu-se contribuir socialmente na formação de uma consciência mais cidadã, como também estabelecer sugestões visando futuras intervenções por parte do Poder Público, que possam potencializar a utilização acessível.

**Palavras-chave:** Turismo urbano, Patrimônio Arquitetônico, Produto Turístico.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente estudo analisou a realidade urbana e dos usuários da Praça Olimpio Campos como indicadores de planejamento no meio urbano, para tanto se tornou imprescindível a introdução de critérios que permitiram a participação do cidadão. Fundamenta-se essa proposta na premissa de que os cidadãos podem colaborar na condução das políticas públicas de sua cidade, juntamente com os órgãos públicos responsáveis pelo planejamento e ordenamento urbano.

Essa atividade foi motivada pela constatação de que essa praça é potencialmente um atrativo turístico, porém, há muitos anos não se visualiza nenhum tipo de intervenção do poder público. A partir disso, foi necessária a aplicação de questionários para identificar os usuários cotidianos e tipos de turistas, no intuito de saber quais as aspirações desses indivíduos e que medidas e intervenções poderiam ser sugeridas para atender tanto turistas e usuários. Assim unindo os anseios da comunidade e para promoção do turismo sustentável levantou-se as necessidades dos usuários que possam subsidiar propostas do poder público em futuras reformas ou possíveis intervenções na Praça Olimpio Campos.

A proposta visou a compreensão da construção da realidade urbana com implicações na vida pessoal e social de seus habitantes, com reflexos na percepção sobre a inserção da praça em roteiros de turismo na cidade de Aracaju. Para isso buscou-se a identificação dos grupos de usuários que a freqüentam (comerciantes, estudantes, turistas.) para definição da amostra a ser entrevistada, como também, foram verificadas as condições físicas da praça e do seu entorno (equipamentos existentes, arborização, acessibilidade e etc.)

A pesquisa pretende contribuir com propostas de melhorias na aplicação do turismo e nas melhorias da Praça, além da receptividade e necessidades da comunidade local, sem deixar de esquecer os fatores econômicos que essa atividade tem, levando em consideração também o meio ambiente que está a todo o momento inserido nesse contexto. Assim foi constatou-se que os visitantes acabam interferindo no contexto histórico e nas possíveis modificações que ocorrem no local de estudo.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A qualidade ambiental que é dos pontos importantes para a pesquisa, tem como base na afirmação de Hardt (1994) *apud* Melo e Romanini onde ressaltam que:

O monitoramento da qualidade ambiental urbana deverá ter como fim precípua à manutenção e ou melhoria das condições do ambiente urbano. O objetivo geral deve ser o de estabelecer um sistema multidimensional, integrado e dinâmico, de coleta, tratamento, arquivo, manutenção e operação de um conjunto de indicadores ambientais, devidamente parametrizados, que permitam avaliar, sistematicamente, a qualidade de vida que a cidade oferece a seus moradores. Devem ser incluídas no planejamento ações de conservação e ou minimização de danos ambientais diagnosticados pelo sistema, o qual deverá fornecer os subsídios necessários para a recuperação do meio, além de avaliar a eficácia das mesmas.

Entende-se também que o Poder Público é o único responsável pelas obras feitas em praças, responsável pela manutenção da estrutura organizada é também dos moradores e dos que utilizam a praça. A utilização da natureza traz benefícios ecológicos, econômicos e até sociais para uma melhor qualidade de vida dos usuários. (MELO e ROMANINI, 2008).

Silva e Paiva (2008, p.16) descrevem a função social das praças afirmando que historicamente que a partir da década 1950-1960 as transformações econômicas e sócias deram um novo significado para o uso das praças as quais se tornaram objeto de execução profissional de

arquitetos, urbanistas e engenheiros. E praças mudaram sua condição, pois passaram, “De simples terreiro a sofisticado jardim, de campo de jogos à centro esportivo complexo, a praça é, portanto, um centro, um ponto de convergência da população que a ela ocorre para o ócio, para começar, trocar idéias, e ainda, para encontros românticos ou políticos. Enfim, para o desempenho da vida urbana ao ar livre.” Afirmam também que “ A praça é, com certeza, um dos espaços urbanos mais visíveis e, por isso, extremamente sensíveis as transformações de caráter modernizante por parte do poder público.”

A condição de conter monumentos e edifícios históricos na sua parte interna e em seu entorno torna a Praça Olímpio Campos objeto de grandes transformações em sua estrutura física, histórica e ambiental, estando na pauta das próximas intervenções planejada pelo poder público. Assim o resgate da sua história foi realizado de modo que o acesso a Bibliografias com relatos históricos e fatos acontecidos na localidade da Praça Olímpio Campos é escasso, as informações foram encontradas com dificuldades por não estarem acessíveis em bibliografias que se remeta ao assunto em questão. Em Oliveira (2009) foi encontrado a citação de Ilzete Moreira Andrade sobre a informação do local onde foi colocada a pedra fundamental da Igreja Nossa Senhora da Conceição, a antiga denominação da Catedral. Essa mesma autora afirma que o espaço onde atualmente localiza-se nosso objeto de estudo era formado por um ambiente alagadiço com a presença de mineradores e contornado por sítios no ano de 1862. Após 13 anos o projeto da Praça da Matriz foi concluído e com a criação da Diocese, atualmente conhecida como a Catedral. A sua primeira grande transformação se deu pelo Coronel Theophilo Correia Dantas, sua principal modificação foi o desvio das águas da chuva para as galerias subterrâneas.

O Parque contava com uma gruta, um riacho artificial, aquário (Com peixes raros coletados em águas sergipanas - No local foi construído a Galeria de Arte Álvaro Santos), recanto selvagem ( com duas estátuas metálicas representando índios da tribo do Cacique Serigy), brinquedos, Banho das Ninphas (Duas estátuas metálicas de deusas gregas), parque infantil e equipamentos esportivos. (OLIVEIRA FILHO, 2009).

O autor Amâncio Cardoso Santos Neto (2008) em sua obra intitulada “Nos passos do imperador: D. Pedro II em Aracaju, 1860”, afirma que em geral alguns dos monumentos de Aracaju, inclusive os existentes na Praça Olímpio Campos, encontram-se fisicamente precários, precisando de devida atenção. Mesmo aqueles que se encontra em um estado melhor de conservação também merecem, pois não apresentam informações históricas para que as pessoas compreendam sua importância. Nesse sentido ressalta que, todos os patrimônios necessitam de uma valorização simbólica merecendo um cuidado maior por não apenas nos dar identidade, mas também por documentar todo o nosso passado.

Para construção da Revisão Bibliográfica foram realizadas visitas técnicas na Biblioteca Epifânio Dória onde se encontrou a publicação da lista de patrimônios tombados existentes na praça e em seu entorno corroborando com o processo histórico da Praça como: o Prédio do Palácio Inácio Barbosa (Sede da Prefeitura Municipal de Aracaju), o Prédio do antigo Tribunal de Justiça (Vice Governadoria do Estado/ Procuradoria Geral do Estado), o Prédio do Antigo tesouro do Estado (Câmara Municipal de Aracaju), o Prédio do Juizado de Menores (Fórum Desembargador José Fernandes Prado Vasconcelos Poder Judiciário – Atual Sede do Memorial do Judiciário), a Catedral Metropolitana que fica localizada no centro da Praça, o Prédio do Centro de Turismo e Comercialização Artesanal (Antiga Escola Normal). (CARVALHO e ROCHA, 2007)

Ainda nessa pesquisa foi encontrada uma descrição sobre a arquitetura do prédio onde atualmente instala-se a Sede do Memorial do Judiciário. Sobre esse edifício Murillo Melins (2007) faz um relato afirmando que o prédio é o exemplar mais interessante do período neoclássico e foi restaurado em meados da década de 1980, tem como características a repetição de portas e janelas sempre entre duas pilastras, as grades de ferro são importadas da Inglaterra.

Nessa mesma publicação conta toda a história do Cacique Chá localizado internamente na Praça e que ao longo do tempo se tornou um dos seus principais atrativos turísticos. Descreveu que essa construção que iniciou a suas atividades no ano de 1950, mudou seu uso ao longo do tempo como bar, restaurante e boate. Foi a primeira boate familiar de Aracaju, o ponto de encontro do High Society da época, nos sábados à noite.

Em 1953 o Cacique Chá foi reformado e reestruturando para que fosse transformado no local onde aos fins de tarde as senhoras da sociedade iam tomar chá com torrada ou um chocolate quente. Nessa época as noites eram animadas pelo conjunto musical formado por: Zelner Ximenes, Henrique, Osvaldo, Marcelo, Antonio Teles, Paulo Emílio e Antônio no texto de Melins. E lá também aconteceu a apresentação de Terezinha Morango (Miss Brasil), os cantores Nelson Gonçalves, Ivon Cury, as cantoras Ângela Maria, Maísa Matarazzo dentre outros e o concurso que elegeu a Miss Sergipe.

No ano de 1995 foi vendido para Amaral, a partir daí o local se torna ponto de encontro para os literários aracajuano que todas as tardes marcava presença, dentre eles estavam: Fernando Nunes, Fernando Porto e Alberto Carvalho que ao ficar doente e recebendo visitas de amigos disse que a falta das reuniões no Cacique estava abreviando sua vida.

### 3. METODOLOGIA

No primeiro momento foi realizado, de acordo com Gonçalves (2005), um levantamento bibliográfico para construção das bases teóricas necessárias a realização do trabalho, tendo como referência os procedimentos metodológicos necessários para o andamento da pesquisa. No segundo momento foram preparados os questionários para levantar os dados históricos e sociais e elaborados o roteiro de entrevista a ser executada com representantes do poder público. No terceiro momento aplicaram-se os questionários com os usuários da praça e buscou-se entrevistar um representante do poder público.

Os questionários foram aplicados em diversos locais da Praça Olímpio Campos com os grupos de turistas, estudantes, comerciantes. Com uma observação de que antes nas análises era previsível encontrar o grupo dos idosos, porém nos horários da manhã e início de tarde onde foram aplicadas as pesquisas, não foi encontrado um número significativo de usuários idosos, pelo fato de a praça não haver bancos ou mesas suficientes, com estrutura para a acomodação dos mesmos, não havendo possibilidades de apresentar informações dos usuários citados, acarretando no não aparecimento de suas características nos resultados finais.

Assim, segue-se a descrição dos itens do cronograma:

Fases	Descrição da atividade	Material e Métodos
1ª	Revisão Bibliográfica	Pesquisa em livros nas bibliotecas Epifânio Dória e Centro Histórico.
2ª	Preparação do roteiro de entrevista e questionário	Visitas à localidade da praça para percepção dos tipos de usuários.
3ª	Aplicação dos questionários	Observação dos elementos estruturais, históricos e ambientais.

Depois da aplicação dos questionários foi verificado as necessidades para intervenções futuras na Praça Olímpio Campos. A maioria dos participantes que voluntariamente responderam foram os comerciantes, estudantes e turistas. Os idosos não foram achados no local de pesquisa.

Nos questionários aplicados com os usuários perguntou-se o local de moradia, sexo, idade, grau de escolaridade. Para os comerciantes elaboraram-se perguntas específicas sobre a renda mensal por mês trabalhado na praça. Para os estudantes questionou-se sobre as características históricas da praça, se a utilizam como via de passagem, ou para recreação e lazer e qual período do dia que mais frequentam a praça. Para os turistas foram aplicadas perguntas sobre a melhoria do potencial turístico do local.

Em entrevista com a Arquiteta e Urbanista, da Divisão de Projetos Urbanos da EMURB, Angelica Rocha, no dia de 05/10/2011. A mesma apresentou os projetos que já foram executados para a Praça Fausto Cardoso e a Almirante Tamandaré. Afirmou que atualmente está projetando as reformas para a Praça Olimpio Campos. Para esse projeto observou que algumas dos itens de reforma já estão confirmadas como: a abertura do gradil do lago, mudanças na acessibilidade como, por exemplo, a criação de uma rampa na escadaria em frente a Catedral. Foi confirmada a continuidade da Alameda das Palmeiras, havendo assim a continuidade do eixo monumental que liga a Catedral até a Ponte do Imperador após a Praça Fausto Cardoso.

Para os turistas e visitantes foi confirmado a elaboração de um ponto de atendimento, havendo dentro dele banheiro, água e principalmente informações, ocorrendo uma facilitação do trade turístico no local e aproveitando para uma maior divulgação para os outros pontos existentes na capital. Também colocado implantação de espaço ao ar livre próximo à Galeria Álvaro Santos onde possam acontecer atividades relacionadas a aquelas que acontecem na galeria.

Outro ponto importante da entrevista com Angélica Rocha da EMSURB foi à ênfase dada a questão da acessibilidade ao afirmar que haverá a implementação do projeto “Calçada Livre” que será aplicado no entorno da Praça para facilitar o acesso.

#### 4. RESULTADOS E DICURSSÕES

No caso da Praça Olimpio Campos constatou-se que os patrimônios se encontram sim em um estado ruim de conservação (Figuras 1 e 2), onde a parte ambiental e de acessibilidade também não colaboram com condições perfeitas para um turismo abrangente e apresentável aos visitantes que desejam conhecer o destino.



Figura 1- Monumento deprecado

Autor - SILVA, M.J (2009)



Figura 2- Chafariz deprecado

Autor - SANTOS, R.S. (2009)

De acordo com a declaração dos comerciantes, varias reformas são necessários para uma melhora da receptividade turística e da comunidade local, os itens mais citados eram: jardins mais coloridos, a reforma do Cacique Chá e a elaboração de eventos na Praça. A ultima grande reforma lembrada pela maioria foi a retirada das grades que só ajudavam a aumentar o numero de marginais.

A análise dos gráficos, que foram elaborados a partir da aplicação de questionários com base nos resultados de pesquisa, verificou-se que os usuários registraram a partir daí aspectos que apontam melhorias no local. Entre esses ressaltaram a iluminação, que passou por manutenção logo após o mês de agosto 2010, importante principalmente para segurança do público em geral. Anteriormente sofriam com pequenos grupos de usuários de drogas que causavam má impressão, afastando a comunidade e visitantes.

Depois de questionados sobre quais necessidades deveriam ser levantadas visando futuras intervenções na Praça Olímpio Campos responderam que os bancos encontram-se em estado de precariedade (Figura 3) e em pequena quantidade para atender a demanda que frequenta a praça. Alguns comerciantes estão revoltados com o descaso do governo e com a irresponsabilidade de alguns órgãos, como por exemplo: SEINFRA (Secretaria de estado da Infraestrutura) responsável pela manutenção da infra-estrutura do local.



Figura 3 – Estado dos Bancos  
Autor - SANTOS, R.S. (2009)

A falta de banheiros é outro problema enfrentado por todos, principalmente pelos comerciantes, afirmam que para ir ao sanitário precisam pagar uma taxa de cinquenta centavos na Rua do turista, onde os mesmos são discriminados por frequentar o espaço do concorrente.

O espaço de arborização e jardins precisa de reforma geral sendo citado por noventa por cento dos pesquisados. Nota-se o descuido por parte da EMSURB (Empresa Municipal de Serviços Urbanos), responsável pela manutenção das plantas e limpeza do local.

A segurança é um dos itens cobrado por todos os usuários, na análise dos questionários aplicados foi notória a insatisfação do público com relação ao policiamento do local. Em certos trechos da praça mesmo durante o dia nota-se depredações no Patrimônio Público, pois na área dos lagos alguns vândalos fazem suas necessidades fisiológicas, gerando um forte mau cheiro que incomoda os passantes.

Algumas das características de grupos de usuário foram sintetizadas a seguir:

- Verificou-se que o grupo dos Comerciantes é formado por residentes da região metropolitana Aracaju, na sua maioria moradores da capital do Estado.
- Os comerciantes residentes em Aracaju são oriundos de diversos bairros, em sua maioria, de

bairros próximos ao centro da cidade. No entanto, a maior incidência de comerciantes são moradores do bairro Siqueira Campos com 80% dos entrevistados. Ainda na análise dos comerciantes verificou-se que 80% do grupo são do sexo feminino, em sua maioria com ensino médio completo, predominando a faixa etária de 41 a 50 anos.

Na Figura 4 que apresenta o tipo observa-se que existe no local uma variedade de tipos de comércio, no entanto, corroborando com a vocação turística da praça, predominam a comercialização de produtos artesanais e de alimentos, responsáveis pela dinâmica da economia na Praça em horário tradicionalmente comercial.

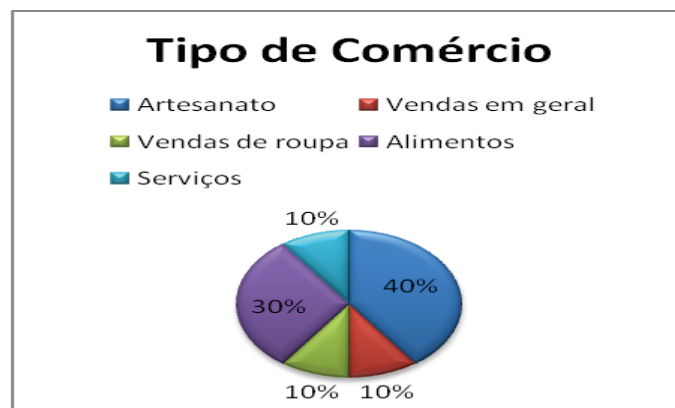


Figura 4 – Comércio existente no local

As principais características do usuário **Turista** são:

Quase metade dos turistas tem idade acima de 60 anos seguida pela faixa etária de 25 a 30 anos (Figura 5)

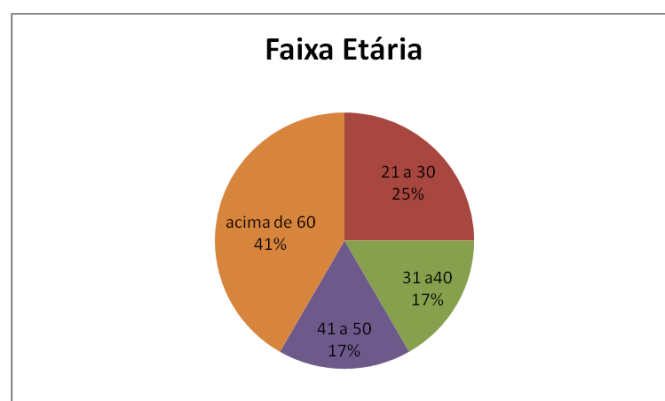


Figura 5 – Faixa Etária dos turistas

Na Figura 6 observa-se que a maioria dos turistas visitantes são em sua grande maioria da Bahia, o restante do percentual divide-se quase que igualmente com visitantes do Rio Grande do Sul, Sergipe, Rio de Janeiro, Alagoas e São Paulo.



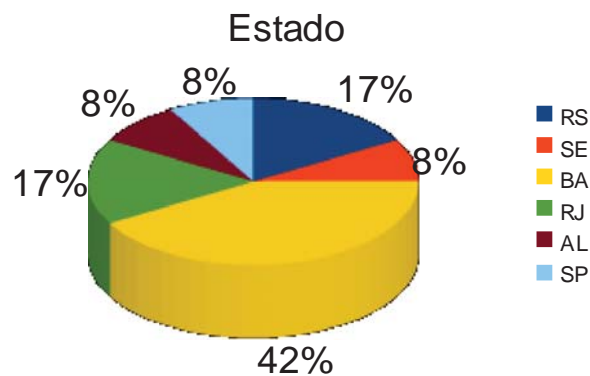


Figura 6 – Estado de origem do turista

Semelhantemente ao grupo dos comerciantes a maioria dos turistas são do sexo feminino. Existe uma incidência maior de pessoas do ensino superior e a outra metade é formada por 42% do ensino médio e 8% do fundamental.

Os veículos utilizados nos receptivos de Agencias de viagens e carro próprio são os principais meios de transportes utilizados para se chegar a praça (Figura 7). Poucas pessoas chegam a ônibus de excursão.

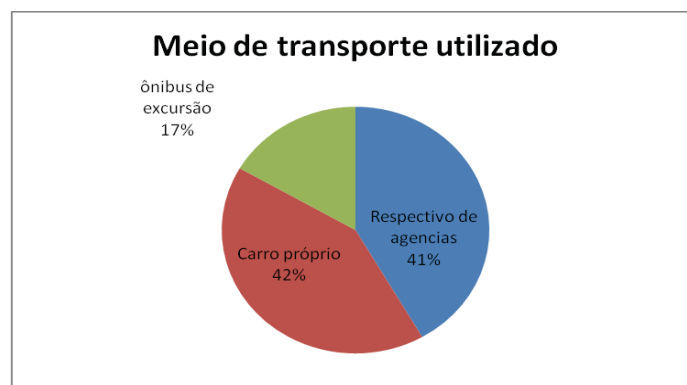


Figura 7 – meio de transporte utilizado pelos turistas

A síntese apresentada esclarece que existe falta de divulgação por meio de jornais ou revistas sobre o potencial turístico da praça. Observa-se que o tradicional “boca-a-boca” torna-se um meio de divulgação tão eficiente quanto a realizada por meio de operadoras.

## 5. CONCLUSÃO

Na análise realizada foi possível perceber que há potenciais pouco explorados na localidade, como o uso do antigo e pequeno trem que estava abandonado. Durante o período auspicioso em que foi usado era usado como loja de uma cooperativa de mel e em outro foi uma biblioteca. Enfim torna-se evidente a possibilidade de uma futura intervenção por iniciativa do poder publico com o intuito de inclusão da localidade em roteiros turísticos, gerando mais empregos e maiores oportunidades.

A valorização de antigos patrimônios e a promoção de eventos se faz necessária para o aumento da visitação local. O maior exemplo dessa ação promissora é o Cacique Chá que já foi palco de

grandes artistas nacionais e internacionais, e com futuras reformas poderia ser transformado em um grande patrimônio histórico de Aracaju já que hoje ele se encontra abandonado.

Outro aspecto a ser citado é o aumento da segurança que se faz necessário para tranquilidade dos passantes e usuários. Todos os grupos sentem falta de policiamento na praça, pois é visível a presença de vândalos. Esta priorização aumentaria a visitação dos turistas e geraria propaganda positiva que só traria benefícios para os que utilizam o local.

Sugere-se que reformas sejam realizadas para ser facilitado o uso da Praça como um local de lazer entre a comunidade local e os turistas, aumentando o numero de visitação por parte de todos os usuários, gerando renda para os comerciantes.

Em relação às dificuldades enfrentadas foram: A maior delas foi encontrar material bibliográfico para pesquisa, que relatasse um pouco da história da praça, como por exemplo, os eventos que aconteciam. Assim buscaram-se essas informações por meio da aplicação de questionários com comerciantes que falaram a respeito do Natal. Nesse período era montado uma grande estrutura com parques e uma programação com atrações para atrair o publico até o local. Houve também dificuldades em achar documentos que datassem as reformas da praça.

Aconteceram problemas ao aplicar os questionários com os idosos, que localizamos em pequeno número. Estes estavam de passagem e quando eram abordados não responderam as perguntas demonstrando receio de algo. Porém um dos maiores motivos para encontrar este grupo seria pela falta de bancos para sentar, uma área de lazer para fazer atividades, ou lugares apropriados para descanso. Esta falta de infraestrutura é de certa forma uma das mudanças prioritárias para futuras modificações e reformas na Praça Olímpio Campos.

As soluções surgiram com certo tempo do projeto, pois houve a necessidade de buscar informações com pessoas que mais conhecia a praça, de quem dependia dela para tirar seu sustento. Essas pessoas que contribuíram muito para o desenvolvimento do nosso projeto foram os comerciantes, pois muitos permanecem no lugar há 20 anos e nos relataram sobre algumas etapas de transformação da praça. Uma delas era que antes a praça era cercada e não aberta como hoje se encontra, entre outros aspectos que já foram citados.

Com as futuras reformas previstas por fim, a atuação do turismo na localidade tem a possibilidade de ser melhorado e aplicado baseando-se na representação em que uma Praça venha a ter as características apresentadas por Silva e Paiva (2007). O lazer dessa forma para todos os grupos de usuário venha ser garantido pelo poder publico e que ele seja conservado pela comunidade local. Assim terminando um ciclo que sempre terá inicio com a participação da população local e se findará com a consolidação das atividades turísticas.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, Ana Conceição Sobral de; ROCHA, Rosina Fonseca (Orgs.). **Monumentos Sergipanos**. Aracaju: Sercore, 2007. p. 108 – 116.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Avercamp, 2005.

MELINS, Murilo. **Aracaju romântica que vi e vivi**. 3. ed. Aracaju: Unit, 2007. p. 197.

MELO, E. F. R. Q.; ROMANINI, A. Praça Ernesto Tochetto: importância da sua preservação histórica e aspectos de sua arborização. **Revista SBAU**, Piracicaba, v. 3, n. 1, p. 54-72, mar, 2008.

OLIVEIRA FILHO, José de. **Praça Olímpio Campos e Parque Teófilo Dantas.** Disponível em:<<http://aracajuantigga.blogspot.com/2009/09/praca-olimpio-campos-e-parque-teofilo.html>>. Acesso em 04 de Out. 2011.

SANTOS NETO, Amâncio Cardoso. Nos passos do Imperador: de D. Pedro II em Aracaju, 1860. **Jornal da Cidade.** Aracaju, 14 de janeiro de 2008.

SILVA, Alessandra T. da; PAIVA, Patrícia D. de O. **Do romantismo a atualidade:** Lavras, história de uma praça. Lavras, MG. UFLA, FAEPE, 2008.

## PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE: GERENCIAMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NA PRAINHA DO CANTO VERDE- BEBERIBE/CEARÁ

M. T. F. Autor<sup>1</sup> e H. P. F. Autor<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Fortaleza e <sup>2</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Fortaleza

hanuzia@gmail.com– marcius@ifce.edu.br

### RESUMO

A presente pesquisa é parte de um projeto que busca avaliar a efetividade social das políticas oficiais e alternativas de turismo implantadas na comunidade da Prainha do Canto Verde, localizada no Município de Beberibe, no Litoral Leste do Estado do Ceará. Nesta fase da pesquisa teve-se como objetivo geral registrar a percepção da comunidade da Prainha do Canto Verde em relação ao gerenciamento da atividade turística pela Associação de Moradores, de forma específica, identificar a importância desta na vida dos moradores; o nível de participação destes nas assembleias; os benefícios advindos desse modelo de gerenciamento e a opinião dos moradores sobre a forma de turismo praticada em sua localidade. Realizou-se pesquisa documental, bibliográfica e pesquisa de campo, esta última com a realização de 50 entrevistas com componentes da comunidade durante os anos de 2009 e 2010. *Ao final da pesquisa observou-se aspectos...*

**Palavras-chave:** Gerenciamento do Turismo, Políticas Alternativas, Turismo Comunitário, Efetividade Social.

## INTRODUÇÃO

Hoje reconhecida internacionalmente por sua história de defesa do uso comunitário de terras, da pesca artesanal, do turismo comunitário e dos direitos das populações tradicionais, a Prainha do Canto Verde<sup>1</sup>, destacou-se ao longo de sua história principalmente pela elaboração coletiva de políticas alternativas para a gestão de seu território. Essa organização coletiva que remonta aos anos de 1970 foi incentivada, sobretudo, pela possibilidade de perda do território, dentro da lógica global de apropriação dos territórios litorâneos cearenses por agentes externos, e culminou com a Fundação da Associação de Moradores, em 1989, e o impedimento de que tal expectativa de perda se efetivasse.

A partir do final da década de 90 passou-se a registrar uma demanda que incentivou a criação de meios de hospedagem na região e o planejamento da atividade turística. Para discutir qual o modelo de gestão que seria adotado e o tipo de turismo a ser praticado na região e, levando-se em consideração que a gestão comunitária baseava-se na criação de conselhos específicos para discussão das temáticas pertinentes à própria comunidade, foi criado, em 1997, o Conselho de Turismo, que teve a missão de desenvolver o turismo objetivando melhorar a renda e o bem estar dos moradores, através da preservação dos valores culturais e dos recursos naturais da região.

O tipo de turismo desenvolvido foi o turismo de base comunitária e como nesta forma almeja-se envolver a comunidade de maneira efetiva, há uma inevitável influencia no cotidiano dos moradores do destino, pois estes passam a atuar de maneira ainda mais intensa na atividade turística já que, além de residirem onde esta se desenvolve, tem poder de gerenciá-la direta ou indiretamente. Dessa maneira os componentes que desenvolvem esta forma de turismo são capazes de perceber em seu próprio cotidiano os impactos positivos e negativos desta atividade, delimitando as suas deficiências e contribuindo para o seu aperfeiçoamento.

Como na Prainha do Canto Verde o gerenciamento do turismo foi presidido pela Associação de Moradores a partir da citada criação do Conselho de Turismo, em suas diferentes gestões, faz-se grande importância o delineamento da percepção dos moradores acerca desse gerenciamento. Dessa forma tem-se como objetivo geral registrar a percepção da comunidade da Prainha do Canto Verde em relação ao gerenciamento da atividade turística pela Associação de Moradores e, de forma específica, identificar a importância desta na vida dos moradores, o nível de participação destes nas assembléias, os benefícios advindos desse modelo de gerenciamento e a opinião sobre a forma de turismo praticada em sua localidade.

Por fim, ressalta-se que o presente trabalho visa constituir uma análise diferenciada tendo em vista que não se destinou ao estudo dos fluxos turísticos, infraestrutura e demais dados relativos ao dimensionamento econômico do turismo na região, mas sim a ouvir diretamente as opiniões e expectativas dos componentes da comunidade, entendendo que os dados a serem coletados dessa forma serão de grande importância para o direcionamento das ações por parte da própria comunidade em seu gerenciamento.

---

<sup>1</sup> Localizada no Litoral Leste do Estado do Ceará, no Município de Beberibe, a aproximadamente 126 km de Fortaleza.

## 2. PARTICIPAÇÃO POPULAR E O TURISMO COMUNITÁRIO

O modelo de gestão e desenvolvimento da atividade turística pode ser entendido como aquele que vai proporcionar a integração das diversas atividades já existentes em uma determinada comunidade com o turismo, proporcionando um arranjo produtivo, em que todos os componentes desta devem ser beneficiados. A implantação deste modelo de gerenciamento do turismo com responsabilidade e respeito à comunidade local só é possível com a conscientização da própria comunidade, sobretudo, no que se refere participação de seus componentes no registro e controle das transformações políticas, sociais, e econômicas que advêm da prática do turismo em seu território, alinhando estas transformações à preservação do patrimônio cultural e natural, que nada mais são do que os principais componentes da identidade da comunidade.

Segundo Ruschmann (1997, p. 9-10):

A finalidade do planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atividade.

Dessa forma, entende-se aqui como participação o envolvimento que os indivíduos de uma determinada comunidade, município ou sociedade tem na discussão, na organização, no planejamento e na condução dos assuntos concernentes ao lugar onde mora. Segundo Lima (2003) a participação, enquanto recurso de organização da sociedade pode ser orientado para a ação política e social coletiva. A Prainha do Canto Verde adota um modelo de planejamento baseado na organização local que se almeja orientada para o social coletivo, através da adoção de preceitos do turismo comunitário.

Segundo Coriolano (2006, p.201):

Entende-se por turismo comunitário aquele em que as comunidades de forma associativas organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo.

Este é, portanto uma forma de desenvolvimento do turismo sustentável com base local, através da prática da economia solidária, cujo lucro em tese deve ser direcionado para a própria comunidade. Sendo esta definida, de acordo com Coriolano(2006), como um grupo social residente em um pequeno espaço geográfico, cuja integração das pessoas entre si, dessas com o lugar, cria uma identidade tão forte que tanto os habitantes como o lugar se identificam como comunidade.

Finalmente, não há questionamentos de que o turismo possui a capacidade de exercer uma dinâmica progressiva nas comunidades na qual é praticado, mas salienta-se a importância em se registrar as complexas relações por ele criadas e dos impactos sócio-espaciais dele advindos, visto que estes refletem positiva ou negativamente na vida dos ocupantes dos lugares no qual esta forma de turismo se desenvolve. No caso específico do Turismo Comunitário um dos objetivos é que o desenvolvimento realizado se dê através da utilização sustentável não só dos recursos naturais, mas também da cultura dessas comunidades, daí resulta a importância em se identificar a percepção destas em relação a esta tão complexa atividade.

## 1. METODOLOGIA

A presente pesquisa se classifica como avaliativa. Iniciou-se pela revisão bibliográfica onde foram selecionados e lidos os autores que pudessem contribuir com suas reflexões sobre Políticas Públicas e Políticas de Turismo. Realizou-se pesquisa documental nos sites oficiais, incluindo-se aqui o site da própria comunidade<sup>1</sup>. Foram utilizados, portanto, tanto dados primários quanto secundários

Foram realizadas entrevistas com 50 componentes da comunidade da Prainha do Canto Verde. As entrevistas foram semi-estruturadas e foi levada em consideração para a elaboração das perguntas, assim como para a análise posterior estudos realizados em semestres anteriores em visitas técnicas à Prainha do Canto Verde. Conforme segue, a análise final dos dados coletados foi complementada pela opinião dos respondentes, captadas na já citada pergunta aberta que reflete a opinião daqueles, das quais se citou os anseios e sugestões dos entrevistados na parte referente à conclusão.

## 4. ANÁLISE DOS DADOS

### Perfil dos moradores da Comunidade da Prainha do Canto Verde entrevistados durante a presente pesquisa

Sexo (%):

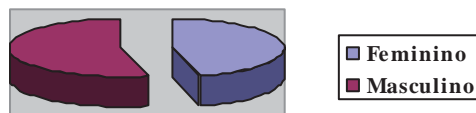


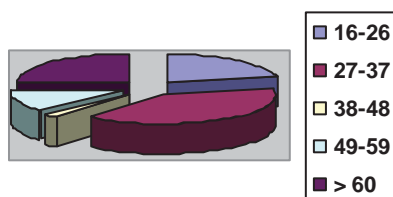
Gráfico 01: Sexo

Fonte: Dados da pesquisa

<sup>2</sup> [www.prainhadocantoverde.org](http://www.prainhadocantoverde.org)

No que se refere ao perfil dos 50 entrevistados, como mostram os gráficos 01 e 02; 46 % eram do sexo feminino e 54% do sexo masculino.

**Idade (%):**

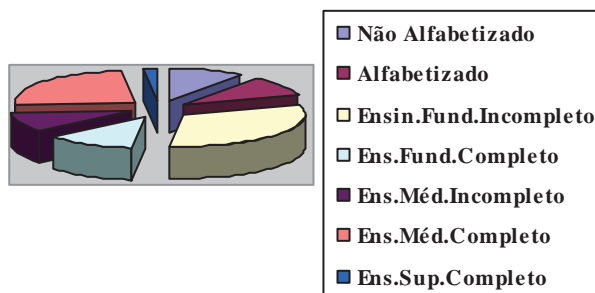


**Gráfico 02: Idade**

**Fonte:** Dados da pesquisa

Conforme o gráfico 02, 18% possuíam de 16 a 26 anos, 32% de 27 a 37, 2% de 38 a 48, 10% de 49 a 59 anos e os demais 20% possuíam idade igual ou superior a 60 anos.

**Nível de Escolaridade (%):**

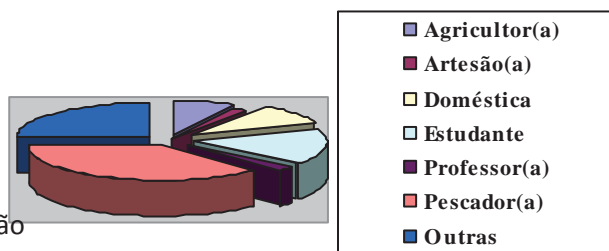


**Gráfico 03: Nível de Escolaridade**

**Fonte:** Dados da pesquisa

O nível de escolaridade dos entrevistados, mostrado no gráfico 03, foi bastante diferenciado, variando entre não alfabetizados até possuidores de nível superior completo, na seguinte proporção; 10% afirmaram-se não alfabetizados, outros 10% consideraram-se alfabetizados, por terem o ensino básico, o que lhes teria proporcionado a capacidade de leitura, conforme enfatizaram durante a realização da entrevista; 32% e 12% possuíam o Ensino Fundamental incompleto e completo, respectivamente; 10% e 24% possuíam, por sua vez, o Ensino Médio incompleto e completo, respectivamente; e apenas 2% afirmaram ter o Ensino Superior concluído.

**Profissão (%):**



**Gráfico 04: Profissão**

**Fonte:** Dados da pesquisa

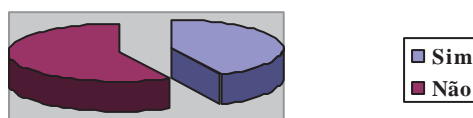


Em relação às profissões exercidas pelos entrevistados, de acordo com o gráfico 04, como profissão mais significativa nos índices está a de pescador (a), com 40%, em seguida tem-se, 10% de domésticas, 8% agricultores, 2% artesãos, 2% professores e 18% ainda estudantes. Em menor proporção se fizeram presentes componentes de outras profissões, como chefes de cozinha, agentes de saúde, secretárias e merendeiras, representando juntos 26% do total entrevistados.

### Qual a importância da Associação de Moradores na sua vida?

Sobre a importância da Associação na vida dos moradores, 26% disseram atribuírem a ela nenhuma importância nas suas vidas, parte desses afirmaram que haviam mesmo se desassociado, pois desde a sua fundação viam-se excluídos das tomadas de decisão no que se refere aos programas e projetos idealizados pela Associação. 32% afirmaram-se beneficiados, alguns citaram a participação nas atividades realizadas, como em eventos, quando se tem ampliada a demanda por serviços, mas ressaltaram a sazonalidade comum ao setor. Outros falaram da importância do papel da Associação no que se referia à luta pela posse da terra e organização do espaço o que teve consequências de grande relevância para a vida de todos os que ali residiam quando esta posse de fato se efetivou. Fizeram-se presentes também alguns entrevistados que se viam satisfeitos, pois quando precisavam de algum apoio para concretizar algum projeto ou preservar alguma área da Prainha, sentiam-se acolhidos pela Associação. Por outro lado, 42% dos entrevistados oscilaram entre benefícios e cobranças, não se julgando capazes de afirmarem com total segurança acerca de uma importância, no estrito sentido do termo, do que a Associação representava em suas vidas, não negaram, contudo o fato de que ela teve uma representação, ora positiva, ora, negativa.

### Você é membro ou participa das assembleias realizadas pela Associação?

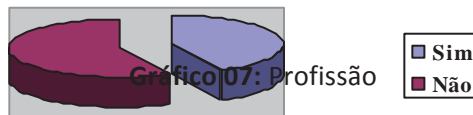


**Gráfico 06:** Participação na Assembleia

**Fonte:** Dados da pesquisa

Apenas 38% responderam sim em relação à participação nas Assembleias realizadas pela Associação de Moradores, entendendo-se como assembleias também as reuniões e discussões nas quais são convocados os moradores da Prainha para votação ou deliberações acerca de temáticas relativas à Prainha. Dessa forma, 62% afirmaram não se fazerem presentes durante tais discussões, deixando de se manifestarem acerca de temas que os envolve direta ou indiretamente.

### O gerenciamento do Turismo pela Associação de Moradores tem trazido benefícios à comunidade?



Fonte: Dados da pesquisa

63% afirmaram que o gerenciamento do turismo pela Associação de Moradores de maneira geral, trouxe sim benefícios para a Prainha do Canto Verde, entre os citados estão a divulgação da Praia em diferentes meios de comunicação; a elaboração de alguns eventos que, apesar de não terem uma periodicidade seguida efetivamente, tiveram grande relevância para que tivessem os valores culturais locais propagados a um nível que ultrapassaria o regional. A busca por apoio de órgãos governamentais foi enfatizada, apesar de não se ter observado o êxito dessa atitude no que se referiam as demandas apresentadas. 37% não visualizaram benefícios, ressaltando a necessidade de uma reformulação das formas de atuação desta para que sejam sentidos os impactos positivos para toda a comunidade e não apenas para parte dela.

### Qual a sua visão sobre a forma de Turismo praticada na Prainha do Canto Verde?

A forma de turismo praticada não sofreu grandes críticas, 72% dos entrevistados elogiavam a escolha pelo Turismo de base sustentável e a organização comunitária, citando exemplos negativos de gerenciamento do Turismo por agentes externos à comunidade. Apesar das críticas somente 13% preferiam achavam que se a atividade turística fosse gerenciada por órgãos públicos com maior influência de programas governamentais junto à atuação da Associação ter-se-ia uma maximização e menos pontos negativos nos resultados da atividade na região. 9% preferiam as formas de turismo praticadas em outros modelos de gerenciamento, dado que teriam maior flexibilidade e autonomia para lançarem-se na atividade, e 6% preferiram não opinar.

## 2. CONCLUSÃO

Nota-se a existência de certa insatisfação em relação a determinados aspectos do gerenciamento realizado pela Associação de Moradores. Pode-se perceber que a comunidade se apresenta dividida teoricamente em três grupos distintos; os que se dizem beneficiados pela Associação de Moradores, portanto, satisfeitos; os que se dizem alijados das ações delas, portanto, insatisfeitos e aqueles que transitam entre ambos os grupos anteriores, não se identificando de forma definitiva com nenhum.

Registro-se pouca participação popular nas reuniões e assembléias realizadas pela Associação de Moradores, o que reflete negativamente quanto à confiabilidade dos participantes nas decisões das quais almejaria fazer parte e também abre questionamentos sobre as formas divulgação dessas ações e as razões para tal suposta ausência de interesse na participação por parte dos moradores.

Percebeu-se análises diferenciadas quanto à percepção dos benefícios diretos e dos benefícios indiretos do gerenciamento do turismo pela Associação de Moradores, dado que os índices apresentados sobre aqueles foram relativamente baixos, enquanto sobre estes, os que

beneficiariam toda a população residente na Prainha do Canto Verde, destacaram-se por apresentar um percentual maior de respostas positivas.

Finalmente, quanto à forma de Turismo praticada na Prainha, pode-se concluir que a decisão pelo desenvolvimento do turismo de base comunitária teve aceitação e ainda hoje é apontado por uma maioria significativa como a melhor a ser praticada na Prainha, devendo-se, contudo, melhor gerenciá-la e sistematizá-la, devido à presença de diversos aspectos que devem ser decididos e melhor gerenciados no que se refere a esta atividade.

Visto que ainda são muitas as contradições de idéias existentes sobre a atividade turística na Prainha, recomenda-se a realização de um estudo que trate de um levantamento histórico do turismo nesta, a captação de opiniões e estruturação do espaço com base nesse levantamento histórico e em um estudo de viabilidade e potencializarão dos recursos existentes, para que se sistematizem ações que atualmente são apenas apresentadas como demandas.

## REFERÊNCIAS

LIMA, Simone Oliveira. **Cidadania, participação e organização comunitária**. In: MARTINS, Clerton(organizador). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003.

RUSCHMANN, D.Van de M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirua. 1997.(Coleção Turismo).

FARIAS NETO, Pedro Sabino de. **Gestão efetiva e integrada de políticas públicas: fundamentos e perspectivas para o desenvolvimento sustentável**. João Pessoa: Idéia, 2004.

LINDBERG, Kerg; HAWKINS, Donald E. **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. 2 ed. São Paulo; SENAC, 1999.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **O Turismo nos Discurso, nas Políticas e no Combate à Pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

MAGALHÃES, Cláudia Freitas. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. São Paulo: EDUSC, 2002.

<http://www.icmbio.gov.br/home>>Acesso em: 21 ago 2011.

## O TURISMO DE ESTUDOS E INTERCÂMBIO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL DO POVOADO DA ILHA MEM DE SÁ EM ITAPORANGA D'AJUDA-SERGIPE

G. G. Matos<sup>1</sup>; J. S. Conceição<sup>2</sup> e C. R. Braghini<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju

gabizinhaa\_gm@hotmail.com – josevania2009@gmail.com – claudio.braghini@ifs.edu.br

### RESUMO

O presente artigo trata de um estudo acerca do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio como indutor de desenvolvimento local. O objetivo foi analisar as perspectivas de execução do Turismo de Estudos e Intercâmbio na Ilha Mem de Sá, no município de Itaporanga d'Ájuda. Configura-se como uma pesquisa exploratória, com campo empírico na Ilha Mem de Sá e Aracaju, considerando-se como sujeitos de pesquisa nesses espaços, os moradores da ilha, agentes de turismo de agências de receptivo de Aracaju, além de gestores de escolas de ensino médio da capital. A perspectiva foi fornecer referenciais para que a comunidade da ilha possa usar esse segmento de turismo em seu benefício. A metodologia se constituiu, em consulta bibliográfica, abordagem empírica, baseada em visitas de campo na Ilha Mem de Sá e diálogo com a Associação de Moradores, participação em Oficina de Diagnóstico Rápido Participativo com os moradores e lideranças locais. Na comunidade dialogou-se com pessoas envolvidas na alimentação e hospedagem para discutir a contribuição que elas poderiam obter no orçamento familiar com a ida de estudantes para atividades educativas na localidade, com e sem pernoite. Para caracterizar o potencial da modalidade de intercâmbio foram feitas entrevistas no Sindicato de Guias de Turismo de Sergipe (SINGTUR/SE), na Student Travel Bureau (STB), que atua no mercado com intercâmbio. No intuito de identificar a demanda para a modalidade de estudos procedeu-se 11 entrevistas junto aos gestores de Escolas de Ensino Médio público e particular, de um universo de 93 e 35, respectivamente. No segmento a modalidade de intercâmbio apresenta mercado incipiente em Sergipe que atua como pólo emissor e não receptivo. Há pouca chance de haver uma contribuição para a comunidade da Ilha, que dependeria do oferecimento de curso por uma instituição e vínculo de ações naquela localidade. A modalidade de estudos, reconhecidos como excursões e estudos do meio desenvolvido por escolas mostraram-se ser relevante para a comunidade em questão por poder gerar fluxo de visitação na Ilha ao longo de todo o ano. A possibilidade de pernoite, na categoria de hospedagem cama e café ampliariam a perspectiva de circulação de dinheiro na localidade.

Palavras-chave: Mercado, Desenvolvimento local, Turismo, Intercâmbio, Ilha Mem de Sá

## 1. INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade multidisciplinar que abrange áreas diversas a exemplo da economia, cultura, ecologia e área social, traz interferências para as áreas com as quais ele dialoga podendo trazer benefícios e impactos negativos.

Nessa perspectiva o Turismo pode ser analisado como fenômeno social e do ponto de vista sistêmico. Molina (2005) apresenta essa concepção que ultrapassaria a idéia de Turismo como mero negócio e afirma que este deveria ser tratado no contexto de outros fenômenos, como o ócio e o tempo livre institucionalizado. Tratado como sistema a comunidade receptiva de uma localidade representaria um dos principais elementos do todo, seja como beneficiária e ou responsável no desenvolvimento do Turismo.

A emergência das idéias de sustentabilidade em diversas dimensões, na perspectiva de Sachs (2002) estendeu-se ao turismo, em especial para o desenvolvimento de políticas e programas (BENI, 2006; PETROCCHI, 2002).

A análise de qual o tipo de turismo poder ser desenvolvido em uma determinada localidade pode transitar entre a visão de negócio, no contexto dos mercados, e a possibilidade de desenvolvimento local com geração de renda, valorização das culturas e identidades locais.

Do ponto de vista de mercado a pluralidade natural do Turismo transforma-se em possibilidades para o setor de viagens e serviços de turismo, gerando empresas especializadas em diversos tipos de produtos e localidades que adaptam seus atrativos turísticos às motivações da demanda e busca adaptar a oferta com a procura.

A partir desse contexto, e fundamentando-se no conceito de Turismo estabelecido pela Organização Mundial do Turismo, o Ministério de Turismo do Brasil – MTur, de acordo o Plano Nacional de Turismo (2007), criou o Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos, norteado por duas linhas estratégicas: segmentação da oferta e da demanda turística e estruturação de roteiros turísticos. Uma das pretensões do programa é apoiar o ordenamento e a consolidação dos segmentos turísticos, de modo a dar identidade a produtos turísticos, minimizar os efeitos da sazonalidade e aumentar e diversificar a oferta turística.

Segundo Dias, é salutar a utilização da estratégia de segmentação. A segmentação de mercado deve ser vista pelas localidades como um aspecto fundamental no processo de aumento de sua competitividade perante outros lugares, pois permite a identificação dos clientes potenciais, suas expectativas e necessidades específicas (DIAS, 2005, p. 153).

No Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos encontra-se o Turismo de Estudos e Intercâmbio que “constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional” (BRASIL, 2008, p. 19).

Nesse estudo, coloca-se em evidência o Turismo de Estudos e Intercâmbio, como um possível indutor de desenvolvimento econômico e social no povoado da Ilha Mem de Sá localizada no município de Itaporanga D’Ajuda no Estado de Sergipe. Existe nesse local a necessidade de planejamento para que a atividade turística possa ser desenvolvida de maneira satisfatória, devido ao fato de ser uma pequena localidade, que não suporta o impacto do turismo de massa e possui riquezas culturais e ambientais que merecem ser preservadas.

Entende-se que esse tipo de turismo é capaz de reinventar a visita aos espaços turísticos, trazendo o turista para uma experiência não só de entretenimento, mas também educativa. Além disso, pressupõe-se que esse segmento também favoreça de forma mais direta o núcleo receptor, ou seja, a comunidade, pois incentiva a participação e integração dos moradores na atividade turística com a mostra do seu cotidiano e suas riquezas.

Na Ilha Mem de Sá está em curso um projeto para o desenvolvimento participativo da comunidade, gerado pela Embrapa Tabuleiros Costeiros. Tal projeto integra ações e parcerias diversas, e entre elas está o Instituto Federal de Sergipe - IFS com ações voltadas para o desenvolvimento do ecoturismo. Assim, o segmento de turismo com enfoque educativo, vinculado a instituições de ensino, pode se integrar a esse processo.

O Turismo de Estudos e Intercâmbio tem objetivos diferenciados que pode se refletir beneficentemente, gerar menores impactos para a localidade no que diz respeito a congestionamento de pessoas, geração de lixo, choque de costumes e poluição sonora.

O Turismo de Estudos e Intercâmbio abrange uma variedade de ações, mas há escassez de estudos acadêmicos em Sergipe. Dessa maneira a reflexão sobre as possibilidades e limitações desse segmento torna-se significativo para os estudos em turismo no estado. Assim sendo, o objetivo deste estudo foi analisar as perspectivas de execução do Turismo de Estudos e Intercâmbio na Ilha Mem de Sá, no município de Itaporanga D'Ájuda.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa teve caráter exploratório e descritivo e se baseia em uma abordagem empírica. Segundo Andrade (2007), o estudo exploratório configura-se como fase preliminar e possibilitam maiores informações sobre o assunto que se investiga. Este levantamento estabelece os critérios a serem adotados, os métodos e as técnicas adequadas. Complementando a anterior, a pesquisa descritiva destina-se a observação, registro, análise, classificação e interpretação dos dados adquiridos.

As ações de campo e análise envolveram duas vertentes: as perspectivas da modalidade intercâmbio e da modalidade de estudos contribuirão com o desenvolvimento do turismo na comunidade Mem de Sá. O universo da pesquisa abrangeu agências de turismo de Aracaju e instituições de ensino médio, públicas e privadas, bem como a comunidade da Ilha Mem de Sá.

Inicialmente foi feita uma visita na Ilha Mem de Sá e dialogou-se com a presidente da Associação de Moradores com intuito de colher informações sobre as pessoas interessadas em trabalhar com o turismo na localidade. Posteriormente, dialogou-se com as pessoas indicadas por ela. Em seguida foi possível reforçar os dados relativos à receptividade em uma Oficina de Diagnóstico Rápido Participativo com os moradores e lideranças locais na Escola Municipal Valdemar Fontes Cardoso, no dia 10 de julho de 2010, realizado pelo Grupo de Pesquisa Educação e Ecoturismo do Instituto Federal de Sergipe.

Para caracterizar o potencial da modalidade de intercâmbio foi feito contato com o Sindicato de Guias de Turismo de Sergipe (SINGTUR/SE) para saber quantas e quais agências de turismo que trabalham com receptivo. A partir dessas informações realizaram-se quatro entrevistas semi-dirigidas com representantes das Agências de Turismo com maior demanda, buscando informações relativas a intercâmbio e roteiros envolvendo litoral de Sergipe e a oferta desses serviços a escolas.

Logo após, entrevistou-se representante da Student Travel Bureau (STB), que atua no mercado com intercâmbio. Para complementar, consultou-se a possibilidade de desenvolver cursos em uma instituição pública, utilizando o Instituto Federal de Educação de Ciência e Tecnologia de Sergipe. Para tal, entrevistaram-se representante da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação e a Assessoria Internacional da instituição.

No intuito de identificar a demanda para a modalidade de estudos procedeu-se 11 entrevistas junto aos gestores de Escolas de Ensino Médio público e particular, de um universo de 93 e 35, respectivamente. Os estabelecimentos de ensino das entidades particulares localizadas no Município de Aracaju foram identificados a partir de informações geradas pelo Conselho Estadual de Educação e da Secretaria de Estado da Educação/Diretoria de Educação da Aracaju-DEA.

A amostra de escolas públicas de ensino médio entrevistadas foi intencional e não probabilística e

poderia ser ampliada, entretanto houve contratempos como período de greve nessas instituições e dificuldade de atendimento em escolas privadas, no tempo disponível para a pesquisa. Dessa maneira, evitou-se inferências baseadas em comparações e os resultados foram sistematizados de maneira a evidenciar a existência de demanda para atividades extra-classe nos dois segmentos (público e privado) que poderiam ser articuladas entre o destino Ilha Mem de Sá ou Reserva do Caju por agências ou instituições de ensino superior.

Na comunidade dialogou-se, a partir de entrevista, com pessoas envolvidas na alimentação e hospedagem para discutir a contribuição que teria no orçamento familiar com a ida de estudantes para atividades educativas na localidade, com e sem pernoite. No caso de pernoite, buscou-se discutir a possibilidade da modalidade de hospedagem cama e café, que segundo MTur (BRASIL, 2010, p.8) “Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida”.

### 3. O TURISMO DE ESTUDOS E INTERCÂMBIO EM SERGIPE

No Brasil, as viagens com objetivo educativo são comumente chamadas de Turismo Educacional, Turismo de Intercâmbio ou Turismo Educacional-Científico. Ou ainda: Turismo Universitário, Turismo Pedagógico, Turismo Científico, além de Turismo Estudantil. O Ministério do Turismo delimitou o conceito do Turismo de Estudos e Intercâmbio, com base na motivação por atividades e programas de aprendizagem, que podem promover o desenvolvimento pessoal e profissional por meio das vivências interculturais (BRASIL, 2008).

O objetivo é que os programas desenvolvidos sejam utilizados para promoção de uma determinada localidade sem atrativos ou conhecimentos pertinentes por quem pratica esse tipo de turismo. Na localidade em que se está estudando inserem-se duas modalidades, cursos técnicos e estágios profissionalizantes e visitas técnicas e pesquisas científicas.

Segundo o questionário aplicado com a Student Travel Bureau - STB, a maior parte do mercado de intercâmbio concentra-se em duas empresas: a CI com 57 lojas (próprias, franquias e agentes especiais) e a STB, com 49.

A partir das entrevistas com os representantes do receptivo de agências de turismo de Aracaju observou-se que os roteiros turísticos mais procurados em Sergipe e que poderiam servir de atrativo natural e cultural para pessoas interessadas em intercâmbio para o estado são: Cânion do São Francisco ou Xingó, em Canindé de São Francisco, na divisa entre Sergipe e Alagoas; Delta do São Francisco e Mangue Seco, na Bahia, mas com acesso mais próximo via Aracaju.

Em relação à demanda turística registrada pela Agência, afirmaram que o maior público é formado por “nordestinos” e também “sulistas” – “demanda vêm do Nordeste e vêm do Sudeste, vem o pessoal estritamente de São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Rio de Janeiro”; “Regiões do Sul e Sudeste.”; Aqui é muito variável, tem gente de vários lugares, Salvador, São Paulo, mas a concentração maior é no Sudeste”. Cabe identificar se esta demanda incluiria a motivação para estudos.

Para os agentes de viagens, observou-se que poucos tinham informações a respeito do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio ou não tinham interesse em se aprofundar neste mercado de atuação, conforme as respostas adquiridas. Geralmente vêm de cursos de idiomas propriamente dito, Inglês e Espanhol e alguns estudantes, na área de Comércio Exterior. A demanda para Aracaju estaria associada a Congressos realizados na capital.

Quanto à intenção das agências atuarem nesse segmento de estudos e intercâmbio poucas estão preparadas e interessadas em inserir mais um roteiro dentro do leque de opções de atrativos convencionais existentes em Sergipe.

Para saber como eles elaboram novos roteiros turísticos, observou-se que há influência das grandes operadoras de turismo como a CVC, bem como a mídia televisiva. Como exemplo, a resposta: “Geralmente sim, pois depende da mídia, como por exemplo, uma novela está fazendo destino tal, aí geralmente a partir daí o público e a mídia começam a procurar e divulgar depende muito do modismo, da mídia em convencer o público”. Alguns representantes das agências perderam o foco de discussão, embora sinalizem o envolvimento no novo segmento de turismo.

Os procedimentos para a construção de um roteiro turístico desenvolvido pelas agências são os seguintes: “Alguém da CVC vem para aprovar um roteiro e analisa as condições de suporte. Existem tarifas menores para as agências, pressupondo que irão contratar guias, já para o público há uma tarifa maior”; “Em primeiro lugar conhecer o que esse destino tem a oferecer turisticamente, depois a estrutura de toda parte hoteleira e o receptivo em relação aos roteiros que fazem os passeios e sabendo que tem essa estrutura tem que ir para parte tarifária que geralmente são os operadores locais que oferece isso a gente monta o pacote, ver o que viabiliza ver a parte aérea também que é fundamental aí a gente vai fazer a composição que chamamos de pacote e lança isso no meio de comunicação”.

Quanto às parcerias existentes para desenvolver esses novos roteiros citaram-se principalmente a Empresa Sergipana de Turismo- EMSETUR: “Nós não montamos roteiros, pegamos pronto, geralmente quem tem criado roteiro é a EMSETUR, que chama as agências e propõem esses novos roteiros, que eles divulgam para que, elas pelo menos tentem colocar em prática os roteiros que eles criam”; “Depende muito da parceria com a empresa de turismo local, aqui seria a EMSETUR, na Bahia seria a Empresa de Turismo da Bahia S/A- BAHIATURSA onde existem algumas feiras e congressos, que estes estados adquirem outros produtos para venderem não só para o Brasil como também para o exterior, eles fazem parcerias com qualquer operador ou agência”; “Não tem a participação, geralmente eles fazem parcerias, com agências de outros estados, ou locais de receptivo”.

Na perspectiva de conhecimento da existência da Ilha Mem de Sá, localizada em Itaporanga D’Ajuda, a maioria disse que não conhecia, mas que poderíamos fazer uma excursão com o *trade* para que ela se tornasse conhecida. Através dessa inquietação, procurou-se saber o grau de envolvimento das agências com a comunidade, questionando-se a respeito de quais interações existentes entre a agência de turismo e a comunidade local e se positivo, como isso se processa. Os agentes responderam que é o guia que tem maior contato com o turista e passa as informações que julga necessárias para a agência, ou que o público já tem informações a respeito do local – “Muitas vezes o público que eu levo já vão com as informações da cultura local, eu até divulgo essa cultura para atrair os visitantes, pois as pessoas vão para uma localidade e querem saber qual é a cultura, qual é a alimentação, por exemplo”. Alguns sinalizam a integração feita pelos turistas por meio dos intervalos feitos no city-tour, deixando-se perceber o pouco envolvimento dos profissionais de turismo com a comunidade residente dos destinos ofertados.

Com relação aos possíveis benefícios que os novos roteiros turísticos trariam ao desenvolvimento da comunidade local, poucos sinalizaram benefícios, entendendo-se um envolvimento superficial. Entre as respostas destacou-se: “Beneficia quando eu levo meu público lá e este vai usufruir dos recursos que lá existem, movimentando a renda local”. Os representantes conhecem, de certa forma, o segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio, investiriam nesse tipo de turismo em grande escala, mas não com o intuito de beneficiar pequenas comunidades.

Do ponto de vista de mercado a escassez de dados sobre o segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio em Sergipe foi reforçada pela agência Student Travel Bureau – STB, que afirmou existir demanda para emissão de pessoas para fora do país, como exemplo a América do Norte, Europa, América do Sul e Oceania. Porém, sinalizou que o Rotary Club trabalha com intercâmbio, sem interesse comercial.

Ainda, de acordo com a STB, o intercâmbio depende de parcerias com instituições de ensino que oferecem os cursos e para que isso ocorra em Sergipe, o processo seria o mesmo, desde pessoas que moram em outros países e venham estudar em Sergipe, como alunos de outras instituições estaduais



que queiram entrar no IFS para participarem do programa de intercâmbio. No caso de alunos que residam em outros países e que venham estudar no IFS não há nenhum tipo de programa que viabilize essa ação, pela STB. Esse tipo de parceria ocorre entre as universidades interessadas e a STB poderia entrar como suporte nos quesitos burocráticos como visto, passagens aéreas e demais serviços para facilitar a viagem.

No caso do intercâmbio interestadual citado anteriormente, seriam necessárias ações internas para divulgação desta, que poderia ser através de palestras culturais ou voltadas aos programas específicos que a STB costuma trabalhar. Outro aspecto ressaltado seria alinhar programas que fossem do interesse dos alunos do IFS, além de cursos de idiomas, cursos de extensão e especialização a depender de cada área.

A partir dos representantes do Instituto Federal de Educação de Ciência e Tecnologia de Sergipe, através das consultas na Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão e Assessor Internacional, não existem programas dessa natureza, entretanto, há estudos para avaliar essa possibilidade. Como exemplo, citou-se a instituição American Field Service (AFS), que trabalha com intercâmbio, com sede em São Paulo, que está com uma proposta para que o IFS possa receber alunos de outros países na intenção de aprender a língua nativa. Para que isso ocorra, será necessária a catalogação de famílias hospedeiras, ou seja, alunos do IFS, que os pais possuam interesse em alojar esses possíveis alunos. A perspectiva é que se a parceria der certo, virão alunos do Canadá, China, México entre outros e terão permanência de um ano.

De forma geral, além das parecerias os interessados teriam que estar atrelados a um projeto de pesquisa, conduzido por um professor do Instituto e seria viabilizado por meio de edital. A Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão daria suporte e aval para liberação de curso e criação de edital específico.

#### 4. A DEMANDA PARA ATIVIDADES EDUCACIONAIS CIENTÍFICAS EM ARACAJU

Ao questionar os coordenadores das 11 escolas entrevistadas (5 privadas e 6 públicas) sobre qual o nome dado para as atividades realizadas fora da instituição, as visitas técnicas foram a mais citada para escolas privadas (Tabela 1). Entretanto, passeios, estudos do meio e excursões foram freqüentes nas respostas. Outros nomes sugeridos pelos representantes das escolas foram: excursões pedagógicas, extraclasse, gincana, feira literária e por fim passeatas com temas a depender do evento.

**Tabela 1** – Nomes dados para as atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Privada	Pública	Total
Passeio	2	1	3
Visita Técnica	4	1	5
Estudo do meio	2	1	3
Excursão	2	1	3
Outros	2	3	5

FONTE: Trabalho de campo, 2011.

Observou-se que as visitas técnicas nas instituições se tratavam de atividade de caráter educativo, enquanto que nas excursões, além do caráter pedagógico, incluíam o lazer para estimular a continuidade das atividades. A freqüência em que essas atividades são desempenhadas foi muito variável devido à amplitude de atividades incluídas, desde passeios e excursões até eventos (Tabela 2). As atividades são realizadas em apenas um dia para 73% das escolas entrevistadas e 27% em mais que um dia. Observou-se que nas escolas públicas estas atividades são realizadas no próprio horário de aula,

na maioria das vezes e em escolas privadas existe a possibilidade de atividades serem realizadas em locais distantes, necessitando de pernoites, sendo articuladas por agências de viagem.

**Tabela 2** – Frequências e duração das atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Categoria	Privada	Pública	Total
Frequência	Por mês	1	2	3
	Por semestre	1	3	4
	Por ano	1	1	2
	Outros	3	1	4
Duração	Um dia	2	6	8
	Mais que um dia	3	1	3

FONTE: Trabalho de campo, 2011.

Foi possível analisar a partir das entrevistas que a frequência das atividades realizadas está atrelada à necessidade de complementar o conteúdo visto em sala de aula.

Para a realização das atividades é freqüente o auxílio e até a contratação de profissionais externos (Tabela 3). No caso das atividades serem realizadas em parceria com alguma empresa, algumas escolas privadas contrata agências de viagem, tais como: Forma de Viagem e Young Tour que são empresas de Turismo, além de parcerias de Instituições de ensino superior como a Universidade Federal de Sergipe - UFS e Universidade Tiradentes - UNIT. Nas escolas públicas a maioria depende de patrocínios e também existem parcerias com as Instituições que desejem realizar alguma atividade, tais como as citadas anteriormente e o IFS ou até mesmo de outras instituições que desenvolvam atividades na escola, por escassez de verbas ou até por prioridade na destinação da mesma.

**Tabela 3** – Auxílio e Contratação de profissionais para realização das atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Categoria	Privada	Pública	Total
Auxílio	Não	2	1	3
	Sim	3	5	8
Contratação de profissionais	Não	1	6	7
	Sim	4	0	4

FONTE: Trabalho de campo, 2011.

Para saber se contratam profissionais externos para colocarem em prática as atividades, através de empresas e por pessoa física envolvidas no contexto da atividade, a maioria respondeu que apenas os professores, tanto em escolas particular quanto as públicas, realizam atividades com intuito educativo e os professores trabalham visando a interdisciplinaridade das matérias, permitindo ao participante adquirir conhecimentos relativos à atividade desempenhada.

Para a condução dessas atividades as escolas privadas utilizam transporte próprio ou alugado, já nas instituições públicas o transporte é emprestado (Tabela 4).

**Tabela 4** – Meio de Transporte para as atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Categoria	Privada	Pública	Total
Meios de Transporte	Próprio	3	1	4
	Alugado	3	1	4
	Emprestado	0	3	3

FONTE: Trabalho de campo, 2011..

A quantidade de alunos que participam de cada atividade é de número acima de 40 alunos, pois a tendência é unir as turmas, sendo que cada turma possui aproximadamente 40 alunos (Tabela 5).

**Tabela 5** – Quantidade de alunos e turmas para as atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Categoria	Privada	Pública	Total
Quantidade de alunos que participam	Até 20	0	0	0
	Entre 20 e 40	1	0	1
	Entre 40 e 60	3	3	6
	Acima de 60	1	3	4
Quantidade por turma	Uma Turma	2	2	4
	Duas Turmas	2	0	2
	Três Turmas	1	2	3
	Mais de três Turmas	0	2	2

FONTE: Trabalho de campo, 2011.

A finalidade ou objetivos pelos quais ocorrem essas atividades, nas escolas particulares, foram citadas “Pedagógicas, Educativo, Lazer; Cultural; para o esclarecimento da metodologia; Desenvolver Projetos”. Nas escolas públicas o intuito é “fixar aprendizagem; educativo; pedagógico; além de complementação de avaliação, integração de alunos; incentivo para permanência na escola; buscar aprimorar os conhecimentos. Afirmaram ainda que as atividades possuem sempre o caráter pedagógico e educativo.

Em relação aos custos das atividades nas escolas particulares 60% disseram que repassam e 40% que não, nas escolas públicas não o custo não é repassado (Tabela 6).

**TABELA 6** – Custo das atividades extra-classe desenvolvidas por escolas de ensino médio públicas e privadas de Aracaju.

Variável	Categoria	Privada	Pública	Total
Custo é repassado aos participantes	Não	2	5	7
	Sim	3	1	4

FONTE: Trabalho de campo, 2011.

Observou-se que o quantitativo de professores que acompanham os alunos nas atividades depende do número de alunos participantes e de parcerias de professores que trabalham em diferentes áreas.

As escolas particulares afirmaram que nessas atividades existe o envolvimento de professores nas áreas de educação física junto a professores de outras disciplinas, como biologia, história, física, química, geografia, citando-se a interdisciplinaridade; enquanto nas públicas, além das disciplinas citadas complementaram com filosofia, artes, ou seja, todas trabalham juntas e de certa maneira os professores exercem atividades em parceria. No caso das instituições de ensino superior observou-se que há uma variedade de cursos e as visitas técnicas, aulas de campo, pesquisa e extensão são organizadas pelos professores da própria instituição.

Em virtude da Ilha Mem de Sá situar-se em Itaporanga D'Ajuda, no litoral Sul sergipano, com atratividade natural, no qual existe a possibilidade de ocorrer visitação por um determinado grupo, identificou-se a demanda do próprio Instituto Federal de Sergipe. Neste é comum a realização de visitas técnicas e a Coordenadoria de Integração Escola Empresa – CIEE forneceu dados de quantas visitas foram realizadas em áreas naturais, de 2008 - segundo semestre até 2011- primeiro semestre.

Constatou-se que há demanda para áreas naturais e que em média 800 alunos do IFS, dos cursos de Guia de Turismo, Tecnologia em Gestão de Turismo e Hospedagem viajam por ano para a realização de Visitas Técnicas (Tabela 7).

TABELA 7 – Quantidade de alunos e de visitas técnicas a áreas naturais realizadas pelo Instituto Federal de Sergipe no período de 2008 a 2011.

Número	2008	2009	2010	2011	Total
Visitas Técnicas	14	16	26	12	68
Alunos (média)	523	560	910	420	2413

Legenda: Em 2008 e 2011 os dados são de um semestre.

Entre as localidades visitadas nesse período estão Barra dos Coqueiros, Brejo Grande, Divina Pastora, Glória, Pirambu, Pacatuba, Própria, Lagarto, Itabaiana, Itaporanga, Reserva do Caju, Estância, Laranjeiras, São Cristovão, Canindé do São Francisco e Aracaju City em Sergipe; Penedo, São Miguel, Piranhas e Maceió em Alagoas; Recife, Caruaru, Fazenda Nova e Garanhuns em Pernambuco; Praia do Forte, Itaparica, Salvador, São João da Mata, Mucugê, Lençóis/Chapada Diamantina, Cachoeira e Paulo Afonso na Bahia, Natal em Rio Grande do Norte.

Na modalidade de intercâmbio, a demanda ainda é pequena em Sergipe e a possibilidade de viabilizar roteiro vinculando à Ilha é mais difícil, mesmo com aumento do fluxo turístico em outros segmentos. A Ilha Mem de Sá não está inserida em nenhum roteiro turístico, para isso, é preciso que as agências e as instituições de ensino reconheçam a localidade e suas riquezas culturais e ambientais para que gerem cursos e parcerias para benefício da comunidade, assim como o vínculo existente entre a Reserva do Caju, da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa pode favorecer esse fluxo na localidade.

Nos diálogos com moradores e em reunião participativa verificou-se a existência de pessoas com interesse em trabalhar com hospedagem, transporte, alimentação, lazer e artesanato, possibilitando o pernoite e serviço para que os visitantes com enfoque educativo possam permanecer por mais tempo na localidade, desenvolvendo o segmento do Turismo de Estudos e Intercâmbio.

A Ilha Mem de Sá vem sendo estudada por algumas instituições de Aracaju, o objetivo maior é conhecimento por parte dos pesquisadores com interesse nas paisagens, a cultura local e a preocupação com o desenvolvimento local em benefício para a comunidade. Atualmente os grupos de estudantes que fazem pesquisa na comunidade, relativamente não gastam para pernoitar ou se alimentar, restringindo-se ao transporte de barco.

Os poucos visitantes que pernoitam são pesquisadores ou parentes e amigos de moradores. Mesmo no caso de pesquisadores, não se cobram pelos serviços, tal como a afirmação: “fazem as refeições na casa de Dona Natalina, mais eles levam comida para ela cozinhar, ela não cobra, nem pelo preparo da

refeição e nem pelo pernoite”. Em outra entrevista, dessa vez com Sr. José Evandro, esposo da Sra. Natalina, perguntou-se sobre o seu interesse em investir em hospedagem. O morador informou que seu filho, não aluga mais a casa, pois está trabalhando. Afirmou também que havia grupos de visitantes que dormiam na casa dele e que passavam geralmente dois dias. A comida que a esposa preparava não era cobrada, nem o pernoite, pois ele disse que por ter amizade com o grupo e por eles estarem fazendo pesquisa não era cobrado nada, e nos informou que não tem interesse em transformar a casa em uma pousada, pois disse que é muito preocupante.

Na modalidade do Turismo de Estudos as possibilidades de contribuir com a Ilha são maiores. Verificou-se que não há visitação com pernoite, nem infraestrutura adequada para um grande fluxo turístico na localidade. O deslocamento de estudantes existe, sem agendamento, mobilizada pelas próprias instituições. Existe também, demanda das escolas de ensino médio e superior pelo menos para atividades de um dia, mesmo que não exista pernoite e os roteiros podem ser direcionados para a localidade, o que em tese contribuiria com o orçamento familiar dos moradores da Ilha Mem de Sá.

Com a perspectiva de uma demanda maior, as pessoas envolvidas com esse tipo de serviço os moradores poderiam se beneficiar. Por exemplo, num grupo com quatro estudantes, de acordo com os entrevistados, poderia ser cobrado um valor entre R\$ 30,00 e R\$ 50,00 por pessoa para pernoitar, com direito ao café da manhã e R\$ 15,00 reais em almoço ou jantar a parte. Outra opção apontada pela comunidade foi o fornecimento da hospedagem sem pernoite, permitindo com isso a visitação por um dia. Considerando que possa haver grupos com maior número de pessoas, no caso de uma pequena turma de alguma instituição de ensino médio ou superior, permitiria uma renda alternativa. A modalidade de hospedagem Cama e Café amplia a perspectiva de viabilizar pernoite. Apesar dessa possibilidade, devem-se reconhecer as exigências expostas pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, do Ministério do Turismo (BRASIL, 2010b). Assim, há que se buscar apoio em instituições como Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa- SEBRAE, e o Serviço Nacional de aprendizagem comercial- SENAC e/ou Universidades, no sentido de capacitar os estabelecimentos e as pessoas que oferecerão esse serviço.

## CONCLUSÃO

O processo de desenvolvimento do Turismo de Estudos e Intercâmbio vislumbra não apenas a visitação, mas também a interação e integração com comunidade e meio ambiente. A demanda para esse tipo de turismo é composta em sua maioria por docentes, discentes e gestores de instituições públicas e privadas que visualizam no turismo a possibilidade de desenvolvimento intelectual.

Foi possível identificar a compatibilidade desse tipo de turismo com a Ilha Mem de Sá, pois nas entrevistas efetuadas, os moradores mostraram-se interessados em inserir um turismo que não leve um grande volume de visitantes à localidade. Para os entrevistados, é importante uma nova fonte de renda para quem reside no local, mas devem ser priorizadas a tranquilidade e o sossego do lugar. Entretanto, a modalidade cama e café exigirá orientação e investimento para que atenda às exigências e reconhecimento do Ministério do Turismo.

O mercado é escasso para o trabalho do Segmento de Turismo Estudos e Intercâmbio em Sergipe, porém existe a possibilidade de trabalhar a área estudada, ou seja, o povoado da Ilha Mem de Sá através da categoria de hospedagem cama e café, possibilitando o deslocamento de um grupo de visitantes com enfoque educativo, permitindo gerar uma renda complementar para as pessoas envolvidas na prática dessa modalidade.

Além disso, já existe um pequeno movimento de visitas com pernoite advindas de estudantes pesquisadores de Universidades em parceria com a Embrapa Tabuleiros Costeiros, com o intuito de pesquisar quintais produtivos agroecológicos.

Apesar das dificuldades na coleta de dados, o enfrentamento desses problemas, bem como os aspectos próprios de um trabalho científico, como sistematização e discussão, frente aos resultados, fez também

parte do aprendizado em iniciação científica.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução a Metodologia do Trabalho Científico**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010: Uma Viagem de Inclusão**. Brasília : Mtur, 2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de classificação de meios de hospedagem – Cartilha do processo de classificação**. Brasília, DF : Mtur, 2010a.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de classificação de meios de hospedagem – Cartilha de orientação básica – cama & café**. Brasília, DF : Mtur, 2010b.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de estudos e intercâmbio: orientações básicas**, Brasília: Mtur, 2008. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Estudo\\_e\\_Intercambio\\_Orientaxes\\_Basicas.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudo_e_Intercambio_Orientaxes_Basicas.pdf). Acesso em: 23 de maio de 2010.

DIAS, R. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

MOLINA E, S. **Turismo, metodologia e planejamento**. Bauru, SP: EDUSC, 2005.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 6 ed. São Paulo: Futura, 2002.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

## O PAPEL DA GASTRONOMIA NO ECOTURISMO DA ILHA MEM DE SÁ, ITAPORANGA D'AJUDA - LITORAL SUL DE SERGIPE

RIBEIRO, N. J.<sup>1</sup>, ANDRADE, S. T.<sup>2</sup>, BRAGHINI, R. C.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju, <sup>2</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju, <sup>3</sup>Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju,

1juribeirosp@bol.com.br – 2tamilesandrade64@hotmail.com – 3claudio.braghini@ifs.edu.br

### RESUMO

A gastronomia típica é considerada como uma legítima representação da cultura e identidade, riqueza herdada enquanto cidadãos, soma dos bens culturais que conservam o que fomos e o que somos. Ela carrega em sua essência um valor simbólico e cultural, capaz de atrair uma demanda de visitantes aos locais turísticos, sejam eles motivados exclusivamente por ela ou não. Em conjunto com a história local apresenta ao turista a raiz e a identidade cultural da comunidade. Este trabalho teve por objetivo analisar as possibilidades da gastronomia como elemento agregador de valor ao ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda-SE. A pesquisa pretendeu ainda elaborar um inventário turístico voltado para o patrimônio cultural imaterial – gastronomia e também a construção de um plano de capacitação para a atividade turística vinculado à gastronomia e a identidade cultural da comunidade, visando oferecer alternativas de geração de renda para os moradores da localidade. A pesquisa empírica foi realizada na comunidade Mem de Sá, uma ilha fluvial associada à Bacia Hidrográfica do Rio Vaza-Barris e possuidora de ambientes como restinga e manguezais, que proporcionam um panorama atrativo ao turismo. A ilha foi escolhida para a realização da pesquisa por ser uma localidade que desponta para a atividade turística e também por ser o cenário de outros trabalhos vinculados ao Grupo de Pesquisa Educação e Ecoturismo e pelo convênio existente entre o Instituto Federal de Sergipe e a Embrapa Tabuleiros Costeiros. A metodologia da pesquisa baseou-se no levantamento bibliográfico e documental, diálogo prévio com líderes comunitários, nove entrevistas com roteiro estruturado e aberto, elaboração e preenchimento de formulários para compor inventário das iguarias típicas e a construção de um plano de capacitação, ligando gastronomia às áreas de educação patrimonial, identidade cultural, higiene e segurança alimentar, turismo e hospitalidade. O projeto permitiu às pesquisadoras compreenderem a estrutura e as etapas de uma pesquisa científica, contribuindo com o grupo de pesquisa no fornecimento de informações para a inventariação turística da ilha Mem de Sá nos aspectos culturais, bem como estabelecendo um referencial para as oficinas de capacitação em Turismo e Hospitalidade a serem desenvolvidas. O trabalho pioneiro no que se refere à gastronomia da Ilha Mem de Sá e sua relação com o turismo gerou ainda o trabalho de conclusão de curso das pesquisadoras e deste a elaboração de artigo submetido a um periódico internacional.

**Palavras-chave:** gastronomia, ecoturismo, identidade cultural, comunidade, produto turístico.

## 1. INTRODUÇÃO

A gastronomia típica é considerada como uma legítima representação da cultura e identidade, riqueza herdada enquanto cidadãos, soma dos bens culturais que conservam o que fomos e o que somos. Para Córner (2008, p.1-2), “A cozinha é uma referência cultural e mostra nas escolhas e ingredientes alimentares ainda que, inconscientemente podem revelar a essência dos tabus e dos gostos. Pois, ela contém toda herança dos antepassados, a memória e as identidades de um povo”. Segundo Franco (2001, p.26), “O homem é cerimonioso no comer. Tem relação ao alimento atitude complexa. Não come somente para saciar a fome. Para ele, o alimento se reveste também de valor simbólico e, eventualmente, se transforma em objeto ritual”.

O valor simbólico e cultural que a gastronomia carrega em sua essência conta com a possibilidade de atrair se não uma demanda específica, mas uma demanda em potencial de visitantes a locais de interesse turístico e em conjunto com a história local demonstrar ao turista toda a raiz e identidade cultural da comunidade (CEZAR, 2003).

A atividade turística vem com o passar dos anos ganhando cada vez mais forças culturais e históricas, estabelecendo-se como atividade econômica de relevância, mas também como resgate histórico a favor da valorização dos elementos da comunidade como atrativos turísticos, o que contribui para o desenvolvimento local. Por fazer parte dos bens que compõem o patrimônio cultural imaterial de um povo, a gastronomia está intimamente ligada ao turismo cultural.

A gastronomia é um item fundamental dentro da oferta de um destino turístico, devido ao fato dos turistas necessitarem de alimentação, podendo esta se tratar da principal motivação ou apenas de uma necessidade, o fato é que a gastronomia pode adquirir um peso considerável no consumo realizado pelos turistas (REBELO, 2003).

Devido a esta característica associadora que a gastronomia possui, é que ela participa de forma direta de um turismo sustentável. Rebelo (2003, p.1), aborda a gastronomia sob a ótica de quatro aspectos importantes: (i) elemento da cultura local que os turistas consomem; (ii) componente importante para o desenvolvimento econômico e agrícola; (iii) vetor integrante da promoção turística; (iv) turismo gastronômico.

Os autores deste artigo entendem o turismo sustentável não apenas sob o aspecto econômico, mas também voltado para a preservação ambiental, a valorização e preservação do patrimônio cultural e a partir desses pressupostos, a promoção de uma geração de renda, tomando-se como referência o ecoturismo.

Com base nesses aspectos é que surgiu este trabalho, fruto de um projeto de iniciação científica – PIBIC, vinculado ao Instituto Federal de Sergipe (IFS). Os autores também estão ligados ao Grupo de Pesquisa Educação e Ecoturismo, Coordenadoria de Hospitalidade e Lazer. O grupo de pesquisa existe desde 2007 e tem atuado em pesquisa e extensão, atrelado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo. Os trabalhos gerados direcionam-se às linhas de Educação, Educação Ambiental, Educação Patrimonial, Turismo e Ecoturismo (BRAGHINI et al, 2007).

A proposta do estudo da localidade em questão teve como origem o convênio técnico-científico, celebrado entre IFS e Embrapa Tabuleiros Costeiros, para o desenvolvimento do ecoturismo Campo Experimental de Itaporanga (Reserva do Caju), em Itaporanga D’Ajuda. O envolvimento do IFS ocorreu de forma colaborativa no projeto da Embrapa intitulado “Gestão participativa da Reserva do Caju” (Macroprograma 4).

O Macroprograma 6 da Embrapa – Desenvolvimento participativo da comunidade da Ilha Mem de Sá, desenvolveu-se a partir do projeto de gestão da Reserva do Caju (CURADO, 2008). O IFS se estabeleceu como parceiro para o desenvolvimento do ecoturismo na Ilha, integrado às demais ações, tendo como perspectiva a fomentação do turismo na Ilha Mem de Sá, em Itaporanga D’Ajuda, como



fonte de renda para a comunidade, estimulando a conservação ambiental e a apropriação do ecoturismo como um modelo de gestão da atividade turística.

A Ilha é composta por cerca de 72 famílias que sobrevivem da pesca e do aproveitamento de alguns produtos a exemplo do coco, mas é através da captura de mariscos e de peixes que eles realizam a principal atividade econômica para garantia do próprio sustento e das famílias.

O povoado Mem de Sá possui entre seus recursos naturais, paisagens atrativas ao turismo – fragmentos da mata atlântica (restinga e manguezais). No aspecto cultural, destacam-se o Samba de Coco, o Reisado e as comemorações à padroeira da comunidade - Santa Luzia – que ocorrem no mês de dezembro. É neste período que também acontece a Festa do Caranguejo, “simbolizando a pesca como uma das principais atividades econômicas da população, evento que conta com a participação de bandas musicais de localidades próximas, como também dos grupos folclóricos existentes na ilha” (SOUZA, BRAGHINI, ARAÚJO, 2010, p. 239) inclui-se também a própria gastronomia local, um dos elementos importantes e que desperta o interesse nos visitantes.

O Ecoturismo como modelo de gestão da atividade turística é uma opção para a Ilha Mem de Sá, na medida em que se concebe uma prática sustentável, que valoriza o patrimônio natural e cultural, incentiva a conservação, busca a formação de uma consciência ambientalista, promovendo o bem estar das populações envolvidas, ou seja, alia turismo, conservação ambiental e inclusão social.

A pergunta norteadora que conduziu a execução deste trabalho é se existiria na Ilha Mem de Sá iguarias que pudessem agregar valor ao ecoturismo. O objetivo geral foi analisar as possibilidades da gastronomia como elemento agregador de valor ao ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D’Ajuda-SE, seguidos pelos objetivos específicos: (i) elaborar Inventário turístico voltado para o patrimônio cultural imaterial – gastronomia; (ii) construir plano de capacitação para a atividade turística vinculado à gastronomia e a identidade cultural da comunidade, visando oferecer alternativas de geração de renda para os moradores da localidade.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Muitos cientistas modernos afirmam que o planeta Terra teria se formado há cerca de cinco milhões de anos, porém somente há 3,5 milhões de anos é que os primeiros mamíferos semelhantes ao homem - e que já caminhavam de dois pés surgiram. De acordo com Leal (1998), foi a partir deste momento que ele teve as mãos livres, que também iniciaram a cata dos frutos nas árvores, a retirada dos caracóis das conchas e até o ato de lançar-se sobre um animal mais ágil.

Na Pré-história o homem alimentava-se de raízes e frutos, mas quando criou vários tipos de armas, como redes de pesca, arcos, flechas, arpões, lanças com bicos envenenados - principalmente para se defender das feras – a sua dieta alimentar foi ampliada, começando assim a cambiar seus hábitos alimentares. Essa transformação da alimentação do homem trouxe grandes variações em sua rotina, como verificamos em Leal (1998, p.15) “ele precisou se organizar em grupos de modo a reunir esforços para atrair as presas a uma emboscada, esfolá-las, esquartejá-las e depois levá-las até uma árvore, caverna ou gruta onde o grupo estava fixado. E aí ele se reunia com os demais companheiros para devorar a presa”. Furtado (2004, p.1) ressalta o caráter simbólico dessa transformação: “o ser humano tinha um tipo de alimentação em seus primórdios e essa foi evoluindo, ou modificando-se, de acordo com a própria evolução humana e do espaço em que está inserido, passando a ser um elemento simbólico e não apenas de subsistência”.

Com o domínio do fogo, há mais de 500 mil anos atrás, surge um marco divisório entre a caça crua e a assada, sendo que esta última ganhou a preferência do paladar. Desde então, a alimentação veio se aperfeiçoando, até atingir hoje o status de herança cultural, fator de identificação e de distinção de grupos.

Para Segala (2003, p.1), “não fosse à curiosidade e uma necessidade básica nossa de experimentar, degustar, provar, descobrir, agregada à capacidade de nossos cinco sentidos, não teríamos hoje a riqueza e a arte da boa mesa”.

A gastronomia tal qual o homem, vem evoluindo ao longo dos séculos, passando por várias etapas, aperfeiçoando técnicas, contribuindo assim para a agricultura, a domesticação dos animais, o comércio e mais recente para o próprio turismo. Ibrahim (2003, p.3) completa tal forma de pensamento quando diz que “o alimento transforma o homem de biológico a social e o torna diferente de outros animais, pois lhe fornece o contato com outros povos e cultura. O homem é tão civilizado como se vê hoje graças ao alimento”.

Para Collaço (2007), o turismo e a gastronomia estreitaram seus laços ao longo do século XX, quando o ato de viajar passou a ser uma constante, aliado ao período de descanso. “As férias e os meios de transporte mais eficazes fizeram com que os deslocamentos se tornassem comuns, resultando em um intenso fluxo de pessoas” (COLLAÇO 2007, p.1). Costa (2008) acredita que a presença marcante da gastronomia no turismo tenha surgido em 1945 devido ao aumento do turismo de massa mundial do pós- guerra. Partindo desta relação, Córner (2004, p.1) afirma que “gastronomia e turismo são indissociáveis uma vez que se torna impossível pensar em turismo, sem prever a alimentação para curta ou longa permanência”.

Os turistas hoje demandam cada vez mais por elementos culturais e a gastronomia faz parte desta nova demanda e muitas localidades fazem uso desta tendência para se promoverem através da história, da cultura e da própria gastronomia, no entanto nem todos os turistas são motivados por este aspecto cultural e neste contexto Schlüter aponta possíveis alternativas para contornar esta dificuldade:

Devido ao fato de que a gastronomia raras vezes seja o agente motivador principal de um deslocamento turístico, recorre-se geralmente à criação de rotas temáticas e culturais que permitem integrar em um produto os elementos que individualmente não atraem interesse suficiente ou contam com certas dificuldades de promoção ou comercialização, tornando possível um produto final de maior valor que a soma das partes e incrementando assim seus benefícios econômicos e sociais (SCHLÜTER, 2003, p.71)

Além de um atrativo turístico, Grechinsk e Cardozo (2008, p.5) também consideram a alimentação como um serviço turístico.

Pode ser um atrativo, quando traduz a identidade de uma localidade, fazendo com que os turistas sintam-se motivados a conhece-la, e satisfazendo assim suas necessidades pessoais. E pode ser um serviço por compreender a estrutura elementar de alimentação (restaurantes, bares, lanchonetes e similares), complementando o pacote de serviços oferecidos ao turista com o objetivo de suprir suas necessidades alimentares.

Quer seja como produto ou como atrativo de uma localidade, a gastronomia desempenha um importante papel do ponto de vista turístico, à medida que gera novas possibilidades para as mais diversas formas de turismo também se voltarem para os aspectos gastronômicos (FURTADO, 2004).

Compartilhando da idéia de Furtado no tocante a utilização da gastronomia pelos mais variados segmentos, através da realização deste trabalho deseja-se apontar as possibilidades da gastronomia, juntamente com o ecoturismo promovendo uma capacidade de auto-gestão, a fim de contribuir no desenvolvimento turístico, social e econômico na comunidade Mem de Sá, contando com o apoio das políticas públicas como garantia para sua fomentação.

Para Coriolano (2003, p.26), “há que se adotar um modelo de desenvolvimento que estimule e desenvolva a cooperação, a solidariedade, a criatividade, que passe a utilizar os recursos locais ainda latentes, especialmente os recursos humanos”. O ecoturismo se enquadra nestas características

necessárias para uma atividade turística responsável e comprometida com o bem estar da comunidade que o adota.

Como um modelo de gestão, o ecoturismo enquadra-se no anseio da comunidade, que deseja abrir-se para a atividade turística, mas de uma maneira em que seus costumes, hábitos, tradições e tranqüilidade ainda sejam mantidos. A partir do momento em que se demonstra ao turista o seu modo de viver e este turista vai à procura desta vivência, mantém-se viva a identidade e a sustentabilidade local.

É fácil ver no turismo uma possibilidade de viabilização desta idéia, partindo-se do pressuposto de que para se atingir a tão esperada sustentabilidade no turismo é preciso que as políticas públicas estejam voltadas para tal. "O turismo sem planejamento, ordenação e gerenciamento geraria poluição, deterioração dos espaços visitados, degradação do patrimônio cultural, perda de benefícios econômicos, redução da sustentabilidade ecológica, cultural e econômica, reduzindo a sustentabilidade social" (BRAGHINI, 2009, p.10).

O Ecoturismo é entendido como um segmento da atividade turística que segundo o Ministério do Turismo propõe como forma de sustentabilidade do patrimônio natural e cultural a conscientização das comunidades envolvidas em conservar o ambiente, tornando-o um local que promova o bem estar das pessoas (BRASIL 2008).

Este segmento possui um tripé que o define resumidamente em interpretação, conservação e sustentabilidade. É, importante salientar que o ecoturismo é a busca por atrativos naturais e pitorescos ao olhar do ecoturista. À medida que o visitante procura o contato com o meio natural, depara-se com comunidades possuidoras de uma identidade singular.

Para Molina (2001, p.160) o ecoturismo, "não é um produto a mais no mercado e sim um turismo de nova geração, regido por um conjunto de condições que superam a prática do turismo convencional de massas".

Ao contrario do turismo tradicional, ou seja, de massa, o ecoturismo traz uma reflexão no que se refere à relação do homem com o ambiente. Uma inter-relação com o propósito de inserir comunidades no processo de participação do desenvolvimento local com ênfase na sustentabilidade.

As técnicas visando à sustentabilidade atingem a atividade turística como uma maneira de usufruir das áreas naturais, ecossistemas como alternativas para um turismo mais responsável. No Brasil o ecoturismo é muito procurado para contemplação dos biomas e ecossistemas.

A aplicabilidade deste segmento em uma comunidade deve ter o intuito de levar o desenvolvimento econômico, sócio cultural, político e ambiental. A geração de emprego e receita para os membros da comunidade é uma das possibilidades, mas poderia ir além, agregando valor quanto aos recursos naturais e culturais que a localidade possui.

### 3. METODOLOGIA

O princípio metodológico que norteou esta pesquisa inicialmente foi o levantamento bibliográfico e documental, referentes à comunidade estudada e aos aspectos conceituais da fundamentação teórica.

A metodologia baseou-se ainda no diálogo com líderes comunitários, identificação das cozinheiras mais conhecidas da localidade – mediante informações obtidas durante sensibilização promovida pelo Grupo de pesquisa e que a partir de um Diagnóstico Rápido Participativo – DRP, pôde responder a algumas questões e tentar chegar a um consenso sobre as potencialidades e as dificuldades na comunidade no que se refere à atividade turística.

Construiu-se ainda um roteiro aberto e estruturado para a realização de entrevistas com o intuito de fazer um levantamento da culinária local para uma possível oferta turística. Tais informações serviram também para o organização de um documento intitulado "Gastronomia da Ilha Mem de Sá sob

o olhar da comunidade”, além da confecção de um inventário turístico denominado Inventário do Patrimônio Imaterial – Gastronomia, que por meio de preenchimento de formulários baseados em BENI (2006); Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) e Inventário Cultural da Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (2010), buscou informações, descrições e caracterizações de relevância da oferta turística, voltada para a gastronomia local.

Vale ressaltar que o número da amostra para a realização das entrevistas - nove moradoras – foi definido durante a sensibilização, partindo de indicações da própria comunidade.

Por fim, construiu-se um plano de capacitação prévia para moradores que atuam na cadeia do turismo, nas áreas de alimentos e bebidas, meios de hospedagem e transporte. O plano foi composto pela matriz de conteúdos, divisão em módulos, ligando gastronomia às áreas de educação patrimonial e identidade cultural, higiene e segurança alimentar, turismo e hospitalidade. O plano considerou as informações e análises desenvolvidas a partir dos documentos gerados anteriormente.

#### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A pesquisa de campo foi realizada no período de 01 de outubro a 17 de dezembro de 2010, baseando-se em entrevistas com as melhores cozinheiras da Ilha, em uma amostra de nove moradoras, por indicação da própria comunidade.

Ao iniciar as entrevistas percebeu-se que as cozinheiras aprenderam a arte de cozer com as mães ou trabalhando “em casa de família” e o conhecimento culinário foi transmitido para as filhas. A relação destas mulheres com as suas tradições em todo instante foram evidenciadas por elas, demonstrando a questão do valor simbólico que a gastronomia possui e o sentimento de pertença que move aquele povo.

As entrevistadas alegam que a preparação dos alimentos feitos no fogão à lenha dá outro sabor a comida, mas hoje utilizam o fogão a gás devido à rotina agitada.

Um dos pratos mais mencionados durante as entrevistas foi o feijão de coco, muito apreciado entre os moradores da Ilha e indicado para os que a visitam. É um prato simples, pois leva apenas o feijão (triturado no liquidificador e passado na peneira ou na “arupemba”), sal e o leite de coco. Pode ser degustado acompanhado com siri, aratu, caranguejo, e o molho vinagrete. Antes era adicionado um pouco de açúcar, como relatou Vicentina dos Santos, mas a maior parte das pessoas prefere só com o sal. Ao contrário das demais entrevistadas, Elenildes Cardoso acha que o feijão de coco é mais saboroso quando é preparado com feijão velho e duro. Para a cozinheira Adenise Santos, o prato pode ser elaborado com feijão de corda ou carioquinha.

Ao se tratar do cominho, elas são unânimes nas colocações: não colocar em mariscos e peixes frescos, o condimento altera o sabor.

Alguns pratos foram alterados ao longo do tempo, principalmente pelo surgimento da tecnologia. Com a chegada da energia, por exemplo, o feijão de coco que era triturado no pilão passou a ser triturado no liquidificador. Tais mudanças ocorreram, mas o conhecimento da forma original ainda foi transmitido para as gerações posteriores.

Analisar os pratos típicos e os doces da Ilha permitiu perceber que são pratos preparados por todas as cozinheiras, porém a preferência quanto ao adicionar um condimento, utilizar uma forma antiga ou uma nova técnica é o diferencial de cada uma, o que não as difere é com quem elas aprenderam ou como aprenderam. É importante ressaltar que elas preservaram e valorizam a culinária local, sem descaracterizar a identidade cultural de seu povo. Esta identidade está presente nas técnicas utilizadas por elas, nos utensílios e até mesmo nas crenças. De acordo com Maria Ramos, a Dona Mariazinha, como é conhecida na Ilha, se durante o preparo do doce de goiaba chegar alguém de “sangue ruim” o doce começa a pular da panela, dificultando o ponto certo.

O açafior antes utilizado para dar coloração ao prato foi substituído pelo colorau industrializado. Ele era posto na água morna para soltar a tinta avermelhada e assim ser adicionado na moqueca ou em outro prato. Antes tudo utilizado para cozinhar era na sua forma bruta, o cominho também era quebrado na hora.

Os pratos elencados na pesquisa foram observados de forma crítica através das entrevistas que nortearam a construção do Inventário Gastronômico, documento que será utilizado não só pela comunidade mas também para futuras pesquisas acadêmicas.

Uma das propostas levantadas na pesquisa foi à elaboração da Oficina de Capacitação em Gastronomia e Hospitalidade na Ilha Mem de Sá. A capacitação prévia vem com o significado de um bom acolhimento e um serviço prestado com mais eficácia.

Sendo assim, houve a construção de quatro módulos com temas e objetivos que irão favorecer a comunidade em termos de reconhecimento e valor de sua própria cultura e saber-fazer, preparando para atuar na cadeia do turismo com a geração de renda local.

O primeiro módulo trata da gastronomia como elemento incluso no turismo cultural e também no ecoturismo, servindo como motivação para atração de turistas. Ele possui uma carga horária de oito horas. Tem por objetivo oferecer à comunidade oportunidade de agregar valor a culinária local, tornando-a um elemento preservado da identidade cultural, o que visará o beneficiamento da mesma e de suas atividades econômicas. O propósito deste módulo é resguardar a culinária local e aprimorá-la. Aliada ao ecoturismo, a gastronomia possui essa interligação por meio da atividade de pesca, em que o pescador poderia oferecer o pescado como produto aos que trabalham na Ilha com alimentação e também com hospedagem, gerando assim uma cadeia produtiva.

O segundo módulo virá trabalhar em cima da Higiene e Segurança Alimentar. Afinal lidar com alimentos requer cuidados, já que serão atribuídos ao consumo dos turistas. É com essa preocupação que durante a carga horária de oito horas o público terá a noção de quem e como manipular os alimentos, os riscos de contaminação e como evitá-los. Será discutido a importância da higiene e segurança alimentar, utensílios, equipamentos e acessórios de limpeza.

O público terá que demonstrar as práticas assimiladas durante o módulo. A relevância de estabelecer a importância dos princípios de higiene e segurança alimentar ancora-se na qualidade do produto turístico.

O terceiro módulo apresentará a Educação Patrimonial e Identidade Cultural. Enfatizará a importância e valorização do patrimônio natural e cultural, principalmente a Identidade Cultural tendo como respaldo os saberes e fazeres da gastronomia. A discussão será em torno do patrimônio local e a preservação da Identidade da Ilha para as futuras gerações em especial a gastronomia ao representar o patrimônio imaterial. A metodologia do conteúdo será de maneira sucinta e dinamizada por meio de vídeos, slides e participação da comunidade, onde eles irão construir dentro de uma reflexão a educação patrimonial sobre a identidade cultural gastronômica local.

O quarto e último módulo discutirá o tema Turismo e Hospitalidade. Este possui a maior carga horária, dezesseis horas, isto porque abrangerá o turismo e a importância do “bem receber” com ênfase aos meios de hospedagem, transporte, setor de restaurante e bar. O conteúdo abordado trará todos os implementos utilizados no turismo para suprir as necessidades e desejos dos visitantes. Utilizará como estratégias aula expositiva, com vídeos, slides, estudo de caso e simulação.

Embora a gastronomia seja o foco da pesquisa e da capacitação, o produto turístico não pode ser pensado de forma isolada, deve ser inserido em um contexto mais amplo, daí justifica-se a pluralidade dos temas abordados nos módulos de capacitação. Com essa diversidade, amplia-se a capacitação da comunidade para auto-gerir o desenvolvimento local por meio do ecoturismo.

## 5. CONCLUSÃO

A realização deste trabalho permitiu a identificação dos produtos gastronômicos típicos da comunidade e assim perceber a relação existente entre os saberes locais e a história daquele povo. Seus pratos típicos estão intimamente ligados à atividade econômica, que tem na pesca a sua principal fonte de renda e que faz dos “frutos do mar” a base desta alimentação.

A atividade turística na região pode ser fortalecida através da gastronomia e ao se pensar na fomentação do ecoturismo na comunidade Mem de Sá, o pensamento inclui além dos recursos naturais, um desenvolvimento sustentável que inclua os aspectos socioculturais. Sendo assim, é possível promover o resgate das formas antigas de preparo de alimentos, fazendo com que os seus saberes não sejam esquecidos com o tempo.

Com a gastronomia incorporando-se aos produtos turísticos da comunidade, esta poderá fazer uso dos próprios moradores na elaboração das iguarias, além de consumir as produções locais, como frutas, verduras e o próprio pescado, promovendo desta forma uma sustentabilidade da atividade.

Sugere-se ampliar a pesquisa sobre patrimônio cultural e de que maneira ela se reflete na identidade cultural e possa estabelecer mais conexões com o desenvolvimento do ecoturismo que se planeja na Ilha Mem de Sá.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 9 ed. São Paulo: Ed. Senac, 2006.
- BRAGHINI, C.R., CUNHA, J.C.S., PIKANÇO, C. S. e CARDOSO NETO, A. S. **Estudo do desenvolvimento do ecoturismo na Reserva do Caju e comunidade da Ilha Mem de Sá**, Itaporanga D’Ajuda, SE. Projeto de Pesquisa. Aracaju: IFS/CHL, 2010.
- BRAGHINI, C. R. **Sustentabilidade da atividade turística em Xingo (SE/AL)** – Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2009.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas.**/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa.** Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Brasília: Ministério do Turismo, dezembro de 2006.
- CEZAR, T. F. M. Gastronomia: Produto ou Atrativo Turístico?, 2003. **Revista de Estudos Turísticos – ETUR**. Edição nº 23- Novembro de 2006. ISSN 1809-6468. Disponível em: <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=1391>. Acesso em: 15/08/2010.
- COLLAÇO, J. **Turismo e gastronomia: uma viagem pelos sabores do mundo, 2007**. Slow Food Brasil. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/content/view/140/95/>. Acesso em: 25/04/2010.
- CÓRNER, D. M. R., ANGELO, E. R. B. O Patrimônio Cultural Imaterial sob a Perspectiva da Gastronomia, 2008. **V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL** – SeminTUR. Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina - Universidade de Caxias do Sul – UCS, Caxias do Sul, RS, Brasil. Disponível em: [www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../gt13-05.pdf](http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/.../gt13-05.pdf). Acesso em: 23/09/2011.
- CÓRNER, D. M. R. A Gastronomia Étnica no Turismo Gaúcho, 2004. **Patrimônio: Lazer & Turismo – Revista Eletrônica – UNISANTOS**. Disponível em: <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=1>. Acesso em 15/8/2010.

COSTA, E. R. C. Gastronomia: uma sedução para o turista, 2008. **Revista Virtual Partes**. ISSN 1678-8419. Disponível em: <http://www.partes.com.br/turismo/gastronomico/gastronomia01.asp>. Acesso em: 25/04/2010.

CURADO, F. **Gestão participativa para o desenvolvimento sustentável da comunidade Ilha Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, Sergipe. Macroprograma 6**. Aracaju/SE : Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2008.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet – Uma história da gastronomia**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

FURTADO. F. L. A Gastronomia como Produto Turístico, 2004. **Revista Turismo**. Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html> . Acesso em: 15/08/2010.

GRECHINSK, P. T. ; CARDOZO, P. F. **A gastronomia eslava em Irati como possibilidade de atrativo turístico**. Disponível em: [http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208\\_17.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_17.pdf). Acesso em: 10/03/2011.

IBRAHIM. M. A Gastronomia como mais alta expressão de um povo, 2004. **Revista de Estudos Turísticos – ETUR**. Edição nº 23- Novembro de 2006. ISSN 1809-6468. Disponível em: <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=3527>. Acesso em: 15/08/2010.

LEAL, M. L. M. S. **A História da Gastronomia**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.

MOLINA, Sergio. **Turismo e ecologia**. 1ª ed. Bauru-SP: EDUSC, 2001.

PARANÁ. Secretaria de Estado da Cultura. **Inventário Cultural**. Disponível em: <http://www.prdagente.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=93>. Acesso em: 07/01/2011.

REBELO, C. **Alimentar os turistas também com cultura, 2003**. Escola Superior Agrária de Coimbra. Disponível em: [www.esac.pt/tern/tern/papers/1-5-Claudia%20Rebelo\\_a.pdf](http://www.esac.pt/tern/tern/papers/1-5-Claudia%20Rebelo_a.pdf). Acesso em: 15/08/2010.

SCHLÜTER, R.G. **Gastronomia e Turismo**. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003.

SEGALA, L. V. Gastronomia e Turismo Cultural, 2003. **Revista Turismo**. Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>. Acesso em: 15/08/2010.

SOUZA, C..S.; BRAGHINI, C..R.; ARAÚJO, L..F. Espaços de diálogo na comunidade para o Ecoturismo: a Ilha Mem de Sá, Itaporanga D'ajuda (SE). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.3, n.2, 2010, pp.235-248.

NOTA: Agradecemos à Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão (PROPEX) no reconhecimento dessa pesquisa no Programa de Iniciação Científica (PIBIC).

## O (DES) ENVOLVIMENTO LOCAL E SUSTENTÁVEL NA ORLA DE MACEIÓ – ALAGOAS: Uma Análise dos Serviços de Bares e Restaurantes pelos turistas

Renata Kelly Alves de Carvalho (IFAL/UFAL)<sup>1</sup>; José Jenivaldo de Melo Irmão (IFAL)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro e <sup>2</sup>Instituto Federal de Alagoas - Campus Marechal Deodoro

e-mail: renatakellyac@gmail.com – zeno@cefet-al.br

### RESUMO

A partir da década de 1970 a colocação dos conceitos de desenvolvimento local e de sustentabilidade como práticas para se alcançar o desenvolvimento e manutenção de qualquer atividade econômica, tem sido um tema bastante abordado atualmente. Partindo desta premissa, este trabalho tem como objetivo principal a análise da relação das práticas desenvolvidas nos estabelecimentos localizados na orla do município de Maceió - AL – no trecho que compreende as Praias da Jatiúca, Ponta Verde e Pajuçara - e a promoção do desenvolvimento local e sustentável a partir da atividade turística. Para isso, foram elaborados objetivos específicos como: a análise da origem e evolução dos conceitos de desenvolvimento local e de desenvolvimento sustentável, o exame da forma com que os elementos técnicos da qualidade estão contribuindo para o desenvolvimento da atividade empresarial dos estabelecimentos da orla de Maceió e para o desenvolvimento local e sustentável, além verificar a possibilidade de se alcançar o desenvolvimento local aliado ao turismo em Maceió – AL. A metodologia do trabalho possui caráter quali-quantitativo, com levantamento de literatura relativa ao desenvolvimento local e sustentável, sustentabilidade e turismo, em seguida realizou-se a pesquisa de campo, com aplicação de 160 questionários estruturados aos clientes de 16 estabelecimentos gastronômicos, resultando em dados que subsidiaram o diagnóstico sócio-econômico dos clientes, além da análise de aspectos como a qualidade no atendimento, no produto, na estrutura e no ambiente. Desta forma, foi possível verificar que é necessário haver planejamento e integração para o melhor atendimento das necessidades dos clientes a fim de garantir o desenvolvimento da atividade de forma local e sustentável.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável, Desenvolvimento Local, Sustentabilidade, Turismo.



## 1. INTRODUÇÃO

A palavra desenvolvimento há muito tempo esteve intimamente relacionada ao crescimento econômico, sendo muitas vezes consideradas sinônimas. No entanto, o modelo de verificação do crescimento adotado há algumas décadas pelos países capitalistas, tem entre os seus critérios dados quantitativos como PNB (Produto Nacional Bruto) e o PIB per capita (Produto Interno Bruto dividido pela população), que não refletem completamente a realidade de um país, pois mascaram as desigualdades sociais, além dos prejuízos ao meio ambiente.

As discussões, principalmente na década de 1980, acerca da necessidade de se pensar uma nova forma de desenvolvimento, culminaram no conceito de desenvolvimento sustentável e sustentabilidade, que juntos buscam a manutenção e ampliação de aspectos econômicos, sociais e ambientais que possam garantir qualidade de vida para todos.

Neste sentido, o desenvolvimento local surge posteriormente como uma das metodologias para contribuir com a execução da sustentabilidade, objetivando a participação da sociedade civil, do poder público e das organizações privadas a fim de alcançar resultados sobre a conjuntura de determinada localidade, a identificação de pontos fortes e elaboração de plano de ações integradas de desenvolvimento (FRANCO, 2002). Essa forma de desenvolvimento está sendo bastante empregada na prática da atividade turística, que necessita, em geral, da conservação ambiental e da integração entre os nativos e os turistas para garantir sua execução.

Sendo o turismo a principal atividade no setor de serviços no Estado de Alagoas, tendo como destaque a capital, Maceió, tornou-se necessária a análise dos aspectos (ambientais, sociais, econômicos, culturais e de infra-estrutura) relativos à prática da atividade turística no município, visando verificar se o desenvolvimento local e sustentável vem sendo praticado no desenvolvimento do turismo local.

O objetivo geral do trabalho corresponde a análise da relação das práticas desenvolvidas nos estabelecimentos localizados na orla do município de Maceió - AL – no trecho que compreende as Praias da Jatiúca, Ponta Verde e Pajuçara - e a promoção do desenvolvimento local e sustentável a partir da atividade turística.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho possui caráter quali-quantitativo, partindo inicialmente com o levantamento da literatura relativa ao desenvolvimento, sustentabilidade e turismo e pesquisa de campo, com aplicação de formulário estruturado aos clientes dos estabelecimentos comerciais, resultando em dados que consubstanciaram o diagnóstico sócio-econômico dos clientes, além da análise de aspectos como a qualidade no atendimento, no produto, na estrutura e no ambiente.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Desenvolvimento Sustentável e Desenvolvimento Local

A tendência observada com base no ritmo de crescimento econômico do século XX implica no aumento da pressão sobre os ecossistemas, locais e globais, ao passo que predominar a busca incessante da acumulação de capital e o comando de teorias com uma visão secundária do meio ambiente, proporcionando a ampliação da economia global e sua demanda por novos bens e serviços no mercado. Desta forma, tornou-se necessária a elaboração de um novo conceito de desenvolvimento, uma nova forma de pensar e agir dos atores sociais, a ser disseminada com o objetivo de agregar as dimensões social, ambiental e econômica, estabelecendo assim um desafio para o século XXI.

A transição para um novo paradigma de desenvolvimento está ocorrendo paulatinamente e sendo acompanhada por uma série de mudanças nos conceitos e na consciência das sociedades. Diante

desse processo, Cavalcante (1999, p.24) afirma que “A mudança de paradigma implica em romper com o establishment dominante e ficar em situação de minoria durante determinado período de transição.”

A tentativa de rompimento do modelo econômico praticado até então, foi marcada por uma série de encontros que visaram informar e conscientizar a população mundial do dever e do compromisso social e ambiental, que esta precisava ter com as presentes e futuras gerações.

O ponto de partida ocorreu em 1962, com a publicação do livro Primavera Silenciosa, de Rachel Carson, um dos acontecimentos mais significativos para a conscientização pública da vulnerabilidade da natureza à intervenção humana. A divulgação do livro resultou em debates que tiveram início nos anos de 1960 e ganharam força até o início da década de 1970, ocasionando em 1968, o Clube de Roma que foi o primeiro grande registro da tomada de consciência dos impactos ambientais ocorridos no mundo.

Em 1972, durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em Estocolmo, foi publicado um estudo que ficou conhecido como Limites do Crescimento (The Limits of Growth), seu objetivo consistiu em mostrar a limitação dos recursos naturais disponíveis, (BELLEN, 2007).

A elaboração do Relatório Nosso Futuro Comum, também conhecido como Relatório de Brundtland, divulgado em 1987, tornou pública a necessidade do combate a pobreza - sendo esta analisada como a razão e consequência dos problemas ambientais - originando o conceito de desenvolvimento sustentável como proposta para erradicação da pobreza, que foi definido no relatório como aquele que “atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras atenderem também às suas” (ONU, 1988, p.09).

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), também conhecida com ECO-92 ou Rio-92, ocorrida em 1992 no Rio de Janeiro, discutiu os problemas ambientais e encaminhamentos para solucioná-los, através de convênios específicos e comprometimento dos governos e das organizações intergovernamentais, com estabelecimento de prazos e solicitação de recursos financeiros para a realização destes.

O termo “desenvolvimento sustentável” se difundiu após a elaboração do Relatório de Brundtland, propondo uma discussão a cerca das necessidades destas e das próximas gerações. A aplicação do termo destaca a responsabilidade que a presente geração possui em pensar o futuro das próximas gerações, e ainda, das espécies (VEIGA, 2005).

A busca por uma relação equilibrada entre os fatores sociais, econômicos e ambientais, não tem sido um debate simples, pois a economia mundial possui uma visão pragmática, ao tempo em que a definição de desenvolvimento sustentável é desdobrada para as futuras gerações, o que acaba dividindo a responsabilidade por um futuro com qualidade de vida e equidade entre os homens. Desta forma, Furtado (1988) coloca que:

O conceito de desenvolvimento sustentável não pode ser apenas econômico, mas deve abordar uma visão multidisciplinar, o qual envolve economia, cultura, estruturas sociais, uso dos recursos, entre outros. (FURTADO,1988 apud SILVA, 2005, p.12).

Por volta do final da década de 80 do século XX, ao mesmo tempo em que se iniciava a construção de um novo modelo na relação entre Estado e Sociedade, e as pessoas começaram a questionar a panacéia do crescimento econômico, surgiram às primeiras discussões que culminaram na construção do conceito do que viria a ser o desenvolvimento local.

A elaboração dessa nova estratégia tornou-se necessária diante das limitações sociais apresentadas junto ao desenvolvimento focado no aspecto econômico, que trouxe como consequência o aumento significativo das parcelas de pessoas marginalizadas em virtude das desigualdades sociais.

Atualmente, na maior parte dos conceitos sobre desenvolvimento local está presente, como alicerce, a idéia de que o crescimento econômico é necessário, porém não é o suficiente para se alcançar o desenvolvimento social e econômico. Esta compreensão tem possibilitado uma maior

abrangência ao tema, incluindo duas novas definições ao desenvolvimento: capital humano e capital social.

No que diz respeito ao desenvolvimento local, o capital humano se constitui na capacidade das pessoas terem consciência do seu papel como agentes construtores e transformadores do futuro, elaborando coisas novas e praticando a criatividade, onde através da mobilização torna-se possível desenvolver ações e obter as informações necessárias para a realização do que foi almejado (FRANCO, 2002).

O capital social, dentro do desenvolvimento local, segundo D' Araújo (2003, p.10) se configura como "a capacidade de uma sociedade de estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com vistas à produção de bens coletivos", caracterizando-se como uma engrenagem que contribui para a solução das dificuldades sociais existentes entre a comunidade e o poder público.

Por volta da década de oitenta, especialmente no Brasil, as noções acerca do desenvolvimento sob o ponto de vista espacial estavam incorporadas às teorias locacionais e, as políticas públicas tinham finalidades muito mais nacional/regional que local. No Brasil, torna-se necessário enfatizar que além das influências exógenas, o fortalecimento dos Municípios após a Constituição de 1988, contribuiu para fortificar e a valorar os aspectos locais. (MIRANDA & MAGALHÃES, 2001).

Franco (2002) defende que o desenvolvimento local corresponde a uma maneira de levar ao desenvolvimento, utilizando-se de uma metodologia fundamentada na participação da sociedade civil, em conjunto com o Estado e com o mercado, a fim de obter resultados sobre a situação de determinada localidade, a identificação de pontos fortes e planejamento de ações integradas de desenvolvimento. Ele ressalta a necessidade da participação no estudo e planejamento de estratégias que visem o desenvolvimento de uma localidade.

Para Oliveira (2002), a finalidade primordial do desenvolvimento local é atingir um conjunto de condições que proporcionem bem-estar e qualidade de vida, concordando com Zapata et al. (2001), que também colocam o desenvolvimento local como possibilidade na modificação de estruturas e de sistemas objetivando uma evolução constante na qualidade de vida de um grupo.

Portanto, gerar desenvolvimento local consiste em estimular a participação local, acarretando mudanças nos fatores que proporcionaram a restrição ao conhecimento, ao poder e a riqueza, que trouxeram como consequência, a pobreza e a exclusão. Desta forma, promover o desenvolvimento local implica promover mudanças: políticas, econômicas e sociais, ou seja, transformação nas relações entre Sociedade, Mercado e Estado, a fim de trazer melhor qualidade de vida para os indivíduos, a partir da identificação das potencialidades do lugar.

## 2.2 Turismo

Apesar de o turismo remontar ao século XVII, onde os ingleses realizavam as primeiras viagens organizadas, conhecidas como "Grand Tur" (CRUZ, 2003), a atividade é considerada relativamente recente, tendo em vista que o turismo somente a partir do século XX, com o impulso das indústrias automobilística e aeronáuticas e com o desenvolvimento econômico das nações, passou por um processo de massificação e dinamismo econômico, convertendo-se "[...] na maior atividade econômica da atualidade" (MASINA, 2002, p. 15).

Este segmento, formulado com base na economia, é consumidor ativo de territórios, e deve ser analisado sob um olhar que mostre de maneira objetiva a finalidade econômica que se deseja alcançar, quais espaços devem ser protegidos e qual identidade que será adquirida ou fortalecida.

O crescimento e a importância da atividade turística determinam destinos com peculiaridades no cenário sócio-cultural brasileiro, sugerindo ações de planejamento integrado que instiguem um

desenvolvimento equilibrado da atividade, tendo como base os princípios da sustentabilidade social, econômica, ecológica, espacial e cultural (SACHS, 1993).

### 3. METODOLOGIA

O processo metodológico inicialmente consistiu na pesquisa bibliográfica e documental, por meio do levantamento e revisão da literatura, o que primeiramente proporcionou a elaboração do referencial teórico, abordando discussões relativas ao desenvolvimento sustentável, desenvolvimento local, turismo e qualidade. Em seguida, foi realizada a caracterização da área de abrangência do trabalho, a orla de Maceió-AL - compreendendo o trecho das praias da Jatiúca, Ponta Verde e Pajuçara -, segundo os aspectos sócio-econômicos e ambientais, o local foi escolhido por ser detentor de maior dinamismo turístico na capital. Em relação à coleta de dados, foram utilizadas séries temporais de instituições como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Secretaria Executiva de Turismo de Alagoas, Secretarias Municipais de Maceió, entre outros.

Em um segundo momento, para coleta de informações primárias, foi realizado um conjunto de 160 entrevistas estruturadas em 16 estabelecimentos comerciais existentes no trecho da praia da Jatiúca à praia da Pajuçara na orla de Maceió, a fim de extrair um bom índice de representatividade para esclarecer aspectos pertinentes a qualidade dos estabelecimentos gastronômico em questão. Foi utilizado como meio de avaliação dos clientes a Escala de Linkert, que consiste em uma escala de respostas gradativas, onde as opções de respostas colocadas no nosso trabalho foram: Insuficiente, Regular, Bom, Ótimo e Excelente.

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

#### 4.1 Caracterização da Atividade Turística em Maceió

Maceió é a capital do estado de Alagoas. Localizada no Nordeste do país, tem uma população residente de aproximadamente 932.748 mil habitantes (IBGE, 2010) e um território com cerca de 503,069 km<sup>2</sup>. Compõe juntamente com outros dez municípios, a Região Metropolitana de Maceió, totalizando cerca de 1,2 milhão de habitantes (IBGE, 2010).

A economia do município é diversificada, destacando-se por ser rico em sal-gema e por possuir um setor industrial diversificado (indústrias químicas, açucareiras e de álcool, de cimento e alimentícias), além da agricultura, pecuária e extração de gás natural e petróleo. Em 2010 o PIB chegou a aproximadamente 9,9 bilhões de reais (IBGE, 2010), que ocorreu em decorrência da abertura de diversos hipermercados, hotéis, de um centro de convenções e do Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares em 2005.

Maceió com seu clima privilegiado, atrativos naturais - que influenciam em 97,15% na Decisão da Escolha do lugar de passeio (SETUR-AL, 2006) - custos relativamente baixos, se comparados a outras capitais do nordeste - 3º lugar no fator Decisório de Escolha do lugar (SETUR-AL, 2006), além de ser porta de entrada do Estado, soube aproveitar bem seu potencial e tornou-se um dos pontos mais visitados do Nordeste, ocupando o 5º lugar como destino escolhido da região nordeste em 2009, segundo a Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, realizado pelo Ministério do Turismo. Em virtude disso, houve uma gradual implantação de rede de hotéis, bares e restaurantes no município, que foi se expandindo e consolidando-se como uma das áreas mais importantes e de maior influência no setor de serviços do Estado.

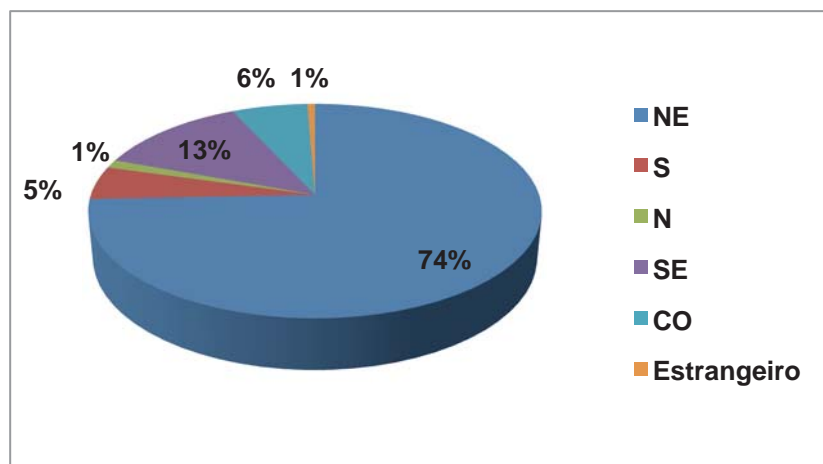
Nos últimos vinte anos, o turismo foi um dos principais responsáveis pelo desenvolvimento da atividade gastronômica em Maceió. Os estabelecimentos gastronômicos estão concentrados nas praias centrais da capital (Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca), coincidindo com os mesmos espaços da rede hoteleira.

Porém, toda essa expansão do setor turístico deu-se de forma bastante seletiva social e territorialmente, uma vez que a infra-estrutura dos bairros mais carentes e que não são visitados pelos turistas ainda se mantêm de forma bastante precária e a cidade convive com um numero significativo de mendigos, pedintes e crianças de rua.

#### 4.2 Perfil Socioeconômico

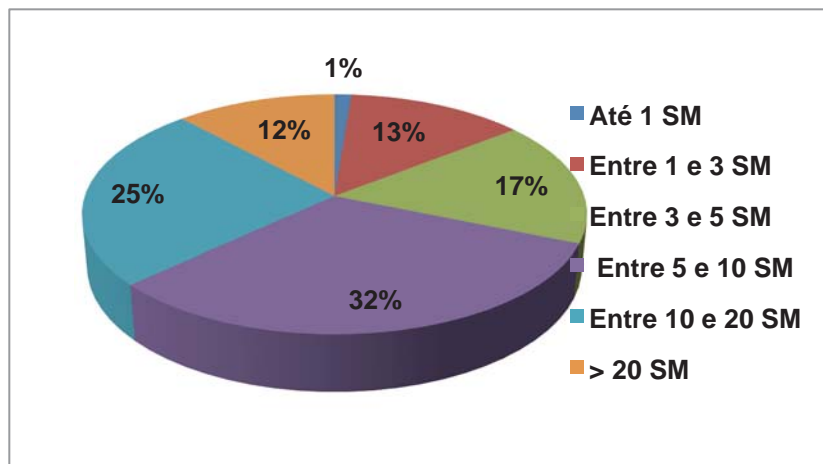
Este diagnóstico tem por objetivo nos proporcionar um perfil social e econômico dos clientes dos estabelecimentos localizados nas praias da Jatiúca, Ponta Verde e Pajuçara.

A partir da observação do Gráfico 1, é possível constatar que mais da metade dos clientes dos estabelecimentos gastronômicos da orla de Maceió residem no nordeste, representado por 74% dos entrevistados. Os dados apresentam significativo número de clientes que possuem residência em outras regiões do Brasil, sendo a maioria residente na região Sudeste, 13%. E a presença de estrangeiros, que correspondem a 1% dos entrevistados. Isso demonstra a diversificação das regiões de residência dos clientes, onde sua vinda para a região é possibilitada pelas promoções dos vôos nacionais e pelo baixo custo da viagem para Maceió, se comparada com outras capitais nordestinas, além do potencial turístico do local.



**Gráfico 1: Local de Residência dos Clientes dos Estabelecimentos Gastronômicos da Orla de Maceió – em %.**

De acordo com o Gráfico 2, a Renda Familiar da maioria dos clientes está compreendida entre 5 e 10 Salários Mínimos, representada por 32%, seguida de 25% dos que possuem renda familiar entre 10 e 20 Salários Mínimos. Apenas 1% dos clientes possuem Renda Familiar até 1 Salário Mínimo. Os dados demonstram que a maior parte das pessoas entrevistadas pertence a Classe Média, com considerável poder de compra, o que proporciona mais oportunidades de gastos com atividades de lazer, já que esta necessita de relativa condições financeiras para gastos com transporte, estada, alimentação, visitação, entre outros.   possível, também, verificar o caráter excludente da atividade, por não proporcionar a todos a mesma forma de apropria o do lazer e dos produtos e serviços que são ofertados, o que torna a atividade acessível para uma minoria.

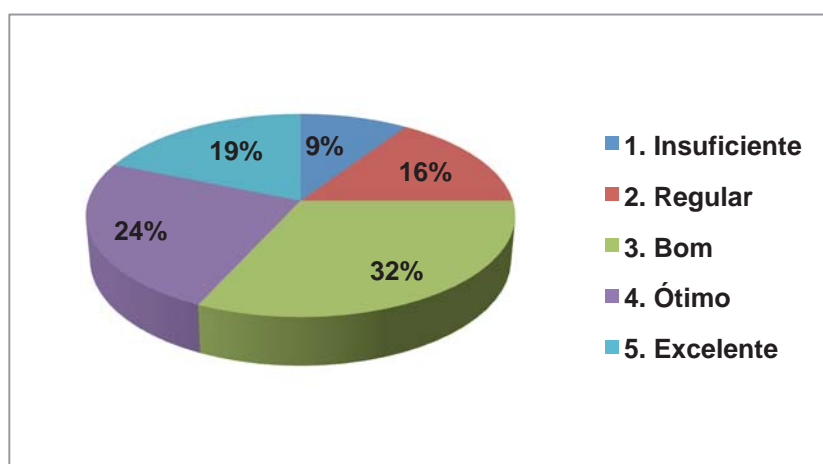


**Gráfico 2: Renda Familiar dos Clientes dos Estabelecimentos Gastronômicos da Orla de Maceió – em %.**

### 4.3 Qualidade

Este diagnóstico teve a finalidade de investigar se as práticas adotadas pelos estabelecimentos do local, em relação à qualidade dos produtos, serviços e infra-estrutura, estão atraindo e conquistando os clientes.

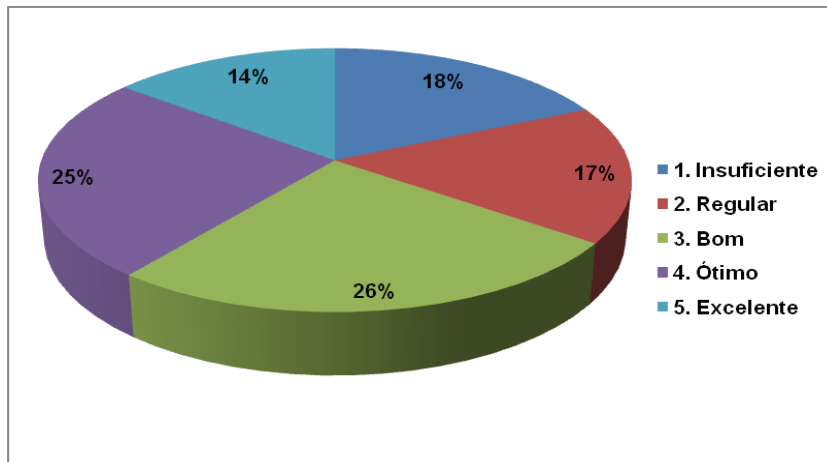
Quanto ao aspecto Eficiência no Atendimento, buscou-se verificar a agilidade e facilidade do atendente em conseguir suprir as necessidades dos clientes enquanto estes permaneciam no local utilizando dos produtos e serviços do estabelecimento. O Gráfico 3 apresenta que a maioria dos clientes considerou Boa a eficiência dos atendentes, com 32%, seguida da opção Ótima, com 24%, e Excelente, com 19%. As opções Regular e Insuficiente somaram 25%, o que demonstra dificuldade em se fazer cumprir este item nos estabelecimentos pesquisados.



**Gráfico 3: Opinião dos Clientes a respeito da Eficiência no Atendimento – em %.**

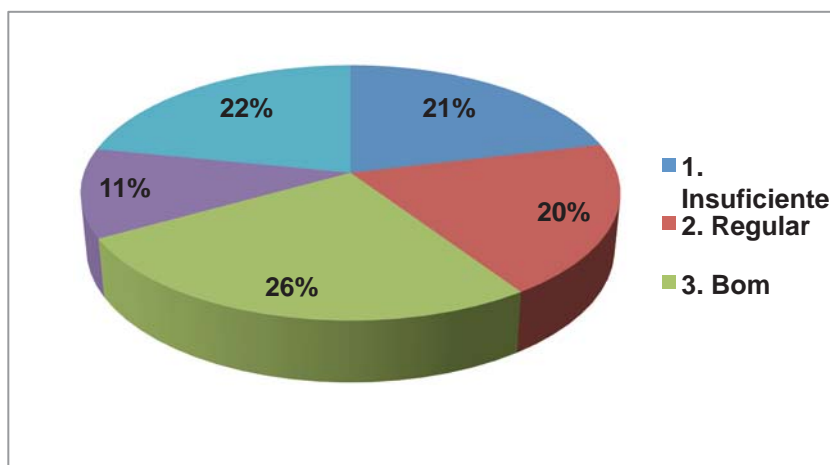
Em relação a infra-estrutura apresentamos o item Saneamento, que compreende dentre outros aspectos, a presença ou não de línguas negras nas proximidades dos estabelecimentos. Os dados obtidos e demonstrados pelo Gráfico 4, revelaram o elevado grau de insatisfação dos clientes, pois as opções Regular e Insuficiente somaram 35%, e as opções Ótimo e Excelente somaram apenas 39%. É possível ver a olho nu a má utilização das galerias pluviais, que deveriam servir apenas como local de disposição de água da chuva, no entanto o que se vê é a junção de esgotos sanitários a essas galerias,

além do mau cheiro nas proximidades e a proliferação de animais vetores de doenças ao homem como ratos, moscas e baratas.



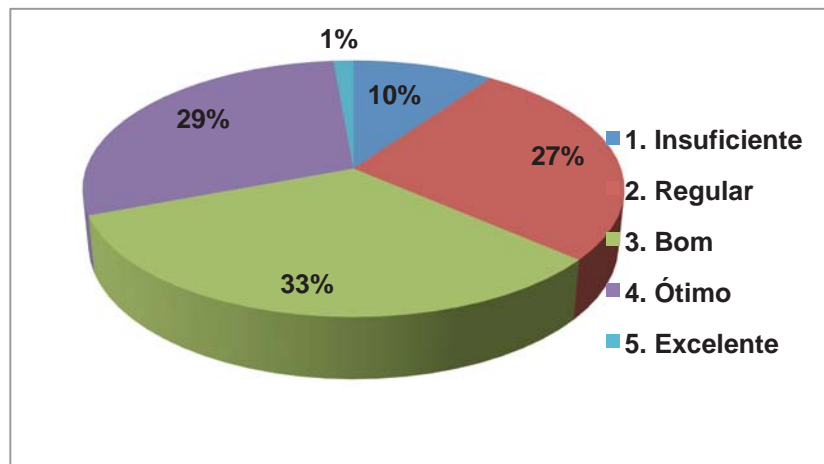
**Gráfico 4: Opinião dos Clientes a respeito do Saneamento nas proximidades dos Estabelecimentos – em %.**

Em relação ao item Abordagem para Comercialização de Produtos/Serviços de Terceiros nos estabelecimentos, que corresponde a presença de ambulantes no interior dos estabelecimentos, o Gráfico 5 constatou que 26% dos clientes optaram pela opção Bom, seguida das opções Excelente, com 22%, Insuficiente, com 21%, e Regular com 20%. Os dados evidenciam que quase a metade dos clientes não se sentem satisfeitos com a presença de ambulantes nos estabelecimentos, afirmando que a presença de muitos ambulantes incomoda o lazer e a tranquilidade que os mesmos buscam, demonstrando uma atitude pessimista e preconceituosa dos clientes em relação ao trabalho realizado por essas pessoas, que buscam na venda de produtos uma alternativa de renda. Já os que aprovam essa prática, colocam a necessidade de haver espaço para todos, pois muitos dos ambulantes não possuem outra alternativa de renda se não esta, além da vantagem de praticarem preços bem mais acessíveis do que os preços praticados pelos estabelecimentos. Outro ponto positivo apresentado foi a comodidade em adquirir produtos locais sem a necessidade de haver deslocamento local do lazer.



**Gráfico 5: Opinião dos Clientes a respeito da Abordagem para Comercialização de Produtos/Serviços de Terceiros nos Estabelecimentos – em %.**

A fim de realizar uma análise geral, buscamos verificar opinião dos clientes a respeito da Compatibilidade dos Preços com os Produtos/Serviços ofertados pelos estabelecimentos. Constatou-se que 33% dos clientes classificaram como Boa a compatibilidade do preço com o que foi consumido, tendo 29% classificado como Ótimo, 27% como Regular, 10% como Insuficiente e apenas 1% como Excelente. Percebe-se uma quantidade relevante de clientes que se mostraram não satisfeitos com os preços praticados por alguns estabelecimentos, e isso se deve, principalmente, pela diferença de preços que há entre os estabelecimentos, dependendo da localização e da infra-estrutura disponibilizada.



**Gráfico 6: Opinião dos Clientes a respeito da Compatibilidade dos Preços com os Produtos/Serviços oferecidos nos Estabelecimentos – em %.**

## 5. CONCLUSÃO

O turismo é uma fonte importante de emprego e renda para Maceió, capital de Alagoas, devido ao conjunto de hotéis, pousadas, lojas, restaurantes e bares presentes no município, principalmente na orla, mas o que se verificou é que não se aplicam de fato no município políticas públicas que integrem o poder público, a iniciativa privada e a sociedade visando o desenvolvimento desta atividade de forma local, integrada e sustentável.

A partir da pesquisa realizada pode-se verificar que a prática do turismo na orla de Maceió apresenta dificuldade nos aspectos relacionados a qualidade do atendimento, do produto e do meio ambiente, além de precariedade na infra-estrutura disponibilizada para a atividade turística e do descaso com meio ambiente, fundamental para a escolha da capital pelos turistas que visitam a região.

Os aspectos relacionados a atividade turística são muitos (ambiental, social, econômico, local e cultural) e necessitam de uma visão holística para que sejam bem geridos e alcancem o desenvolvimento local e sustentável, buscando a participação de todos os atores envolvidos na atividade, de modo a proporcionar o aproveitamento do capital humano local.

Desta forma, a participação e integração em busca do desenvolvimento local e sustentável, deveria ser uma prática do município por todo seu potencial sócio-ambiental, mas o que se verificou é que prevaleceu o crescimento econômico, produzindo apenas para satisfazer os ditames do sistema de mercado, gerando degradação ambiental, exclusão social e a fragmentação da cultura local.

Neste sentido, torna-se necessário repensar a prática do turismo na região, a integração das variáveis social, cultural, ambiental e econômica, e o envolvimento dos atores: entidades privadas, poder público e sociedade, a fim de proporcionar o desenvolvimento e a sustentabilidade da atividade, assim deve ser praticado o turismo na orla de Maceió-AL.



## REFERÊNCIAS

- BELLEN, Hans Michael van. A tomada de consciência: dos limites do crescimento até o conceito de desenvolvimento sustentável. In:\_\_\_\_\_. Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa. - reimpressão -, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007, cap.2, p 21-22.
- CAVALCANTE, Enoque Gomes. PRIMEIRA PARTE – Alguns elementos teóricos do novo paradigma do desenvolvimento com Sustentabilidade. In: CAVALCANTE, Enoque Gomes (org); COSTA Fernando Bastos; LIRA; Fernando José de. Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade: algumas experiências no Nordeste do Brasil. Maceió: Edições Catavento, 1999, p. 15-55.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Introdução à geografia do turismo. 2. ed. ROCA, 2003.
- D'ARAÚJO, Maria Celina. Capital Social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- FRANCO, Augusto de. Pobreza & Desenvolvimento. Brasília: Aed, 2002.
- IBGE. Cidades. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>. Acesso em: 26/04/2011.
- MASINA, Renato. Introdução ao estudo do turismo: conceitos básicos. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.
- MIRANDA, Moema; MAGALHÃES, Paulo. Discutindo DLIS: reflexões a partir da metrópole. In: SILVEIRA, Caio Márcio; REIS, Liliane da Costa. Desenvolvimento local: dinâmicas e estratégias. Rio de Janeiro: Rede DLIS/RITS, 2001, p. 103-112.
- OLIVEIRA, Francisco de. Aproximações ao enigma: que quer dizer desenvolvimento local? In: SPINK, Peter et al. (Org.) Novos contornos da gestão local: conceitos em construção. São Paulo: Pólis; Programa Gestão Pública e Cidadania/FGV-EAESP, 2002, p. 11-31.
- ONU. Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso Futuro Comum. 2ed. Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas. 1991.
- SACHS, Ignacy. Estratégias de Transição para o Século XXI: Desenvolvimento e Meio Ambiente. São Paulo: Studio Nobel: Fundação do Desenvolvimento Administrativo, 1993.
- SETUR-AL. Secretaria de Turismo de Alagoas. Pesquisa de Turismo Receptivo. Janeiro, 2006.
- SILVA, Christian Luiz da. (Org.) Reflexões sobre o desenvolvimento sustentável: agentes e interações sob a ótica multidisciplinar. Petrópolis: Vozes, 2005
- VEIGA, José Eli da. Desenvolvimento Sustentável: Desafio para o Século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- ZAPATA, Tânia et al. Desenvolvimento local: estratégias e fundamentos metodológicos. In: SILVEIRA, Caio Márcio; REIS, Liliane da Costa. Desenvolvimento local: dinâmicas e estratégias. Rio de Janeiro: Rede DLIS/RITS, 2001, p. 115-128.

## MATRIZ TERRITORIAL DE TURISMO COMUNITÁRIO: UMA PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO INCLUSIVO NO MUNICÍPIO DE BREJO GRANDE, SERGIPE – BRASIL

M. N. L. Santos<sup>1</sup>, G. L. F. Samuel<sup>2</sup> e I. G. N. Costa<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju

marynadj@infonet.com – ghabifeitosa@hotmail.com – isisgabrieli@hotmail.com

### RESUMO

Este artigo apresenta as atividades desenvolvidas no Programa Institucional de Iniciação Científica- PIBIC, 2010, cujo objetivo foi gerar informações sobre dados econômicos, ambientais e sociais do município em análise. Além disso, desenvolveram-se estratégias de sensibilização e participação das lideranças locais na elaboração das oficinas e organização dos dados, integrando-os nesse processo de levantamento. Especificamente trata de desenvolver uma representação da Matriz do Arranjo Produtivo Local do Turismo no *web-site*, de forma que este instrumento estabeleça um banco de conhecimento à base empírica do estudo. Os procedimentos técnicos utilizados foi à pesquisa bibliográfica centrada nos temas de Turismo Comunitário, Sistema de Informação e Políticas Públicas de Turismo, com o intuito de fundamentar à pesquisa. Esse levantamento foi desenvolvido na perspectiva de futuros trabalhos inserirem e relacionar as Tecnologias de Informação (TI) nos setores turísticos e da comunidade no processo de desenvolvimento da atividade. Neste sentido, a proposta de Matriz Territorial de Turismo resulta numa representação de gerenciamento de banco de dados para cidade de Brejo Grande/SE, a partir de um quadro que identifica seus principais problemas e ações. Estas ações devem ser instrumento de bem-estar da população receptora, assentado no exercício da cidadania (controle social), aliado a participação efetiva do Estado no processo de desenvolvimento da localidade (governança).

**Palavras-chave:** Representação Turística – *web-site*. Oficinas participativas. Inclusão social. Brejo Grande: Sergipe: Brasil

## 1. INTRODUÇÃO

Brejo Grande está situado no Litoral Sergipano no extremo norte do Estado, há 137 quilômetros de Aracaju. A cidade possui aproximadamente oito mil habitantes, tem como principais atividades econômicas a agricultura, a piscicultura, extração de petróleo e apicultura. O município localiza-se à margem direita do rio São Francisco, em zona de planície litorânea, dotada de restingas e manguezais entremeados por lagoas e apicuns, a vegetação é típica de lagoas de água doce. Este se encontra politicamente definido no Polo Costa dos Coqueirais (2001-2005), e atualmente no Programa Roteiros do Brasil, como estratégia para reduzir a pobreza, pois se encontra com Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (2008), dos mais baixos do Estado de Sergipe (0,4819%), emprego e renda (0,3343)<sup>1</sup>.

Os projetos de turismo de base comunitária se desenvolvem de diversas formas e com diferentes estruturas e objetivos, refletindo ambientes, contextos e valores culturais peculiares a cada região, o artigo transcorre sobre a proposta de um modelo inclusivo de turismo que deve ser instrumento de melhoria da qualidade de vida.

Nesse sentido, este artigo tem por finalidade comprovar a importância da matriz territorial de turismo na comunidade brejograndense, com vistas à sistematização de informações técnicas e científicas sobre o município.

À base de estudo deste artigo, especificamente busca:

- Levantar dados econômicos, ambientais e sociais do município em análise, integrando as lideranças locais nesse processo;
- Desenvolver a representação dos arranjos sócio-produtivos locais do turismo, de forma que este instrumento estabeleça um banco de conhecimento à base empírica do projeto;
- Propor a operacionalização e sistematização da matriz territorial de turismo.

Para execução dos objetivos descritos acima, foi necessário utilizar-se das seguintes etapas: sensibilizar a participação das comunidades autóctones na dialética do planejamento comunitário e turístico; desenvolver oficinas didáticas, que oportunize o poder de voz da comunidade receptora do turismo, produzindo assim informações significativas a respeito da questão social, econômica e cultural; criar junto à comunidade brejograndense uma representação em rede de desenvolvimento, de forma a subsidiar uma política de comercialização dos produtos turísticos.

---

<sup>1</sup> Base de Dados: 2000-2005, discutidos em SANTOS, M. N. L. (2009).

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O município está caracterizado neste mapa pela vegetação litorânea com rios, lagos, lagoas e mangues. A figura 01, a seguir representa o uso do solo e chama atenção acerca das rodovias como via de acesso estadual e municipal, rios e lagos, área praiana e outras informações que são importantes para o turismo.

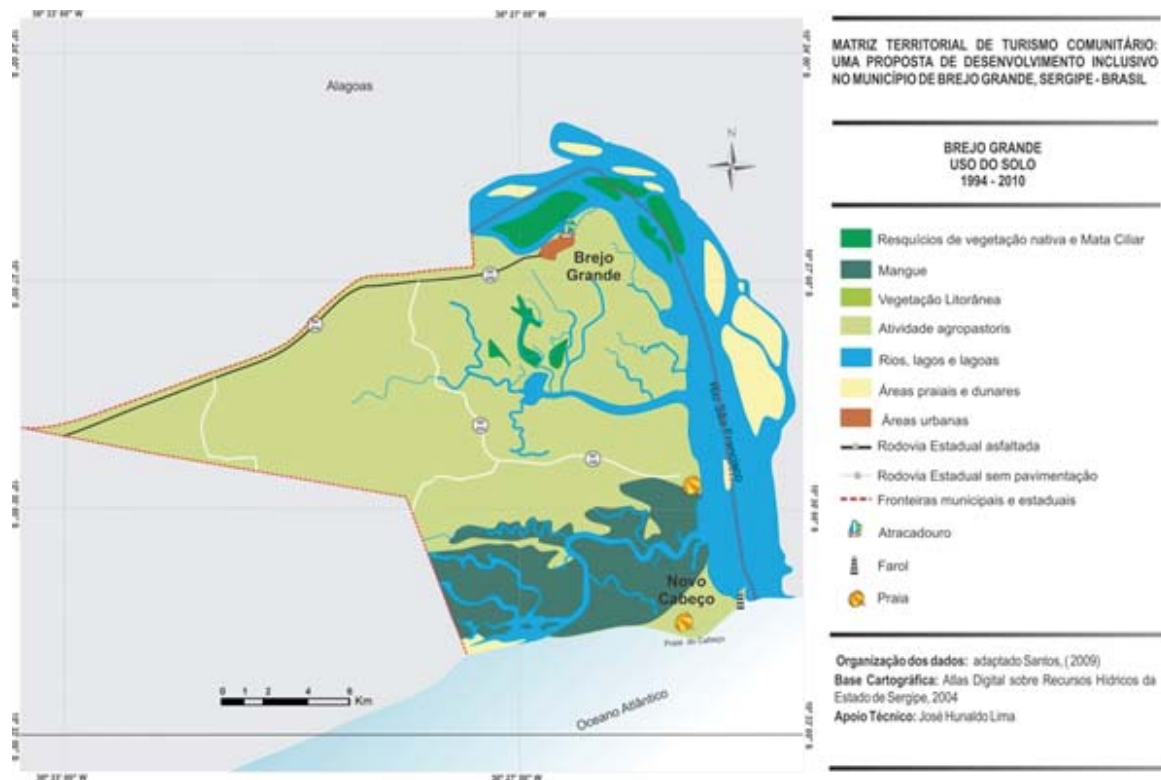


Figura 1 - Uso do solo

Fonte: Mapa Turístico-municípios de Brejo Grande, Sergipe, 2009

Os projetos de turismo de base comunitária se desenvolvem de diversas formas e com diferentes estruturas e objetivos, refletindo ambientes, contextos e valores culturais peculiares a cada região. Os resultados quali-quantitativos estão assentados na Oficina Participativa e dos indicadores socioeconômicos do município, respectivamente. Neste contexto, buscaram-se informações sobre as principais fontes de renda, a percepção e o envolvimento da população local acerca dos investimentos para melhoria das condições de vida e no processo de instalação dos empreendimentos turísticos. Os resultados obtidos a partir da oficina foram:

### Quadro Diagnóstico Participativo, Brejo Grande (SE)

PRODUÇÕES	EQUIPAMENTOS DE	DIFICULDADES
-----------	-----------------	--------------

	<b>PRODUÇÃO</b>	
<b>Pólen</b>	Pólen (única produção que tem coletividade): açúcar, madeira, tela, roupa, pinça, aventais, mesas específicas para limpeza do pólen, luvas, máscaras, toucas e estufa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta dinheiro para compra de equipamentos necessários para produção;</li> <li>- Requer de um local com maior espaço e infraestrutura adequada com salas para estufa e limpeza do pólen;</li> <li>- Ampliação dos apiários;</li> <li>- Falta transporte para a comercialização e produção – atualmente o transporte do pólen é feito pelo correio ou transportadora.</li> </ul>
<b>Artesanato (palha de coqueiro, papel de jornal, bordados, crochê, ouricuri e cortiça).</b>	Artesanato: panos, linha, tesoura, máquina, agulha e bastidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de coletividade no artesanato de bolsas;</li> <li>- Pouca valorização dos produtos, no que se refere à venda e comercialização dos produtos fora do município;</li> <li>- Pouca valorização do trabalho das mulheres.</li> </ul>
<b>Pesca (caranguejo, peixe, siri, camarão, sururu e ostra).</b>	Pesca (pesca somente de peixes): motor rabeta (rabo grande), barco, rede, remo, cordas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não se valoriza o comércio da pesca na cidade, pois a produção é vendida em Piaçabuçu (AL), por sua vez, eles não tem pescado nem para consumo;</li> <li>- Falta o “caminhão – Baú” para o transporte do pescado e gelo;</li> <li>- Há dificuldades de união entre as associações de pescadores.</li> </ul>
<b>Doces caseiros (caju, cocada)</b>	Doces (grupo de 20mulheres): maquinários de cozinha industrial, freezer, fogão, panelas, utensílio domésticos.	- Falta de coletividade entre os interessados na produção de cocada.
<b>Frutas - côco, caju, melancia e castanha.</b>	Utiliza-se o solo	- Concentração de terras está na mão de poucos.
<b>Bovino e Suíno</b>	Pastagem, alimentação	- Poucos produtores, só quem é dono de terras.
<b>Galináceos</b>	Alimentação para as galinhas (milho, soja)	- Poucos ninhos de alçapão para a criação de galináceos
<b>Mandioca</b>		- Falta de umidade durante os primeiros meses após o plantio, pois causa perdas na brotação e na produção, enquanto que o excesso, em solos mal drenados, favorece a podridão de raízes.
<b>Rizicultura</b>	Processo necessita de maquinários	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Somente planta arroz quem é dono de terra, a produção é concentrada na mão de poucos;</li> <li>- O meio ambiente é degradado pelo uso do agrotóxico usado na plantação de arroz. Este uso destrói a terra e o plantio e contamina o rio.</li> </ul>
<b>Milho, Feijão e Mel (produz para consumo).</b>		- A população produz para o próprio consumo.
<b>Carne de hambúrguer, salgado, pastel de mariscos (beneficiamento de mariscos)</b>	Fogão e panelas industrial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessidade de cozinha industrial;</li> <li>- Faltam materiais para exercer a formação, após a capacitação.</li> </ul>

Fonte: Pesquisa de campo, ago., 2010

Segundo dados do IBGE, o IDH de Brejo Grande é um dos mais baixos do estado de Sergipe, colocado no 3º lugar abaixo da linha da pobreza. O Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal-**IFDM** distingue-se por ter periodicidade anual, recorte municipal e abrangência nacional. Estas características possibilitam o acompanhamento do desenvolvimento econômico e social de todos os 5.564 municípios brasileiros de forma objetiva e com base exclusiva em dados oficiais relativos às três principais áreas de

desenvolvimento: Emprego e Renda, Educação e Saúde (IFDM, 2008). Segue abaixo a tabela em estudo dos municípios que compõe o litoral Norte, destacando o município em análise.

**Tabela 1 - Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (2000-2005) – Litoral Norte/Sergipe/Brasil.**

Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (2007)		SERGIPE		IFDM	EMPREGO E RENDA	EDUCAÇÃO	SAÚDE
		Sergipe		0,6287	0,5365	0154903	0,7398
		Mediana		0,5655	0,3701	0,6358	0,7170
		Máximo		0,7681	0,8085	0,7508	0,8853
Mínimo				0,4531	0,0867	0,4492	0,5341
Ranking IFDM		UF	Ranking IFDM Sergipe - 2007	IFDM	EMPREGO E RENDA	EDUCAÇÃO	SAÚDE
Nacional	Estadual						
400º	1º	SE	Aracaju	0,7681	0,8085	0,6732	0,8226
3243	23	SE	Barra dos Coqueiros	0,5911	0,4136	0,5919	0,7689
<b>5254</b>	<b>73</b>	<b>SE</b>	<b>Brejo Grande</b>	<b>0,4561</b>	<b>0,2211</b>	<b>0,5585</b>	<b>0,5887</b>
4259	64	SE	Pacatuba	0,5320	0,2959	0,6445	0,6555
2857	21	SE	Pirambu	0,6132	0,4152	0,6690	0,7553

Organização dos dados: Adaptado de SANTOS (2009).

Fonte: Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal, 2008. Base de dados (2000-2005).

Segundo o *ranking* do Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal, o município Brejo Grande encontra-se 4413º em nível Nacional e no 68º em nível Estadual, retratando em números a realidade do município com desenvolvimento baixo e regular. A capital sergipana possui o IFDM de 0,6456 que comparado ao município mais avançado do litoral norte de Pirambu, demonstra pequenas diferenças nas variáveis exceto em emprego e renda, já confrontado ao município em estudo que possui o menor índice do litoral norte, comparativamente as mudanças são maiores, percebe-se significantes diferenças em todos os níveis. O Estado de Sergipe tem o índice mediano de desenvolvimento municipal, segundo o indicador apresentado.

Diante das informações acima mencionadas o estudo levanta questões também acerca da operacionalidade da Matriz Territorial de Turismo, bem como o uso e procedimentos acerca da captação e/ou criação de redes de investimentos (*software*), para viabilizar/oportunizar melhoria nas condições de vida da comunidade e que alavanque o desenvolvimento do local e promova um uso mais consciente do espaço coletivo.

O sistema de *Web site* foi pensado para oferecer ao empreendedor, um meio de comunicação de tal importância que ocasione grande publicidade sobre sua comunidade e seus produtos. Vale ressaltar que a publicidade dos valores ambientais, culturais e sociais da comunidade implantada no sistema, despertará o interesse dos turistas em conhecer o município trazendo um maior desenvolvimento econômico e consequentemente mais renda para a comunidade. Com isso, a informática tem como objetivo facilitar a vida dos usuários tendo em vista que o *web site* deve ser alimentado por membros da comunidade, mediante a uma autorização com *Login* (nome do usuário que terá permissão de alterar e alimentar o sistema) e *Senha* (para garantir que apenas pessoas autorizadas possam modificar os dados). A figura, a seguir, possibilita uma visualização desta representação:



**Fig. 0 2 - Matriz Territorial no Web site.**

**Fonte: Proposta Adaptada de Santos (2009).**

Ressalta-se que essa matriz é alimentada pelas lideranças locais, através de capacitação na área de informática, em parceria técnica e científica dos pesquisadores do Instituto Federal de Sergipe/IFS. Esses compõem o território do turismo. Autocapacitar-se e organizar-se coletivamente é a perspectiva e expectativa destes resultados para atrair trabalho e renda nessa localidade. O Em síntese, a matriz é composta por dados referentes ao meio ambiente, econômico e social e os desdobramentos, também complementam os dados sobre o sistema de informações, divulgação e comercialização do produto turístico, comunidades tradicionais e oferta turística (paisagem), todos simbolicamente representados.

### 3. CONCLUSÃO

As reflexões apresentadas nesse artigo partiram da perspectiva de inserir e relacionar as Tecnologias de Informação (TI) com o fenômeno turístico e na inserção da comunidade neste processo de desenvolvimento da atividade. A matriz territorial de Turismo resultou numa ferramenta de gerenciamento de banco de dados para cidade de Brejo Grande/SE, com o objetivo de fomentar trabalho e renda para a localidade e mediante desenvolvimento da representação dos arranjos sócio-produtivos locais do turismo, propondo assim a operacionalização do estudo proposto para o PIBIC.

A demonstração das ferramentas de uso do sistema de informação, denominado de *web site* que “significa” possibilidades de rede de informações acerca do município e a autogestão desse conhecimento foi feita através do modelo matricial, apresentado na figura 3. Para obter tais resultados precisou gerar um quadro que traduziu os principais problemas e ações demandadas pelos agentes

sociais no setor apícola, além de outros produtos catalogados que geram renda para o município. Desses resultados alcançados modelou-se a Matriz Territorial de Turismo. As perspectivas, nesse sentido, são inúmeras para a localidade, principalmente no que se refere ao desenvolvimento da representação dos arranjos sócio-produtivos locais do turismo, a capacitação no uso do equipamento e a perspectiva de que os munícipes operacionalizem a Matriz Inclusiva.

Destarte, se faz necessário mensurar o grau de compromisso e de envolvimento das lideranças locais e inferir os resultados produtivos no âmbito de sistema de informação. Vale avaliar os resultados no que concerne à capacitação de representantes da comunidade para a alimentação de dados no *software*; como também ter como base o Turismo Comunitário. Convém ainda explicar que o desenvolvimento da Matriz se encontra em fase preliminar de construção, que em outro bloco de pesquisa será devidamente aprofundado. Contudo, este tipo de estudo, requer uma oralidade na sua apresentação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Plano Nacional de Turismo 2003-2007. Ministério do Turismo. Brasília-DF, 2003.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo. 2007/2010: Uma Viagem de Inclusão.** Brasília: MTur, 2006.

BRASIL – MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo– Roteiros do Brasil, Diretrizes Políticas,** 2004.

BECKER, B., Conferência: **Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil in Caderno Virtual de Turismo,** ISSN 1677-6976, nº 1, disponível em <http://www.ivt-rj.net/caderno/anteriores/1> publicado em setembro de 2001; acessado em 12/12/2003.

BOGADO, Claudia; TELES, Adonai. **A Tecnologia da Informação na indústria do turismo: fatos, perspectivas e uma visão brasileira.** Observatório de Inovação do Turismo área temática: Tecnologia da Informação. 2003.

BURSZTYN, IVAN. **Políticas públicas de turismo visando à inclusão social.** Rio de Janeiro 2005. VII, 110.

CARMO, Hermano. **Desenvolvimento Comunitário.** Lisboa: Universidade Aberta, 1999.

CINFORM. **História dos Municípios.** Sergipe: Cinform, 2002.

CRUZ, R. C. **“Política de Turismo e Território”.** 2ª ed., São Paulo: Contexto, 2001.

DYE, T., *Understanding public policy.* 7ª edição. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1992.

Microsoft Access XP. Informática Aplicada à Administração II

RICHARDSON Roberto, J. *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, S. S., **O turismo na Prainha do Canto Verde (CE): comunidade e sustentabilidade.** Tese de M.Sc., COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2003.



SANTOS, Mary N. L. **Políticas territoriais de turismo: investimentos no Polo Costa dos Coqueirais, Sergipe, Brasil.** São Cristóvão: UFS. 256fls., 2009. Tese de Doutorado. (Programa de Pós-Graduação em Geografia)

SEABRA, G. **Ecos do turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas.** Campinas, SP: Papirus, 2001.

SPOSITO, Eliseu S. **Geografia e filosofia: contribuição para o ensino do pensamento geográfico.** São Paulo: UNESP, 2004.

## LAZER E QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: UM RELATO DE EXPERIÊNCIAS DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS COM SERVIDORES DA REITORIA-IFRN

D. S. Silva<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - Campus Natal Central  
dayseanne89@gmail.com

### RESUMO

Este artigo discute experiências desenvolvidas no projeto de Lazer e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) que está sendo desenvolvido com os servidores da reitoria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN). Foi implantado no dia 02 de Maio de 2011, e desenvolvido pela Diretoria de Gestão de Pessoas do IFRN juntamente com a Coordenação de Assistência de Pessoal e a Qualidade de Vida apresentando como objetivo geral a tarefa de contribuir para a melhoria da qualidade de vida e lazer no ambiente de trabalho promovendo a integração dos servidores da reitoria desse Instituto. Ademais, como objetivos específicos, busca implementar ações voltadas para o bem estar e qualidade de vida dos servidores; desenvolver palestras educativas dentro do ambiente de trabalho; gerar atividades voltadas para a integração de todos; promover a diminuição dos níveis de *stress* e tensão geral no trabalho e estimular a autoestima através de atividades lúdicas. Trata-se de um estudo descritivo exploratório de abordagem qualitativa e de cunho social que tentará analisar, por meio de um questionário de perguntas, a estrutura física do local de trabalho, a saúde física dos funcionários, as atividades lúdicas que os servidores costumam ter dentro do ambiente de trabalho, o emocional de cada pessoa no que diz respeito ao nível de *stress* e experiências desagradáveis durante o convívio diário no trabalho, as relações interpessoais entre os colegas dos mesmos setores como também dos outros departamentos distintos, e por fim, um espaço aberto a sugestões de atividades que possam melhorar a qualidade de vida no trabalho. Certamente o maior benefício do programa de QVT, para os funcionários envolvidos, foi a melhoria das relações interpessoais, o bem estar, a motivação e a integração de todos os servidores.

**Palavras chaves:** Lazer, Trabalho, Reitoria, IFRN.

## 1. INTRODUÇÃO

No mundo atual, em que combinar técnica e velocidade na assimilação das inovações tecnológicas e ideológicas se tornam um desafio constante, o número de disfunções posturais, dores nas costas e lesões por esforços repetitivos podem acometer os trabalhadores em seu período ativos de produção. Assim, o trabalho ao mesmo tempo em que expõem os indivíduos a níveis elevados de tensão e *stress*, têm voltado suas discussões para programas de qualidade de vida e prevenção de doenças. Essas discussões tornam-se ainda mais evidentes e necessárias, à medida que são observadas a influência positiva e os diversos benefícios dos investimentos na saúde e qualidade de vida do profissional junto aos objetivos.

Há algum tempo, a qualidade de vida deixou de ser associada apenas à prática de exercícios físicos ou considerada um sonho pessoal. Hoje, o assunto migrou para as organizações e vem conquistando força, já que o investimento na qualidade de vida pode ser um fator decisivo na retenção de recursos humanos/talentos e no sucesso destas.

Tendo em vista essa situação, este artigo aborda um relato de experiências sobre o projeto de Lazer e Qualidade de Vida no Trabalho, tendo como objetivo geral a tarefa de disseminar a ação desenvolvida na Diretoria de Gestão de Pessoas do IFRN e a Coordenação de Assistência de Pessoal e a Qualidade de Vida, no qual, o mesmo foi implantado no dia 02 de Maio do 2011.

O projeto em si tem como objetivo contribuir para a melhoria da qualidade de vida e lazer no ambiente de trabalho promovendo a integração dos servidores da Reitoria desse Instituto. Ademais, como objetivos específicos, busca implementar ações voltadas para o bem estar e qualidade de vida dos servidores; desenvolver palestras educativas dentro do ambiente de trabalho; gerar atividades voltadas para a integração de todos; promover a diminuição dos níveis de *stress* e tensão geral no trabalho e estimular a autoestima através de atividades lúdicas.

Para tanto, a estrutura do trabalho compreende, além dessa introdução, uma fundamentação teórica, os procedimentos metodológicos, descrição das atividades desenvolvidas, análises dos dados do projeto e por fim as considerações finais.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O tema Qualidade de Vida no trabalho é algo bastante abrangente, pois é existente em diversas áreas do conhecimento, e foi a partir da década de 50 que a qualidade de vida começou a aparecer na literatura como uma nova abordagem do mundo do trabalho, principalmente em estudos relacionados a condições de trabalho. De acordo com França (1997, p. 80):

Qualidade de vida no trabalho (QVT) é o conjunto das ações de uma empresa que envolvem a implantação de melhorias e inovações gerenciais e tecnológicas no ambiente de trabalho. A construção da qualidade de vida no trabalho ocorre a partir do momento em que se olha a empresa e as pessoas como um todo, o que chamamos de enfoque biopsicossocial. O posicionamento biopsicossocial representa o fator diferencial para a realização de diagnóstico, campanhas, criação de serviços e implantação de projetos voltados para a preservação e desenvolvimento das pessoas, durante o trabalho na empresa. (FRANÇA, 1997, p. 80)

Pensando assim, tanto o individuo como a empresa deve ser pensado no todo e não dividido em partes. Para Vieira (1990), a QVT tem como objetivo central gerar uma organização mais humanizada para, através dela, resultar uma relação entre capital e trabalho não conflitante, mas sim cooperativa.

De acordo com Walton (1973 apud HADDAD, 2000), Qualidade de Vida no trabalho visa proteger o trabalhador e proporcionar-lhe melhores condições de vida dentro e fora da organização. Walton estabeleceu oito categorias conceituais como critérios de qualidade de vida no trabalho:

compensação justa e adequada; condições de trabalho seguras e saudáveis; oportunidades imediatas para desenvolver e usar as capacidades humanas; oportunidades futuras para o crescimento contínuo e a garantia de emprego; integração social na organização; constitucionalismo na organização; trabalho e espaço total na vida do indivíduo e relevância social do trabalho.

No que se refere às atividades de QVT, Macedo (1993 apud DANTAS, 2010), afirma que a participação na resolução de problemas, reestruturação do trabalho, sistemas de compensação inovadores e a melhoria no ambiente de trabalho, buscam criar um envolvimento ótimo entre os empregados e a organização, o que se traduz em um nível maior de satisfação e motivação, fazendo com que seja atingida a efetividade organizacional e preservada a saúde do sistema.

Com essa concepção, muitas empresas estão desenvolvendo programas de QVT, voltados para uma maior satisfação e bem estar de seus funcionários.

Para Moraes, Kilimnik e Ramos (1994),

a ênfase da qualidade de vida no trabalho é na substituição do sedentarismo e do *stress* por um maior equilíbrio entre o trabalho e o lazer que resulte em melhor qualidade de vida. Numa visão institucional, a QVT deve monitorar todas as variáveis que determinam o ambiente tecnológico, político e econômico do trabalho. (MORAES, KILIMNIK E RAMOS, 1994, p. 307).

As atividades de Lazer também estão sendo utilizadas para essa melhoria dentro do ambiente de trabalho. Os programas de lazer nas empresas estão tendo resultados satisfatórios na melhoria da qualidade de vida no trabalho e no retorno econômico para as empresas, amenizando os problemas de relacionamento e de autoestima dos trabalhadores.

Segundo Marcellino (1999), as relações entre lazer, trabalho e empresa estão cada vez mais sendo destacadas no cotidiano atual. Isto pode ser observado nas diversas manifestações de lazer propostas para ou pelos funcionários em organizações, mostrando a relevância dessas ações tanto para corpo funcional como para o desenvolvimento da organização.

Isso faz com que, o lazer comece a ser percebido dentro deste ambiente como um instrumento essencial na promoção do bem-estar e na melhoria da qualidade de vida.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Considerando os pressupostos que embasam os objetivos propostos no presente projeto de pesquisa, foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa e de cunho social através de questionário para saber como é ou está a estrutura física do local de trabalho, a saúde física dos servidores (se eles costumam fazer atividades físicas fora ou dentro do ambiente de trabalho), o desenvolvimento de atividades lúdicas, o estado emocional dos mesmos (se sentem muito stress, se sofrem humilhações de seus superiores) e a relação interpessoal entre os colegas dos mesmos setores, como também, dos outros departamentos distintos e por fim, um espaço aberto a sugestões de atividades que possam melhorar a qualidade de vida no trabalho dos servidores da reitoria do IFRN. Apesar desses questionários terem sido aplicados durante uma semana, não foi possível entrevistar a todos os servidores da reitoria, que no total seriam de 80 (oitenta), pois alguns não estavam presentes, devido aos horários e aos compromissos com viagens. Portanto, apenas 60 (sessenta) servidores, incluindo os terceirizados, responderam os questionários aplicados.

### 4. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

As atividades desenvolvidas na reitoria foram:

- Comemoração dos aniversariantes do mês;
- Dinâmicas de integração;

- Festejo de datas comemorativas que dentre elas destacam-se: dia das mães, dia dos pais, dia do servidor público, etc.;
- Palestras educativas abordando vários temas, como por exemplo, a importância dos alimentos funcionais para a qualidade de vida, postura corporal dando ênfase em Ler/Dort, o que é qualidade de vida no trabalho e outros;
- Massagens, yoga, pilates, mini-curso de maquiagem, trilhas ecológicas, ginástica laboral etc..

Essas comemorações dos aniversariantes ocorrem no último dia útil de cada mês e no turno da tarde. Participam apenas quem deseja e quem contribui com o valor simbólico de R\$ 10,00 (dez reais), pois, por ser uma instituição federal, não é liberado verba para esse tipo de atividade. Nesse mesmo evento são realizadas dinâmicas de integração com o grupo, que geralmente envolvem perguntas sobre os aniversariantes do mês e brindes para aqueles que acertam as perguntas solicitadas. Algumas dessas dinâmicas foram com músicas propagadas de maneira fragmentada para que eles completem a letra. Nesse mesmo evento são entregues cartões com mensagens parabenizando-os, tiram-se fotos de todos os servidores participantes e reúnem os aniversariantes ao redor da mesa para cantar os parabéns e em seguida todos saboreiam o *buffet*. Os outros eventos, como o dia das mães e o dia dos pais, são realizados no turno da manhã, com entrega de cartões e sorteios de brindes para todos que estão sendo homenageados naquela data e finalizado com um *cooffe break*, conseguido através de parcerias com empresas.

Na semana do servidor público, foram oferecidas várias atividades de massagens, yoga, pilates, mini-curso de maquiagem, trilhas ecológicas, ginástica laboral dentre outras, tendo uma programação que contemplaram os dois turnos, e oferecidas durante uma semana.

As palestras geralmente ocorrem no período da manhã, devido à disponibilidade dos profissionais palestrantes convidados. Estas têm uma grande participação dos funcionários e eles interagem com os palestrantes. No fim de cada palestra ocorre a ginástica laboral, com todos que estão presentes.

No entanto, há muitas dificuldades em relação à prática dessas atividades que fazem parte do projeto, como a falta de recursos para melhoria do espaço onde as atividades são desenvolvidas, pois existem poucas salas para desenvolver essas atividades. A verba que “teoricamente” era para ser gasta com a contratação de alguns profissionais e compra de materiais e execução de passeios culturais, na prática, até agora, não foi consumida com nada por conta da burocracia. Por ser uma instituição federal e segundo o chefe do departamento de licitação do instituto afirma, o que rege essa burocracia são várias leis encontradas na legislação, e que tais não permitem que esse dinheiro seja gasto com essas atividades lúdicas, mas sim, apenas com fins educativos. Infelizmente, ainda não se encontra um meio para a legislação liberar esse dinheiro, tornando sempre a busca de empresas e profissionais para patrocinarem esses eventos. Apesar disso, o resultado foi muito gratificante, pois depois que se começou a realizar todos esses eventos, muitos servidores participam dos momentos lúdicos, se envolvendo e dando sugestões, elogios e críticas que possam melhorar cada vez o trabalho desenvolvido.

## 5. ANÁLISE DOS DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Na análise dos resultados da avaliação diagnóstica pôde-se constatar que a estrutura física do prédio está muito boa, não tem rachaduras nas paredes, todas as salas têm ar condicionado, o prédio possui escadas, elevador e extintores de incêndio. Já com relação à saúde física dos funcionários, grande parte dos pesquisados disseram que costumam fazer atividades físicas fora do ambiente de trabalho, porém dentro do mesmo, nunca fizeram nenhum tipo de atividade. Com relação às atividades lúdicas, os entrevistados responderam que nunca participaram, pois não houve antes nenhum profissional desta área para desenvolver este tipo de atividade. Quanto ao estado emocional, em função do *stress* e/ou

humilhação de seus superiores, os servidores responderam que o trabalho não lhes causam muito *stress*, pois não levam atividades para casa e nem se tem muito acúmulo de trabalho ou função, e que, até então, não sofreram experiências desagradáveis. As relações interpessoais com todas as pessoas do mesmo setor são boas, porém já com os colegas dos outros setores não são muito satisfatórias, por não existir muito contato com eles, ou seja, a comunicação é um pouco difícil por que, na maior parte do tempo, cada um fica em seu setor e sai apenas para resolver problemas de trabalho, fazendo com que dificulte ainda mais as relações interpessoais. Por fim, os entrevistados deram várias sugestões que poderiam melhorar o ambiente de trabalho, fazendo com que o tornasse mais integrado e que melhorasse a qualidade de vida de todos. As sugestões dadas foram as seguintes: comemoração dos aniversariantes do mês e de datas comemorativas (dia das mães, dos pais, do servidor público, etc.), palestras educativas, ginástica laboral, e uma sala destinada para o descanso contendo televisores, games, som, micro-ondas, sofá, *puffs*, cadeiras ergonômicas, entre outras coisas. Logo após o estudo do questionário e das sugestões, algumas atividades foram inseridas dentro do projeto lazer e qualidade de vida dos servidores da reitoria do IFRN.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dessas práticas de lazer e das atividades lúdicas desenvolvidas junto aos servidores da reitoria do IFRN, mesmo com as dificuldades encontradas, podemos perceber significativos benefícios que um projeto desse tipo propicia aos funcionários, fazendo com que o lazer seja um componente eficaz na melhoria da qualidade de vida no ambiente de trabalho dos mesmos.

As atividades lúdicas que vêm sendo realizadas contribuem também para o sucesso desse projeto e percebe-se que um todo é feito de partes, as quais se interagem para a construção do sucesso. Logo as práticas em questão contribuem para dissolver as barreiras criadas entre os funcionários pela estrutura organizacional.

Certamente o maior benefício do programa de QVT, para os funcionários envolvidos, foi a melhoria das relações interpessoais, o bem estar, motivação e a integração de todos os servidores.

Acredita-se que este trabalho possa contribuir para que outras instituições federais adotem e façam acontecer na prática esses projetos de Lazer e Qualidade de Vida no Trabalho, valorizando o lazer como um fator fundamental e possibilitando a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, em que a preocupação maior seja a busca de uma vida melhor para todos.

## REFERÊNCIAS

FRANÇA, A. C. Limongi. Qualidade de vida no trabalho: Conceitos, abordagens, inovações e desafios nas empresas brasileiras. **Revista Brasileira de Medicina Psicossomática**. Rio de Janeiro, vol. 1, nº 2, p. 80, abr./mai./jun.1997.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e empresa**: múltiplos olhares. Campinas: Papirus, 1999.

MORAES & KILIMNIK, Z. M., RAMOS, W. M. O atual estágio da arte da qualidade de vida no Brasil In **Anais do XVII ENANPAD**, Curitiba, v.10, 1994. OLIVEIRA, Marco Antonio Garcia. Cultura Organizacional São Paulo: Nobel, 1997.

WALTON, Richard. **Quality of working life**: What is it? Sloan management Review, v.15, n.1, p. 11-21, 1973.

VIEIRA, Adriane. **A qualidade de vida e o controle de qualidade total**. Florianópolis: Insular, 1996.

## INCLUSÃO SOCIAL NO TURISMO: A ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA

A. R. Silva<sup>1</sup>; V. O. Abreu<sup>2</sup> e R. V. Pinheiro<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Campus Fortaleza

ribeiro.alinne@hotmail.com; vanessadeoliveira89@hotmail.com; rubia@ifce.edu.br

### RESUMO

As barreiras atitudinais e arquitetônicas são algumas das dificuldades encontradas pelos portadores de deficiência física e/ou com mobilidade reduzida no seu cotidiano de vida. Sabendo-se da importância da inclusão social e conferindo à constituição brasileira que ressalta que todos os cidadãos devem ter tratamento único, relacionado à educação, saúde, moradia, respeito, lazer, segurança entre outros, este artigo propõe como objetivo geral uma investigação de como estão adequados os equipamentos hoteleiros para os portadores de qualquer tipo de deficiência (motora, visual e auditiva). Entende-se que a hotelaria é um dos mais importantes eixos dentro do turismo, seja qual for a modalidade, desta feita, conhecer e verificar se a estrutura hoteleira prima pelo bem estar de todos, é relevante para o setor e para seus usuários. Como procedimento metodológico aplicou-se questionários junto aos gerentes e/ou proprietários de hotéis de médio porte na orla de Fortaleza. Alguns dos resultados apontaram que ainda há muita inadequação nos equipamentos hoteleiros para receberem os portadores de deficiência.

**Palavras-chave:** Acessibilidade; Hotelaria; Pessoas com Deficiência e Mobilidade Reduzida.

## INTRODUÇÃO

O Turismo é um grande propulsor da economia, capaz de modificar tanto o cotidiano de quem trabalha na área como o de quem utiliza os equipamentos turísticos.

Ele é responsável por gerar 203 milhões de empregos em todo o mundo, o que equivale a 8% do total global, contribuindo com três trilhões de dólares na economia mundial, segundo dados fornecido pelo Governo Federal em sua publicação: “Estudos da competitividade do turismo brasileiro”; e de acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), o número de desembarques internacionais e nacionais, no Brasil, efetuado entre os meses de janeiro a junho de 2011, é de 4.357.870 e 37.938.594, respectivamente.

Várias são as modalidades de turismo, há o religioso, o de saúde, o social, o de eventos, dentre outros. O atendimento e a qualidade são fundamentais para a segmentação. E a fim de tornar o turismo acessível a todos, discute-se muito a respeito dos meios para melhor receber as pessoas com deficiência – indicados neste estudo pela sigla PD(s) - ou com mobilidade reduzida aos equipamentos e atividades turísticas (como em meios de hospedagens, transportes e serviços), ajustado por diretrizes da inclusão social.

Segundo o Ministério do Turismo, em seu manual de orientações, do ano de 2006, denominado de “Turismo e Acessibilidade”, pessoa com deficiência é aquela “que possui limitação ou incapacidade para o desempenho de algum tipo de atividade”. E mobilidade reduzida “é a dificuldade de movimento, permanente ou temporariamente, gerando redução efetiva da mobilidade, flexibilidade, coordenação motora e percepção, não se enquadrando no conceito de pessoa com deficiência. A NBR 9050:2004 entende por pessoa com mobilidade reduzida, além de pessoa com deficiência, o idoso, o obeso, a gestante.”

Segundo a Constituição Federal de 1988, artigo 50º: “todos são iguais perante a lei, sem nenhuma distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros existentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade [...]”.

Desta feita, aos portadores de algum tipo de deficiência, deve ser assegurado o mesmo respeito que se tem aos demais. Logo, precisam ser criadas oportunidades para que estas pessoas possam ter acesso e usufruir cada vez mais dos benefícios que o turismo pode proporcionar.

Esses cidadãos como quaisquer outros são consumidores com potencial para solicitar e adquirir os produtos e os serviços turísticos. De acordo com o censo, em 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) 14, 5 % da população total do Brasil possui algum tipo de deficiência, esse número equivale a 24, 5 milhões de pessoas.

O “turismo com acessibilidade” não deve ser tratado como um novo segmento da área, igualmente ao Turismo de Aventura ou ao Ecoturismo. (IFPE: Núcleo de Atendimento aos Alunos com Necessidades Educacionais Especiais, CARTILHA 10 Dicas sobre Turismo Inclusivo). Ele precisa ser pensado visando à sociedade, e não apenas o lucro, para que ele possa beneficiar grande parte da população.

Para tal, é necessário que ocorram algumas mudanças, principalmente, em uma, das três, bases do turismo, a hospedagem. Pois sem o auxílio desta é basicamente impossível realizar a atividade turística em qualquer região.

É sabido que o primeiro contato e a primeira impressão que o cliente tem ao chegar ao seu destino turístico são com os serviços oferecidos pelo hotel (ou afins) em que ficará hospedado e que servirá como casa enquanto este estiver hospedado naquele estabelecimento. A base da hotelaria é a prestação de serviços. Para se ter e manter um empreendimento hoteleiro é necessário realizar e ser flexível aos gostos dos clientes, de modo que possa atender, de maneira satisfatória, todas as exigências



da clientela para a sua fidelização. Os turistas quando contratam algum serviço hoteleiro esperam ser bem acolhidos, como se estivessem em suas próprias residências. O mesmo ocorre com as pessoas com deficiência (PD's) e com mobilidade reduzida (reconhecidos aqui pela sigla MR's), que buscam apenas serem tratados de forma semelhante aos demais indivíduos. Daí a importância de qualificar não somente a estrutura edificada, todavia também capacitar os trabalhadores que compõem a rede hoteleira, para diminuir o preconceito existente em relação a este público, e proporcionar a hospitalidade que eles merecem e desejam. Este grupo como qualquer outro consumidor dos produtos turísticos movimentam toda uma economia, seja local, regional ou nacional, pois são pessoas que trabalham, consomem, e devem ser vistas como uma grande promessa no mercado turístico, desde que a rede de produtos que compõem a cadeia turística ofereça a devida e correta acessibilidade que este grupo tem por direito. Desta forma, pessoas que portam algum tipo de deficiência não devem jamais ser esquecidas, rebaixadas ou tratadas como consumidores de pouca importância ou relevância perante a indústria do turismo.

Apesar de diversas publicações no setor turístico sobre a problemática da exclusão social poucas são as obras que abordam sobre o turismo inclusivo às pessoas com deficiências, sobretudo se tratando de indivíduos com doenças ligadas a distúrbios mentais, e mobilidade reduzida.

Todos sabem que a participação na vida social para um indivíduo com deficiência (seja ela qual for), na maioria das vezes, ocorre de forma mais difícil para estas pessoas do que para aquelas que são tidas como "normais" ou sem deficiência, seja por barreiras físicas (edificações) ou atitudinais. Nasce então a importância de se "trabalhar socialmente" para vencer os obstáculos citados e proporcionar a todos, sem nenhuma distinção, o convívio com o meio em que se vive. O que é de fundamental valor para o bem estar, saúde mental, de qualquer um.

Como objetivo geral deste trabalho tem-se: identificar as adaptações que os meios de hospedagem adotam para dar condições de acesso e estadia aos PD's e MR's. E como objetivos específicos: ressaltar os benefícios que a acessibilidade traz para hotelaria e para a qualidade de vida dos PD's e MR's; verificar as exigências da legislação para a acessibilidade na hotelaria; elencar os procedimentos de adaptação e implantação dos itens de acessibilidade pelos meios de hospedagem e examinar se os funcionários dos estabelecimentos hoteleiros possuem treinamento para receber os PD's e MR's.

Este trabalho tenciona colaborar para que os meios de hospedagem viabilizem as adaptações de barreiras atitudinais e arquitetônicas para melhor receber os portadores com deficiência no que tange a prestação de serviços e acolhimento para esse público. Contribuindo para inseri-los na vida social, por meio do turismo.

## 1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Um dos temas de mais discussão na sociedade contemporânea é a "acessibilidade", não só dentro do setor turístico, mas em várias outras áreas, como na educação e no esporte, isso pode ser observado pelo crescente número de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida e pela maior participação destes indivíduos na vida social. São inúmeras as leis criadas e as alterações feitas, nestas, que possuem como intuito assegurar o direito de participação de qualquer cidadão a qualquer segmento da sociedade.

Fávero (2004) diz, sobre a inclusão, que compete à sociedade e aos ambientes em geral requererem os ajustes necessários para promover o livre acesso de quem tem limitações físicas, sensoriais ou motoras.

Em busca da convivência social, percebe-se nas últimas décadas uma mudança na sociedade, que deixou de esconder a deficiência como se ela fosse uma vergonha familiar e social, passando a considerá-la como uma situação normal que não tem razão para se ocultar (*apud* Mendes & Paula, 2007).

Embora, a acessibilidade seja um assunto em constante discussão o que se observa é a preocupação no modo como os PD's e MR's podem circular em estruturas edificadas. Fala-se bastante das adaptações dos equipamentos turísticos "físicos", porém também é essencial, principalmente na hotelaria e para qualquer outra área prestadora de serviços, a qualificação profissional adequada para atender essas pessoas, e proporcionar uma satisfação no serviço executado aos mesmos, hospitalidade.

Mesmo modificando todas as instalações físicas dos equipamentos turísticos para receber os PD's e os MR's essa "inclusão social" não será realizada por completa, caso não haja profissionais treinados para acolher este público e assim acabar com as barreiras atitudinais.

De acordo com Mendes e Paula (2008, pag.: 337), "a questão da acessibilidade envolve a quebra das barreiras existentes na comunicação, no relacionamento entre as pessoas, na arquitetura, nos instrumentos utilizados no dia-a-dia, nas leis, além da assimilação dos conceitos de diversidade humana, qualidade de vida e empoderamento".

Então, desta forma, além de oferecer uma maior comodidade aos PD's e MR's é de grande relevância e necessidade que os meios de hospedagem possuam também profissionais aptos a lidar com pessoas portadoras de qualquer tipo de deficiência, seja ela física, mental, sensorial ou motora. Para que possa haver, sempre, uma boa comunicação entre ambas as partes, empreendimento e clientes. Logo, o termo "acessibilidade" não pode ser usado somente para instalações físicas, mas também para a prestação de serviços de informação e comunicação.

A Associação Brasileira das Indústrias de Hotel - ABIH - e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) exigem em sua matriz algumas adaptações nos estabelecimentos hoteleiros, como a colocação de rampas, elevadores e banheiros adaptados, tudo isso, para fazer-se uso do chamado "Turismo para Todos", no entanto, assim como o Plano Nacional de Turismo (PNT- 2007/ 2010), eles ainda abordam pouco sobre a questão da preparação dos funcionários para atender essa crescente demanda.

Segundo a publicação da EMBRATUR, Manual de Recepção e Acessibilidade de Pessoas Portadoras de deficiência a Empreendimentos e Equipamentos Turísticos, as modificações que um hotel (ou afins) precisa realizar para tornar-se apto para receber com segurança, qualidade e comodidade os seus hóspedes PD's e MR's são:

- Ajustamentos nos banheiros das áreas sociais e das unidades habitacionais (UH's), espaçamento adequado para a circulação de cadeirantes, seguindo as orientações da Associação Brasileira de Normas e Técnicas - ABNT -, além de instalar barras de apoio, nos boxes e nos sanitários, e bancos especiais, articulado ou removível (boxes).
- Instalação de elevadores e rampas;
- Alargamento das portas das UH's e áreas sociais;
- Substituição de mesas (principalmente nos restaurantes) por móveis com tampo com cerca de 0,70 metros de altura do chão e espaço livre e desimpedido para atendimento de usuários de cadeira de rodas;
- Instalação de aparelho de telefonia especial para surdos e cegos;
- Disposição de sinalizadores sonoros, placas, materiais, informativos e cardápios em Braille e permissão para a entrada e permanência de cães guias para auxiliar as pessoas cegas;
- Montagem de barras de apoio nas bordas das piscinas;

- Disposição de sinais táteis nas áreas sociais;
- Capacitação dos funcionários para prestar atendimento adequado aos PD's e MR's.

Desta forma, de acordo com a abordagem a respeito do tema 'acessibilidade' pelos diversos autores aqui estudados, nota-se a reconhecida importância da problemática, tanto como fator integrador quanto em relação às adaptações que devem ser feitas nos meios de hospedagem, pois a partir do momento que as barreiras físicas e atitudinais forem superadas nestes estabelecimentos, os PD's e MR's passarão a ter uma maior ou até total independência fora de seu espaço habitual, seja para exercer suas atividades de lazer ou trabalho, sendo assim integrados gradativamente em uma sociedade ainda tão despreparada no tratamento e acolhimento para com este tipo de pessoas.

### 3. METODOLOGIA

A pesquisa tem caráter exploratório descritivo. Tendo como instrumento de investigação a aplicação de questionários aos meios de hospedagens. Pegou-se como universo de pesquisa os hotéis de médio porte associados à ABIH-CE, e localizados na Avenida Beira Mar, na cidade de Fortaleza. São 61 hotéis coligados a ABIH e destes foram selecionados 10 estabelecimentos de médio porte aleatoriamente como amostragem para a aplicação da pesquisa. Considerou-se como hotéis de médio porte, aqueles com um número mínimo de 50 e um máximo de 205 UH's, classificados com até quatro estrelas. Do mesmo modo, foram realizadas buscas bibliográficas sobre a temática de inclusão social e acessibilidade na hotelaria. Além de consultas a *sites* oficiais, como o da EMBRATUR e IBGE. Verificou-se com o estudo que a literatura sobre essa problemática delimita-se, basicamente, às barreiras arquitetônicas/ físicas encontradas pelos cadeirantes; esquecendo-se muitas vezes das demais dificuldades que são deparadas pelos demais portadores de deficiências, como os deficientes mentais, visuais e auditivos.

### 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Através da amostra pesquisada constatou-se o despreparo e fragilidade dos meios de hospedagem no acolhimento ao público deficiente, tanto por parte das instalações físicas como dos recursos humanos do hotel.

Quando questionados sobre as adaptações realizadas nas áreas sociais para deficientes em geral, 80% dos estabelecimentos responderam tornar o meio mais acessível através da instalação de rampas e barras de apoio, no entanto, a maioria das rampas encontradas não permitem o acesso destas pessoas sem a ajuda de terceiros, devido as suas dimensões e inclinação, que são totalmente desfavoráveis e desproporcionais para atender as necessidades deste público.

Nas áreas de lazer, apenas 10% possuem adequações como rampas e barras de apoio nas piscinas, o que dificulta, portanto, uma maior socialização destas pessoas em seus momentos de descontração.

Com relação aos ajustamentos nas UH's, 20% dispõem de vasos e espelhos mais baixos, 50% de bancadas e pias postas em altura menor que a convencional e portas mais largas, e somente 10% disponibiliza banheiro sem *box*.

Outros recursos indispensáveis ao uso dos portadores de deficiência visual, como informativos, cardápios e elevadores com painel de controle em Braille e telefones (especiais)

correspondem a somente 10% do total. De todos os empreendimentos estudados somente um deles (10%) tem funcionário intérprete de LIBRAS.

Sobre a qualificação no atendimento 40% dos hotéis afirmou ter profissionais aptos a lidar de forma satisfatória com os deficientes, no entanto apenas 20% dos meios de hospedagem oferecem treinamento ao quadro de funcionários para melhorar o atendimento como um todo, já os outros 20% afirmaram ter profissionais capacitados através da experiência que eles adquiriram ao longo do tempo atendendo ao público em geral.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que os meios de hospedagens não estão preparados para receber de maneira satisfatória os PD's e MR's. As modificações tidas como acessíveis para a estadia de todos os deficientes, nos estabelecimentos pesquisados, estão, basicamente, entre a colocação de rampas e barras de apoio e o alargamento das portas das UH's, não sendo estas suficientes para atender a todas as necessidades desses indivíduos. Além do mais, a maioria das rampas encontradas nesses pontos comerciais não permitem a circulação de PD's (principalmente os cadeirantes) sem o auxílio de terceiros, devido a sua inclinação - mal estruturada fisicamente.

O preparo dos funcionários ainda é precário se analisado a sua qualificação para atender o público de PD's e MR's, visto que o treinamento realizado com esses profissionais é efetuado visando à hospitalidade como um todo, não se detendo as necessidades especiais pertencentes aos clientes deficientes.

Logo, é preciso garantir a acessibilidade nos equipamentos turísticos, isto é, por fim às barreiras arquitetônicas e capacitar melhor os profissionais da área, oferecendo-os treinamentos e mini-cursos com o intuito de superar as barreiras atitudinais, isso é mais do que garantir os direitos previsto por lei aos PD's e MR's, é oferecer-lhes um convívio direito e sem limitações com uma sociedade ainda tão inóspita no tratamento para com estas pessoas, além de assegurar também o acesso a diversos locais infelizmente ainda inacessíveis para a maior parte deste público (como teatros, museus, exposições, dentre outras). Fornecendo desta forma uma melhor qualidade de vida para estas pessoas que só querem e exigem ser tratadas sem distinção perante as demais.

## 6. REFERÊNCIAS

ABIH. **Associação Brasileira das Indústrias de Hotéis**. Disponível em < [www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)> Acessado em: 29/08/2011.

Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). **NBR 9050**: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, 2004.

BRASIL. **Constituição da Republica Federativa do Brasil de 1988**: Artigo 50º Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm)> Acesso em 13/07/2011.

EMBRATUR. **Instituto Brasileiro de Turismo**. Disponível em < [www.embratur.gov.br](http://www.embratur.gov.br)> Acesso em 10/07/2011.

FAVERO, E.A.G. **Direitos das pessoas com deficiência: garantia de igualdade na diversidade**. Rio de Janeiro: WVA, 2004.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em < www.ibge.gov.br> Acesso em 10/07/2011.

IFPE: Núcleo de Atendimento aos Alunos com Necessidades Educacionais Especiais. **CARTILHA 10 Dicas sobre Turismo Inclusivo**. Recife, 2009.

KUSHANO, E. S. e ALMEIDA, W. G. **A Inclusão Social, Cidadania e Turismo**: uma investigação sobre a existência de serviços adaptados às pessoas com necessidades especiais nos meios de hospedagem da região metropolitana de Curitiba. Revista: Brasileira de Pesquisa em Turismo. v. 2, n. 4, p. 88-101, dez. 2008.

LAGRANHA, F. W. **Acessibilidade na hotelaria proposta de adaptação de UH's e dependências para o pleno atendimento de pessoas portadoras de necessidades especiais**: Um estudo de caso no Porto Ingleses Hotel. TCC em Turismo. FLORIANÓPOLIS: UNISUL, 2007.

MENDES, B. C. e PAULA, N. M de. **Uma análise sobre o mercado de turismo para pessoas com deficiência**. IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM, 2007.

MENDES, B. C. e PAULA, N. M de. **A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes**. Revista: Turismo em Análise, v.19, n.2, agosto 2008.

Plano Nacional de Turismo. **Turismo para Todos**. Brasil, 2007/2010.

SASSAKI, R. K. **Inclusão no Lazer e Turismo em busca da qualidade de vida**. São Paulo. Áurea Editora, 2003.

\_\_\_\_\_. **Manual de Orientações: Turismo e Acessibilidade**. Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. **Estudos da competitividade do turismo brasileiro**. Ministério do turismo, 2007.

## 7. ANEXO

### Questionário

Assinale **S** (sim) para as respostas afirmativas e **N** (não) para as respostas negativas.

1. O hotel possui UH's adaptadas para deficientes (físicos, auditivos e visuais) e para pessoas com mobilidade reduzida (idosos e/ou gestantes)? ( )  
 Se sim, quais são essas adaptações?
2. Há intérprete de LIBRAS no hotel? ( )
3. Existe(m) sinalizador (es) para deficientes visuais e auditivos no estabelecimento? ( )  
 Caso a resposta seja positiva, qual (is) é (são) esse(s) sinalizador (es) e onde esta (ao) localizado(s)?

4. Existem adaptações para deficientes nas áreas sociais do hotel? ( )  
 Quais?
5. O empreendimento dispõe de aparelho de telefonia especial para surdos? ( )
6. O hotel dispõe de oferece aparelho de telefonia especial aos hóspedes com deficiência visual? ( )
7. Existem adequações para deficientes nas áreas de lazer do hotel? ( )  
 Quais?
8. O empreendimento possui profissionais devidamente qualificados para atender pessoas com deficiência (física, mental, auditiva e visual)? ( )  
 Em qual estabelecimento é efetuado esse treinamento? Qual a frequência desses cursos?
9. O hotel oferece aos seus hóspedes informativos e cardápios em Braille? ( )
10. O hotel oferece treinamento para seus funcionários para lidar com o público deficiente? ( )

## IMPACTOS SÓCIOAMBIENTAIS DO TURISMO FLUVIAL EM SERGIPE: UMA ANÁLISE SISTÊMICA DO COMPORTAMENTO DO TURISTA E DA ATUAÇÃO DO GUIA DE TURISMO

M. S. Santos<sup>1</sup>; A. B. Carvalho<sup>2</sup>; R. S. Santos<sup>3</sup>; A. M. Andrade<sup>4</sup> e M. C. S. Silva<sup>5</sup>

<sup>1 2 3 4 5</sup> Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju

mara.iza.santana@hotmail.com; artemis@infonet.com.br; renatodossantos66@hotmail.com;  
amarcosandrade@hotmail.com; classicos\_lia@hotmail.com

### RESUMO

O turismo é uma atividade econômica de grande importância sócio-cultural para o Brasil. Nesse sentido, a diversidade de atrativos naturais existentes no território brasileiro muito tem contribuído para o desenvolvimento do turismo em todo o país. Em Sergipe o turismo fluvial vem se consagrando como a modalidade turística que mais tem sido explorada pelas agências de receptivo, o que vêm gerando grande preocupação em relação aos tipos de impactos sócio-ambientais que essa exploração pode estar causando aos rios sergipanos.

Assim, o presente artigo apresenta os resultados de uma pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC do Instituto Federal de Educação de Sergipe – IFS, cujo objetivo foi identificar e analisar os diversos tipos de impactos sócio-ambientais causados pelo turismo fluvial de Sergipe sob a perspectiva do comportamento dos turistas que usufruem dos atrativos naturais destes passeios e da atuação dos guias de turismo que monitoram a exploração desses atrativos. Metodologicamente, foram realizadas revisões bibliográficas, visitas de campo, aplicação de questionários e entrevistas com perguntas semi-estruturadas. Como resultado da pesquisa, pode-se identificar que em Sergipe, os principais impactos causados pela exploração do turismo fluvial são a ocupação e o uso desordenado do solo, pelas embarcações e turistas, o que tem contribuído para erosão e assoreamento dos rios; poluição química da água, pelo uso de bronzeadores e similares durante o banho dos turistas; poluição sonora, devido volume demasiado dos equipamentos de som utilizados nas embarcações durante os passeios; destruição indevida da fauna e flora, por falta de consciência e orientação dos turistas. Dessa forma, concluiu-se que a prática do turismo fluvial, ou seja, a exploração dos atrativos naturais dos rios sergipanos deve ser repensada e planejada com base no desenvolvimento sustentável tendo como protagonista o profissional guia de turismo.

**Palavras-Chave:** Turismo; Impactos Ambientais; Guia de Turismo; Desenvolvimento Sustentável.

## 1. INTRODUÇÃO

A atividade turística vem se destacando a cada dia como um seguimento econômico de grande importância sociocultural, o Brasil se destaca como o principal destino turístico da América do Sul, ocupando o segundo lugar da América Latina em termos de fluxo de turistas internacionais.

A beleza natural do Brasil contribui para o desenvolvimento da atividade turística, muitos são os investimentos em empreendimentos turísticos nos mais diversificados seguimentos, como parques aquáticos e temáticos, pousadas, hotéis, transportadoras, bares, restaurantes, agências e operadoras de viagens. Tais investimentos favorecem a geração de demandas turísticas que, em muitos casos, acaba ameaçando a preservação de importantes ecossistemas e comunidades que habitam determinadas regiões naturais.

Nesse sentido, Sergipe vem se consagrando como o mais novo destino turístico do nordeste, dessa forma, investimentos públicos e privados em infraestrutura, serviços e marketing tem trazido um grande fluxo de turistas as diversas destinações naturais existentes no Estado, o que o tem distinguido dos demais roteiros já consolidados, isso por sua forte vocação para o desenvolvimento do turismo fluvial, pois a incidência de diversos rios perenes, navegáveis e ricos em biodiversidade tem estimulado o turismo receptivo sergipano a desenvolver uma série de passeios turísticos o qual vem sendo explorado diuturnamente e gerado grande preocupação em relação às questões socioambientais.

Assim, o presente artigo relata os resultados alcançados em uma pesquisa realizada através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC, sobre os diversos tipos de impactos socioambientais causados pelo turismo fluvial em Sergipe, visando promover o desenvolvimento sustentável das comunidades e dos ecossistemas envolvidos, tendo como protagonista o profissional Guia de Turismo.

Nesse sentido, o artigo está organizado em quatro momentos distintos, sendo que no primeiro momento tratou-se de se discutir os resultados alcançados na revisão bibliográfica que fundamentou o trabalho, questões relacionadas a turismo, meio ambiente, desenvolvimento sustentável, serviram de pressupostos teóricos de base cognitiva do trabalho, o que comprovou a necessidade de se identificar os principais roteiros turísticos fluviais de Sergipe e avaliar os possíveis impactos socioambientais causados pela exploração do turismo.

Nesse contexto, formulou - se, questionários com vários itens de respostas fechadas, os quais foram aplicados no período de setembro de 2010 a janeiro de 2011, a turistas, guias de turismo e gestores das embarcações turísticas, tais questionários foram tabulados, tratados e interpretados, apontando como resultados que os passeios turísticos fluviais são comercializados por agências de turismo receptoras e operacionalizados por embarcações locais que conduzem os visitantes para os diversos atrativos existentes ao longo dos leitos rios sergipanos, os quais são monitorados por Guias de Turismo credenciados pelo Ministério do Turismo.

Diante disso, compreendeu-se que os impactos ambientais socioambientais causados pelo turismo fluvial em Sergipe estão associados a infra-estrutura do Estado e a circulação de pessoas que o turismo promove, resultando a exploração dos recursos naturais. No entanto, essa prática deve ser desenvolvida por um trabalho intenso de respeito cultural, responsabilidade ambiental e o comprometimento dos profissionais que conduzem o processo.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 2.1. Percepção dos Turistas



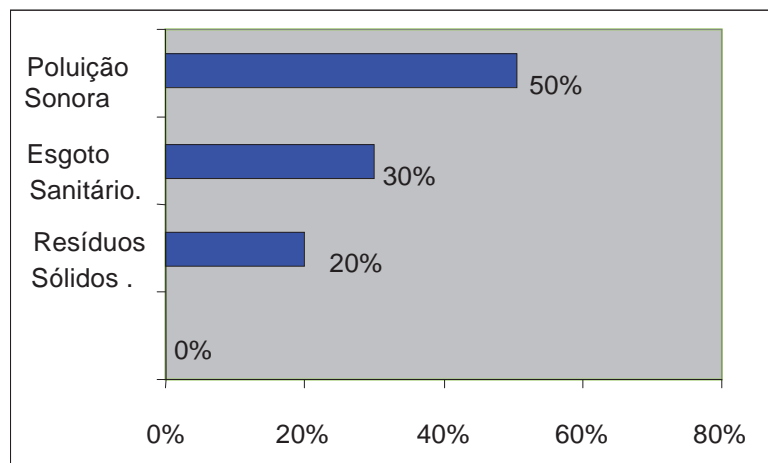
Diante da pesquisa desenvolvida anteriormente sobre os aportes teóricos e filosóficos sobre as temáticas que envolveram o objeto de estudo, é que se pretendeu conhecer e analisar a percepção do turista a cerca dos possíveis impactos sócio-ambientais dos passeios fluviais em Sergipe, ocasionados pela logística dos mesmos, assim como do seu comportamento no decorrer do passeio, o que de fato é a verdadeira premissa desse trabalho.

Assim, primeiramente fez-se uma investigação junto aos turistas sobre o assunto por meio da coleta de dados extraídos com a aplicação de questionários, através dos quais pode-se aferir informações para uma discussão crítica sobre o assunto e assim se chegar aos resultados do trabalho.

Ao receber os questionários, inicialmente os turistas se depararam com uma indagação a respeito da sua percepção em relação aos tipos de impactos ambientais que podem ser evidenciados no decorrer de passeios fluviais provenientes das embarcações que os operacionalizam.

Perante os resultados obtidos percebe-se que na percepção do turista, os maiores impactos ocasionados pelas embarcações que operacionalizam os passeios nos rios sergipanos são: a poluição sonora provocada pelo sistema de som e pelo ruído do motor, tal percepção atingiu um percentual de 50% dos entrevistados, seguido pelo derramamento de afluentes advindos do esgotamento sanitário da embarcação, atingindo o percentual de 30% dos entrevistados, por fim o descarte de resíduos sólidos nas águas dos rios, com um percentual de 20% dos entrevistados, para tal questionamento obteve-se os seguintes percentuais apresentados no gráfico abaixo:

**Gráfico 1:** Impactos causados pela embarcação



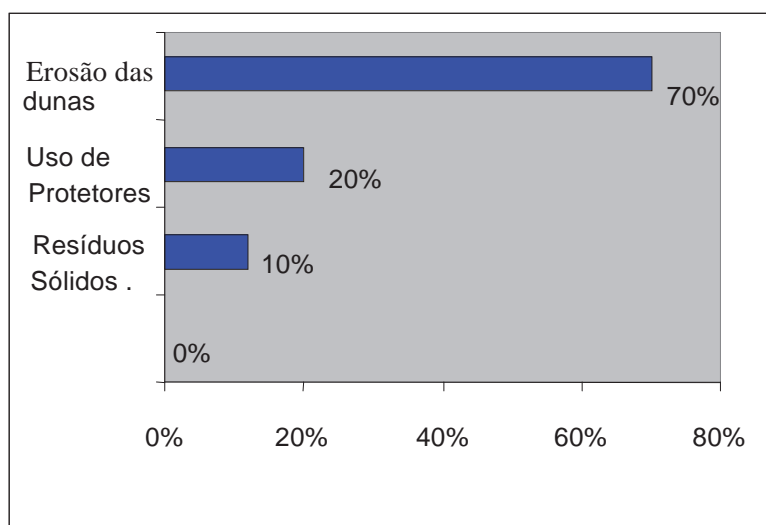
**Fonte:** Pesquisa do autor. 2010

Dessa forma, fica evidente que as embarcações que operacionalizam passeios fluviais nos rios sergipanos, poluem o meio ambiente, assim diante do gráfico acima, é possível afirmar que a maior parte dos impactos ambientais provocados por essas embarcações são ocasionados pela poluição sonora, nesse sentido a autora reconhece que o sistema de áudio funciona em volume inadequado para o ambiente.

Em seguida questionou-se aos turistas sobre a sua opinião a cerca dos impactos ambientais causados por eles mesmos no decorrer dos passeios fluviais.

Percebe-se nitidamente que o turista que visita Sergipe reconhece alguns dos impactos ambientais que são causados por ele mesmo em sua condição de visitante do lugar, pois assim sendo o mesmo acaba explorando os atrativos disponíveis. Esse entendimento demandou 70% dos entrevistados, os quais indicaram como sendo atividade de maior impacto em seus passeios o subir e descer em dunas, o que tem provocado a erosão das mesmas. Quanto ao banho dos turistas com protetores e bronzeadores solar, ficou em segundo nível percentual com 20% de incidência, restando o percentual de 10% que corresponde a descarte dos resíduos sólidos no rio o que ocasiona um impacto direto a natureza, basicamente obtiveram-se os seguintes percentuais apresentados no gráfico que segue:

Gráfico 2: Impacto causados pelos turistas



Fonte: Pesquisa do auto

Assim percebe-se o quão importante é haver conservação do Meio Ambiente na ação turística, isso posto serve para uma reflexão de que talvez de fato nem todas as atividades turísticas devam ser nocivas ao meio ambiente, apesar de se acreditar que a ação é impactante. Todavia é importante evidenciar que nenhum dos entrevistados desconheceu a necessidade de conservação do que se questionou.

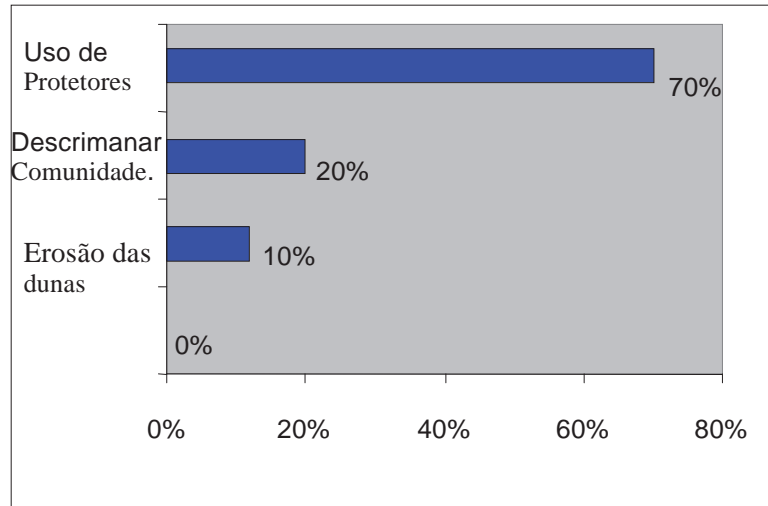
## 2.2. Percepção do Guia de Turismo

Na perspectiva de se ter maiores informações sobre o objeto de estudo, houve uma preocupação da autora de conhecer e analisar a percepção do guia de turismo a cerca dos possíveis impactos sócio-ambientais dos passeios fluviais em Sergipe, ocasionados pelo desenvolvimento dos passeios fluviais sob a ótica do planejamento turístico das agências de viagens de turismo e do comportamento dos turistas durante os diversos passeios fluviais realizados.

Assim, primeiramente fez-se uma investigação junto aos guias de turismos sobre o assunto por meio da coleta de dados extraídos com a aplicação de questionários. Observou-se que os impactos causados pelos turistas durante a realização dos passeios seja 70% o uso de protetores e bronzeadores solares nas águas dos rios, sendo 20% a discriminação da comunidade existente nas localidades dos rios em Sergipe e os 10% citados sejam a erosão das dunas, durante os passeios turísticos.

Através dos quais pode - se aferir informações para uma discussão crítica sobre o assunto, nesse sentido apresenta-se abaixo os resultados alcançados.

**Gráfico 3:** Impactos causados pelos turistas

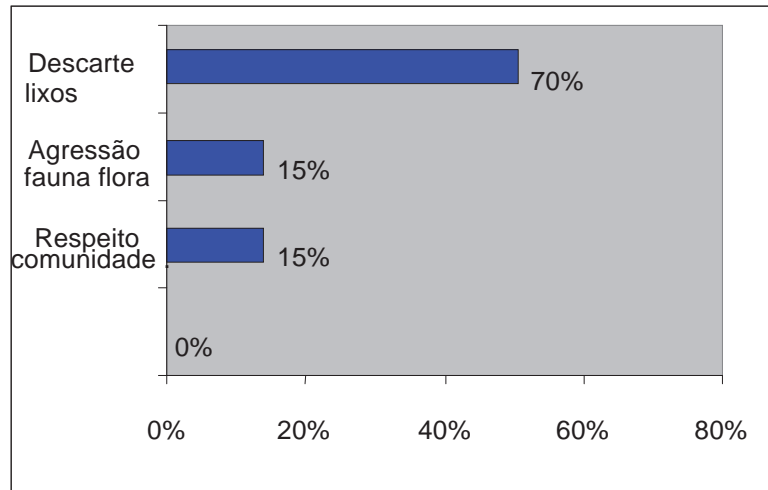


Fonte: Pesquisa do autor. 2010

Sendo assim, constatamos que o comportamento dos turistas durante os passeios turísticos fluviais sergipanos causam impactos ambientais no espaço natural, onde a maior parte desses impactos sejam causados principalmente pelo uso de protetores utilizados por turistas.

Por fim, o gráfico abaixo apresenta as técnicas de guiamento que costumam ser usados para inibir os impactos sócio-ambientais nos passeios fluviais, sendo 70% orientações aos turistas sobre o local de descarte de lixo produzidos durante o passeio, já 15% são orientações sobre a não retirada da fauna e flora locais e os outros 15% sobre o respeito aos hábitos e costumes da comunidade local ribeirinhas.

**Gráfico 4:** Técnicas de guiamento para inibir impactos



Fonte: Pesquisa do autor. 2011

Neste sentido, analisamos que existem técnicas de guiamento utilizadas nos passeios fluviais, sendo que a mais usada é o descarte do lixo sobre os rios. Assim, constatamos que se faz necessário que os guias de turismo possam desenvolver outras técnicas capazes de orientar os turistas sobre outros tipos de impactos evidenciados durante a pesquisa.

### 3. METODOLOGIA

Do ponto de vista metodológico o presente trabalho desenvolveu estudos de caráter exploratório e descritivo qualitativamente e quantitativamente, que segundo Dencker (1998), permite uma melhor compreensão baseada não apenas em números estatísticos, mas também nas razões dos fatos e fenômenos circunstâncias ao objeto de estudo. Para isso foi adotado os seguintes instrumentos:

Consultas bibliográficas, na qual pôde - se encontrar todo o embasamento teórico de subsídio a pesquisa, como revela Laville, Dione (1999), que as teorias são generalizações da ordem das conclusões ou das interpretações. "... o valor da teoria é, primeiramente, explicativo: é uma generalização de explicações concordantes tiradas dos fatos que foram estudados para a sua construção".

Pesquisa descritiva, que segundo Santos (2000), consiste em um importante levantamento das características conhecidas, componentes do fato, fenômeno e problema. Assim, foram feitos levantamentos e observações sistemáticas do problema em voga.

Pesquisa exploratória, pois Cervo e Bervian (2002), defendem a tese de que a pesquisa exploratória realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre os elementos componentes da mesma.

Processamento e interpretação dos resultados, que segundo Cooper (2001), a preparação de um sumário estatístico descritivo é o passo preliminar que leva ao entendimento dos dados coletados e conseqüentemente as conclusões alcançadas. Então através da interpretação dos resultados obtidos poder-se-á concluir a presente pesquisa.

### 4. RESULTADOS E DISCURSÕES

Diante dos resultados alcançados com a pesquisa bibliográfica e pelos dados coletados e interpretados e ainda pelas evidências constatadas durante as visitas in loco e por fim pelos pareceres dos entrevistados, que suscitou discussões e reflexões a cerca da temática fica

evidente que os impactos sócio-ambientais do turismo fluvial são associados a uma série de fatores condicionantes, resultantes da falta de planejamento adequado para a exploração dos passeios nos rios sergipanos.

Como resultado da pesquisa, pode-se identificar que em Sergipe, os principais impactos causados pela exploração do turismo fluvial são a ocupação e o uso desordenado do solo, pelas embarcações e turistas, o que tem contribuído para erosão e assoreamento dos rios; poluição química da água, pelo uso de bronzeadores e similares durante o banho dos turistas; poluição sonora, devido volume demasiado dos equipamentos de som utilizados nas embarcações durante os passeios; destruição indevida da fauna e flora, por falta de consciência e orientação dos turistas.

A recorrência dos impactos sócio-ambientais identificados na pesquisa, são causados pela falta de orientação dos turistas, pois fica evidente que os mesmos não tem consciência da sua responsabilidade com o meio ambiente, por outro lado as embarcações não possuem estrutura adequada para navegar nos rios sergipanos que em muitos trechos não possuem grandes profundidades e suas tripulações que insistem em transformar as embarcações em verdadeiros trios elétricos, por fim o próprio guia de turismo, por não orientar devidamente os visitantes durante as atividades realizadas. Sendo o guia de turismo o principal protagonista realização da atividade turística e também o profissional que deve estar preparado para conduzir os turistas nos passeios fluviais nos rios sergipanos.

Dessa forma, concluiu-se que a prática do turismo fluvial, ou seja, a exploração dos atrativos naturais dos rios sergipanos deve ser repensada e planejada com base no desenvolvimento sustentável tendo como protagonista o profissional guia de turismo.

## 5. CONCLUSÃO

Compreendeu-se que os impactos ambientais sócioambientais causados pelo turismo fluvial em Sergipe estão associados a infraestrutura do Estado e a circulação de pessoas que o turismo promove, resultando a exploração dos recursos naturais. No entanto, essa prática deve ser desenvolvida por um trabalho intenso de respeito cultural, responsabilidade ambiental e o comprometimento dos profissionais que conduzem o processo.

## REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Artemis Barreto de. 2004. **O Guia de turismo como indutor da educação ambiental**. Sergipe: Universidade Tiradentes (Monografia de Especialização). Aracaju(SE), 2004.
- CARVALHO, Marina Sá de. **Turismo, Conceito e Didática**. Salvador: BDA, 1993.
- CERVO, A.L. e BERVIAN, P.A. Metodologia Científica. 5ª Edição. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2002.
- COOPER, Donald R. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- DENCKER, Ada.FreitasMeneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e Meio Ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003

EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo, anuário estatístico EMBRATUR. Brasília, v.27, 2000.

HINTZE, Hélio. **Guia de Turismo- Formação e Perfil do Profissional**. São Paulo: Roca, 2007

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**: São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

LAVILLE, Christian. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas Sul Ltda; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Guia e Desenvolvimento do Turismo Sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PINTO, Antônio Carlos Brasil. **Turismo e Meio Ambiente**: Aspectos jurídicos. Campinas, SP: Papyrus, 1998 – ( Coleção Turismo ).

RUSCHMANN, Dóris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: A proteção do meio ambiente. Coleção Turismo. Campinas (SP): Papyrus, 2006.

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

## IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DO TURISMO DE SEGUNDA RESIDÊNCIA: O CASO DA PRAIA DA COSTA (SE)

P. P. Santos<sup>1</sup>, A. M. S. Souza<sup>2</sup> e J. W. C. Vilar<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup>Instituto Federal de Sergipe

p.p.s2902@gmail.com; alemagsou@hotmail.com; [wvilar@yahoo.com.br](mailto:wvilar@yahoo.com.br)

### RESUMO

O turismo brasileiro se encontra ancorado, de modo geral, no modelo sol e praia. Nesse sentido, os espaços litorâneos, principalmente na região Nordeste, foram aos poucos ocupados pelo costume europeu de morar a beira-mar. As segundas residências e os objetos dispostos para desenvolvimento do turismo – equipamentos turísticos – são de modo geral os principais elementos modificadores das paisagens litorâneas. As implicações sociais e culturais do turismo por meio da ocupação e uso do solo litorâneo geram impactos benéficos e maléficos nos padrões de vida de uma comunidade. Em Sergipe, o município da Barra dos Coqueiros – com base territorial na Ilha de Santa Luzia localizado na margem esquerda do rio Sergipe – apresenta ecossistemas frágeis e infraestrutura inadequada à ocupação humana acelerada. Na Praia da Costa há um crescente processo de urbanização e expansão turística com mudanças de paisagem e de ecossistemas, principalmente causado pela capitalização do litoral para construção de segundas residências. Este artigo tem como objetivo estudar os impactos socioambientais relacionados à expansão das segundas residências em um trecho específico da orla litorânea do nordeste brasileiro: a praia da costa, localizada na Barra dos Coqueiros, grande Aracaju, no litoral norte de Sergipe. Em termos metodológicos, o trabalho realizou pesquisa bibliográfica, pesquisa *online*, visitas *in loco* e registros fotográficos. Em termos de estrutura, o trabalho está dividido em quatro partes: fundamentação teórica, metodologia, análise e interpretação dos dados e considerações finais. Por último, faz-se mister destacar que o impacto do turismo sobre o meio ambiente é inevitável, haja vista que o principal produto oferecido para o lazer é a natureza. Porém para que as modificações ambientais não sejam irreversíveis e não prejudique o local, é necessário manter esse processo de degradação dentro de limites aceitáveis, ou seja, em bases que visem o desenvolvimento sustentável, satisfazendo às aspirações e necessidades das gerações presentes, mas sem esquecer as gerações futuras.

**Palavras-chave:** Impactos socioambientais; Espaço litorâneo; Turismo de Segunda Residência.

## INTRODUÇÃO

A sociedade humana vive um momento de intenso movimento. Se no passado a sociedade se apresentava tão sedentária, atualmente, mobiliza a indústria turística. De maneira geral, aproveita-se o tempo fora do trabalho para um lazer caracterizado por atividades de livre-arbítrio realizadas no tempo livre. Para Krippendorf (2009, p. 34) a possibilidade de sair da rotina é o que torna o cotidiano suportável porque o lazer e, sobretudo a viagem, “deve atrair raios de cor na tela cinzenta da existência”.

Bacal (2003), em sua discussão sobre tempo livre, destaca o turismo como uma das formas de lazer, que desperta no indivíduo sentimento de bem-estar e satisfação. Corroborando com essa ideia, Krippendorf (2009, p.14) ressalta: “Trabalhamos, sobretudo para poder sair de férias, e temos a necessidade de férias para poder retomar ao trabalho (...) o turismo funciona como terapia da sociedade, como uma válvula que mantém o funcionamento do mundo de todos os dias”.

Assim como a sociedade, a economia também depende do turismo, pois segundo Krippendorf (2009) este propiciaria energia e regeneração aos trabalhadores. O autor nos deixa a seguinte reflexão: “Não teria sido essa uma das razões pelas quais, afinal, se concedeu mais tempo livre aos trabalhadores?” (p.13).

O turismo atualmente ocupa posição privilegiada no bojo da economia mundial, pois se constitui como uma das atividades com potencial econômico e social responsável por gerar empregos e divisas. O turismo brasileiro se encontra ancorado, de modo geral, no modelo sol e praia. Nesse sentido, os espaços litorâneos, principalmente na região Nordeste, foram aos poucos ocupados pelo costume europeu de morar a beira-mar.

Como consequência da ocupação do litoral brasileiro para a prática do turismo, os ecossistemas litorâneos são os mais degradados por essa atividade econômica, haja vista que os aspectos naturais da estrutura litorânea – dunas, praias, falésias, mangues – são frágeis às intervenções antrópicas.

As segundas residências e os objetos dispostos para desenvolvimento do turismo – equipamentos turísticos – estão entre os principais elementos modificadores das paisagens litorâneas. Faz-se mister ressaltar que o turismo acontece “mergulhado” em um universo de contradições, já que desponta um elevado índice de crescimento econômico mundial, mas também provoca impacto ambiental, especulação imobiliária, segregação socioespacial, (des) territorialidades, reconfiguração da paisagem e a formação de não-lugares.

As implicações sociais e culturais do turismo por meio da ocupação e uso do solo litorâneo geram impactos benéficos e maléficos nos padrões de vida de uma comunidade. Geração de emprego e renda, assim como a destruição de certos costumes, crenças e tradições são alguns dos impactos que podem ser observados com a urbanização do litoral.

A ocupação do espaço praiado pelas primeiras “casas de veraneio” e a concepção da praia como local destinado ao lazer se processa no Brasil com maior expressão a partir da primeira década do século XX, principalmente no litoral do Rio de Janeiro. Esse novo aspecto do mercado turístico que começa a se desenvolver em conjunto com o mercado imobiliário é denominado turismo de segunda residência.

A escolha do lugar para veraneio está associada a diversos fatores, dentre eles podemos destacar: a acessibilidade, a distância espaço temporal (tempo-custo-distância), a presença de infraestrutura urbana, a disposição de serviços públicos e privados. Os potenciais polos emissores de turistas de segundas residências são os centros populosos, urbanizados e industrializados.

Em Sergipe, o município da Barra dos Coqueiros – com base territorial na Ilha de Santa Luzia localizado na margem esquerda do rio Sergipe – apresenta ecossistemas frágeis e infraestrutura inadequada à ocupação humana acelerada.



Com a construção da ponte que interligou a capital sergipana a Ilha de Santa Luzia em 2006 se verifica uma aceleração do processo de uso e ocupação desordenada do solo com alguns vetores básicos: o turismo, a especulação imobiliária, atividades industriais e o fenômeno da segunda residência.

Nesse contexto, destaca-se o aumento significativo de segundas residências, assim como os inúmeros impactos ocasionados por essas construções. Na Praia da Costa há um crescente processo de urbanização e expansão turística com mudanças de paisagem e de ecossistemas, causado principalmente pela construção de segundas residências.

Este artigo tem como objetivo estudar os impactos socioambientais relacionados à expansão das segundas residências em um trecho específico da orla litorânea do nordeste brasileiro: a praia da costa, localizada na Barra dos Coqueiros, grande Aracaju, no litoral norte de Sergipe.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A necessidade do lazer e da recuperação do desgaste bio-psicológico promovido pela vida cotidiana, principalmente dos indivíduos que vivem nos grandes centros urbanos, motiva parcelas da população a buscar novas paisagens e novos ambientes quando estão desfrutando do tempo livre de trabalho.

O turismo, compreendido como uma opção de lazer que oferece aos indivíduos interação entre as pessoas e dessas com os ambientes físicos, se desenvolveu de forma organizada a partir da Revolução Industrial e urbana. Entendido como uma das atividades econômicas de maior ressonância da contemporaneidade, o turismo é um dos setores com significativa consolidação no cenário mundial, que consiste na mercantilização de paisagens, bens culturais e outros atrativos. Segundo Barros Júnior (2002), a atividade turística revaloriza e requalifica espaços, criando e remodelando paisagens, causando assim mudanças sociais, espaciais, culturais e ambientais. Tais modificações podem provocar danos irreversíveis, principalmente ao meio ambiente natural.

No mundo o turismo movimenta milhões de dólares e emprega inúmeras pessoas, entretanto, é uma das atividades econômicas que mais impacta o meio em que está inserido, haja vista que para existir enquanto atividade depende da exploração e apropriação dos recursos naturais – como a paisagem – e das sociedades autóctones para sua manutenção.

No Brasil, o turismo interno se dissemina a partir da década de 1970, do século XX, no período da ditadura militar (1964-1985), no momento do chamado “Milagre Brasileiro”, no qual o crescimento econômico proporcionou o *boom* do turismo nacional, uma vez que as redes de transportes foram ampliadas e modernizadas, tendo como consequência o aumento do fluxo de turistas pelo país e a expansão de segundas residências e loteamentos.

Mas é a partir da década de 1980 do século XX que o turismo começa a ser propagado como atividade “salvadora” da economia brasileira que nesse momento entrava em crise. Sob a égide do binômio “emprego e renda” o poder público e as instituições privadas começam a investir e propagar o turismo como uma solução e alternativa viável para o desenvolvimento, principalmente das regiões que apresentam déficit socioeconômico, na perspectiva de reduzir as disparidades existentes nesses locais.

O turismo brasileiro em sua maior parte se encontra ancorado nas regiões praianas do Nordeste, sobretudo no segmento de sol e praia, disponibilizando aos seus visitantes diversas opções de lazer. O potencial turístico nordestino está associado à diversidade das praias e as ações de marketing que traduzem o litoral dessa região como um “paraíso” com sol o ano todo. Desse modo, a ocupação territorial e turística da costa marítima brasileira produz uma nova dinâmica neste território, que tem como consequência a proliferação das chamadas segundas residências no litoral, cuja origem pode ser considerada causa e efeito da metropolização brasileira. Em virtude desse processo, o território se reconfigura, resultando em impactos de ordem socioambiental.

Assim, veraneio ou descanso dos fins de semana se transformam em valor social cuja satisfação levaria ao turismo, de um modo muitas vezes predatório e desordenado a regiões acessíveis de todo o país, principalmente, aquelas em que eram ressaltados os seus atributos ambientais como as zonas costeiras ou serras (OLIVEIRA e LIMA, 2010, p.8).

No Brasil, as residências secundárias ou segundas residências, termos utilizados pela comunidade científica, são popularmente conhecidas como: “casas de praia”, “casas de veraneio”, “casas de temporada”, “bangalôs”, “cabanas”, “chalés”, “chácaras”, “quintas”, “sítios”, “casas de campo”, “ranchos” (mais comum na Região Centro-Oeste do país). Em outros países, a residência secundária também tem diversas denominações: na França – residence secondair, maison de campagne, residence touristique; em países de língua anglo-saxônica – second home; vacation home; na Espanha – segunda casa; segundo hogar; casas vacacionales; e na Itália – seconda casa. (SILVA, 2010)

Entende-se por segunda residência as hospedagens turísticas particulares utilizadas com finalidade de lazer por pessoas que tem residências fixas em outros lugares. É válido ressaltar que o uso particular deste tipo de domicílio se apresenta em oposição ao domicílio coletivo que é compreendido como: hotéis, pousadas, entre outros.

A coleta de dados sobre segundas residências é iniciada no Brasil, após o Censo Demográfico de 1970, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). As residências secundárias foram contabilizadas como os domicílios que no momento do Censo estavam fechados.

Mas em 1980, o censo redefine conceito de segunda residência denominando de “domicílio de uso ocasional” não sendo mais incluídos os domicílios fechados na contagem das residências secundárias. No censo de 1991, o IBGE revisita o conceito e classifica as residências secundárias em “domicílios particulares de uso ocasional”, não mais relacionando esta noção com presença do morador temporário e sim com a finalidade da residência.

O conceito de segunda residência antecedeu a compreensão da dinâmica da atividade turística, pois no século IX assumia formas e usos distintos dos contornos atuais, mantendo como característica comum o uso esporádico para o lazer, por pessoas que possuem outro domicílio para uso permanente. Colás (2003, p.32) conceitua residência secundária da seguinte forma: “(...) en el sentido estricto una residencia secundaria es aquella vivienda que es ocupada de forma temporal, esporádica respecto una principal, independiente del tipo de uso”<sup>1</sup>.

No Brasil, a aquisição da segunda residência está diretamente relacionada aos direitos trabalhistas conquistados a partir de 1930 que resultou na redução média da jornada de trabalho diária, assegurando ao trabalhador o direito ao descanso semanal remunerado, aposentadoria e férias anuais, proporcionando aos trabalhadores tempo livre para o descanso e lazer. Outro fator importante para que as pessoas adquirissem uma segunda residência é a ampliação rodoviária do país, haja vista que o deslocamento desse tipo de turista é feito, geralmente, em veículos particulares. Para Assis (2003, p.113), “com a industrialização e a metropolização das cidades, cada vez mais se fazia necessário que o homem urbano saísse das áreas centrais superpovoadas em direção às periferias metropolitanas, (...) esta era uma forma de aliviar os estresses cotidianos e renovar as energias”.

Adquirir uma residência secundária significa custos e gastos com a construção e a manutenção dessa forma de alojamento turístico particular, além de despesas diversas com impostos, serviços públicos e transporte até o local de descanso e férias. Silva (2010) ressalta que a renda e o meio de transporte são fatores relevantes para aquisição de uma segunda residência. Conforme Tulik (2001, p.11) “adquirir uma residência, pode significar investimento efetivo no sonho da posse, aspiração muito próxima de outro aspecto relevante que é a ascensão social”.

Cabe, neste momento considerar a discussão do “ter” e “ser” segunda residência. Já que o “ter”, no sentido de propriedade cria vínculo territorial com o lugar enquanto, o “ser”, no sentido de estar em uma segunda residência estabelece uma relação de vínculo psicossociológico. (SANCHEZ, 1985)

O hábito de veranear no campo ou na cidade é de origem europeia e chegou ao Brasil no período colonial. Na Europa as segundas residências são localizadas principalmente no campo, mas no Brasil, a ocupação acontece na zona litorânea. A expansão das segundas residências no Brasil acontece inicialmente nas praias cariocas: Botafogo, Leme, Ipanema e Leblon, no início do século XX. Destinado ao lazer e ao turismo, as segundas residências estão presentes no meio rural ou urbano, no litoral ou no continente, podendo estar agrupados em empreendimentos fechados ou em construções isoladas, na forma vertical ou horizontal, como por exemplo: “casas de praia”, “casas de campo”, “chalé”, “sítios”, condomínio fechados, entre outros. De acordo com Silva (2010, p.8) “A construção de residências secundárias tem repercussões que acarretam implicações paisagísticas, econômicas e sociais – em seu entorno e região – indutoras de urbanização e metropolização”.

O fenômeno da segunda residência no litoral está associado a uma série de elementos sociais, tais como a valorização do mar como paisagem de consumo nos momentos de lazer, a especulação imobiliária e a própria idéia de poder desfrutar das férias e do tempo livre fora da sua residência habitual.

Entender a relação social com a praia possibilita compreender a importância do mar como substrato da vida, espaço democrático que possibilita encontros e formas diversas de lazer, reconhecendo também seu valor como fonte de subsistência de muitas comunidades e povoados residentes à margem da costa brasileira. (SILVA, 2010, p.22)

O turismo residencial impacta a localidade de maneira positiva e negativa interferindo no processo de conservação e preservação dos bens culturais, ambientais e econômicos. No contexto social, o impacto pode ocorrer por meio de conflitos entre os proprietários de residências secundárias e os moradores fixos. Em relação aos impactos ambientais, uma série de modificações pode ser enumerada cujos efeitos são sentidos pela localidade: produção de esgoto e lixo jogado em praias, rios, lagoas e lagos, assim como óleo, lixo e aterros ilegais que geram riscos à saúde da população, destruição da vida aquática, perda de valor estético e redução das atividades de pesca e banho. (BRASIL, 2008). Na construção das segundas residências, principalmente no caso dos condomínios fechados, o habitat e o hábito dos animais são modificados, o sistema de drenagem – geralmente - é alterado, gerando erosão das dunas e praias. Entretanto, apesar dos impactos negativos, inúmeros impactos positivos são produzidos como, por exemplo, a geração de emprego e renda. O turismo de segunda residência pode ser considerado uma alternativa para a população local. As mulheres passam a trabalhar nas casas dos veranistas fazendo o serviço doméstico, e os homens trabalham prestando serviço de manutenção a esses domicílios ou na construção civil (ARAÚJO, 2002).

## METODOLOGIA

A fim de alcançar o objetivo geral foram construídas algumas estratégias metodológicas. A pesquisa foi realizada de maneira qualitativa, através de pesquisa documental, na biblioteca do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe e da Universidade Federal de Sergipe.

O levantamento bibliográfico foi realizado com foco nas principais obras de turismo e meio ambiente, revisando os estudos sobre turismo e impactos socioambientais, a segunda residência como fenômeno territorial e a relação homem, natureza e lazer, ocupação e uso do litoral, urbanização turística, território, paisagem, mudanças socioespaciais e segregação socioespacial.

Foram pesquisados artigos publicados em revistas científicas nacionais sobre a temática do turismo de sol e praia e a segunda residência. Foi realizada também pesquisa online, através de sites especializados, como: IBGE, Ministério do Turismo, Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos de Sergipe e Ministério do Meio Ambiente.

Visitas in loco no município de Barras dos Coqueiros foram realizadas com o intuito de avaliar, através de observação dos pesquisadores, registros fotográficos e entrevistas realizadas com moradores, turistas e donos de bares e restaurantes, os impactos ambientais, as mudanças paisagísticas e sua relação com o turismo de segunda residência.

## ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O município da Barra dos Coqueiros está passando por intenso processo de mudanças territoriais e paisagísticas, conseqüentemente estão ocorrendo transformações no âmbito social, econômico e ecológico. Essas modificações tem como eixo indutor a construção da ponte que interliga Aracaju a Barra dos Coqueiros. A melhoria no acesso ao município supracitado induz ao aumento nas vendas das 'casas de veraneio', haja vista que o local está mais acessível tanto para os usuários de transporte coletivo quanto para quem utiliza de transporte particular.

Para Silva (2010), a onda inicial de ocupação por residências secundárias acontece em concomitância com as melhorias no acesso, ao aparecimento de transportes coletivos e a presença de serviços. Na Barra dos Coqueiros esses três fenômenos estão se processando de maneira cada vez mais acelerada nos últimos anos. Com base no tripé (tempo-custo-distância), a Praia da Costa e a Atalaia Nova são definidas como localização ideal para a construção de segundas residências pela aproximação de Aracaju, capital do estado.

Os impactos gerados pela construção da ponte apresentam características positivas e negativas nos diversos ecossistemas existentes na localidade, entretanto a degradação ambiental no espaço litorâneo é compreendida como um fenômeno problemático - pela velocidade que está ocorrendo - tanto pelos frequentadores assíduos quanto pelos munícipes, já que interfere na qualidade de vida de todos.

Além do turismo de sol e praia, a Barra dos Coqueiros apresenta singular potencial no segmento do turismo rural e no ecoturismo, mas que ainda são pouco explorados. Das quatro praias existentes no município, podem-se destacar as três mais frequentadas: Praia de Jatobá mais ao norte, a Atalaia Nova no setor mais meridional do município que sofre hoje intervenções públicas por meio do Projeto Orla, e a praia da Costa situada nas proximidades da sede municipal e que aqui nos interessa mais de perto.

Na praia da Costa, o acúmulo de lixo, a quantidade de espécies marinhas mortas, a ocupação desordenada do espaço, a inexistência de sistema de esgoto sanitário e problemas graves de urbanismo deficiente são exemplos de problemas que a cada dia aumentam e assumem uma complexidade crescente.

O turismo de Segunda Residência na praia da Costa impacta economicamente esse local com o aumento do valor das propriedades que eleva a especulação imobiliária, a ocupação irregular e como consequência a urbanização horizontal do litoral que cresce em ritmo acelerado. Um destaque deve ser dado ao trecho da Praia da Costa até a Atalaia Nova, onde os problemas se avolumam e colocam em risco as potencialidades paisagísticas do lugar. São gerados conflitos porque tanto aumenta o preço dos terrenos e imóveis quanto de bens de consumo e serviços na localidade.

Os espaços começam a ser recriados e turistificados na Praia da Costa, e os nativos motivados pelo crescimento econômico e social advindo do turismo, estão vendendo suas casas localizadas, nas proximidades da linha da costa, se mudando para lugares menos valorizados. Neste processo de desterritorialização, os nativos tendem a ocupar áreas mais afastadas da linha da costa, o que causa segregação socioespacial (ver Figura 1).



**Figura1: Residência à venda na linha da costa na Praia Costa**  
**Fonte: Priscila Pereira.**

A rede de água e de esgotamento sanitário ainda não está completamente estruturada em muitas residências da Praia da Costa, e com o aumento do número de visitantes principalmente no período de férias, a tendência é aumentar os níveis de degradação e a quantidade de água residual sem o destino adequado.

Vários são os impactos produzidos pela construção de ‘casas de praia’ dentre eles podemos destacar: poluição sonora acarretando conflitos entre os veranistas e os proprietários de bares-restaurantes; a expansão urbana que eleva o nível de poluição por esgotos e por resíduos sólidos; o desmonte de dunas e eliminação da vegetação original com a depreciação da paisagem cênica, ocupação de áreas de preservação permanente e de terrenos; poluição por resíduos sólidos ocasionando contaminação do lençol freático e elevação da incidência de endemias; poluição por esgoto com a contaminação da areia, aumento dos casos de doenças de veiculação hídrica. Os problemas acima mencionados ocorrem com a expansão do turismo de segunda residência na Praia da Costa e trazem sérias consequências à redução do potencial turístico deste local.

Prática muito comum dos proprietários da segunda residência relacionado ao uso desses alojamentos turístico é o aluguel a outros turistas para obter uma renda extra. No entanto, essa prática pode gerar na Praia da Costa impacto no âmbito social, por meio de conflitos, já que a troca de veranistas durante o período de férias pode repercutir, no futuro, no desequilíbrio da cultura local. Para Barros Júnior (2002), essa tendência a conflitos acontecem pela convivência no mesmo espaço de um mosaico de culturas, de muitas contradições e também de tradições, costumes, formas de lazer, de viver e de dizer regionais.

Conforme Araújo (2002, p. 88), entre os turistas de segunda residência e os autóctones pode ocorrer, “uma relação conflituosa entre os nativos e os veranistas, pois a partir de então, deixa de ser uma relação de amizade, para ser uma relação de ‘compadrio’, passando a existir dominadores e dominados”.

A coleta do lixo na Praia da Costa é deficiente e acontece apenas uma vez por semana – segunda-feira – os moradores e veranistas jogam o lixo na única caixa coleta existente ou ao longo do espaço praial. (ver Figura 2)



**Figura 2: Caixa coletora na Praia da Costa**  
**Fonte: Priscila Pereira.**

Outro fator a ser levado em consideração é a apropriação e privatização dos espaços públicos pelas segundas residências que também acabam gerando conflitos entre os moradores e os veranistas da Praia da Costa. Desobedecendo desta forma sistemática a Lei nº 7.661/88 no Artigo 10º que ressalta: “As praias são bens públicos de uso comum do povo, sendo assegurado, sempre, livre e franco acesso a elas e ao mar, em qualquer direção e sentido (...)”.

Os espaços públicos são constituídos de elementos estabelecidos por lei para uso de todos, não sendo permitido a apropriação desses espaços para uso particular. O turismo enquanto atividade econômica apresenta uma tendência natural à apropriação de espaços públicos, principalmente as zonas litorâneas, urbanizando e “turistificando” esses espaços.

As ‘casas de veraneio’ na Praia da Costa são construídas nas proximidades da linha de praia e impedem a livre circulação da população em direção ao mar. Para ter acesso à praia é necessário caminhar uma longa distância, e de modo geral, passar por ruas estreitas (becos entre as casas) para ter acesso ao mar. O parágrafo 1º do artigo anteriormente citado da Lei em questão ressalta a ilegalidade das construções na zona litorânea: “Não será permitida a urbanização ou qualquer forma de utilização do solo na Zona Costeira que impeça ou dificulte o acesso assegurado no caput deste artigo”.

A ocupação irregular no litoral da Praia da Costa, principalmente na faixa de praia, está aumentando a casa dia com as construções de casas para segunda residência. A grande maioria são moradores de Aracaju. A edificação das casas para o turismo residencial no espaço estudado acontece de forma desastrosa para o meio ambiente.

De maneira geral, os municípios da Praia da Costa se beneficiam do turismo de segunda residência particularmente pela geração de renda e melhorias no setor de transporte. É digno de registro que esses benefícios econômicos de geração de renda são caracterizados pela contratação de autóctones para serviços como: babá, caseiro, jardineiro, cozinheira (o), faxineiro (a), eletricista/encanador, entre outros, geralmente, na alta estação – período mais frequentado pelos veranistas.

O descompasso existente entre as políticas públicas e o crescimento do turismo na Barra dos Coqueiros em geral e na Praia da Costa em particular degrada o ambiente natural e o meio construído, além de gerar problemas de natureza social, já que a população se encontra despreparada para oferecer serviços baseados na compreensão do turismo como processo de desenvolvimento não só econômico, como social e ambiental.

Vale igualmente ressaltar que a falta de monitoramento das formas de uso e ocupação do solo tem gerado danos irreparáveis ao bioma litorâneo, pois as agressões são constantes, severas e com tendência a ampliação. Nesse sentido, a degradação socioambiental e paisagística da Praia da Costa é também consequência da ausência do poder público no gerenciamento do uso e ocupação da zona litorânea, implicando assim em perdas econômicas e sociais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da atividade turística de veraneio caracterizado pela implantação de casas e condomínios de segunda residência ocasiona sérios impactos socioambientais, uma vez que aumenta o número de ocupações irregulares sem infraestrutura de saneamento avançando sobre os mangues, restingas e lagos, lançando esgotos sem tratamento. Estas práticas degradam o meio ambiente e trazem sérias consequências como: redução dos espaços de praia, assoreamento dos rios, contaminação dos lençóis freáticos e fatalmente limitando os recursos naturais.

O impacto do turismo sobre o meio ambiente é inevitável, haja vista que o principal produto oferecido para o lazer é a natureza. Porém para que as modificações ambientais não sejam irreversíveis e não prejudique o local, é necessário manter esse processo de degradação dentro de limites aceitáveis, ou seja, em bases que visem o desenvolvimento sustentável, satisfazendo às aspirações e necessidades das gerações presentes, mas sem esquecer as gerações futuras.

Na Praia da Costa ficam evidentes os impactos socioambientais provocados pela construção das segundas residências no espaço praial. A implantação desse tipo de alojamento turístico particular além de desrespeitar a Lei descaracteriza a paisagem – principal produto turístico.

A construção da ponte sobre o rio Sergipe teve fortes impactos na Praia da Costa que teve um acesso mais rápido para a população de Aracaju. Ademais, a Praia da Costa apresenta hoje seus terrenos bastante valorizados e com maior pressão demográfica e de uso e ocupação do solo pelas segundas residências o que gera problemas de ordenamento territorial e paisagístico que dificulta uma atividade turística sustentável.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria Cristina Cavalcanti. **Uma viagem insólita: de um território pesqueiro a um “paraíso” turístico – Pipa/RN**. Natal, 2002. 198 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Programa de Pós – Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

ASSIS, Lenilton Francisco de. Turismo de segunda residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. **Revista Território**. Rio de Janeiro. Ano VII-nº11, 12, 13-set./out., 2003.

\_\_\_\_\_. A difusão do turismo de segunda residência nas paisagens da Ilha de Itamaracá-PE. **Boletim Goiano de Geografia**. ISSN 0101 708X. Vol. 21–Nº. 2, jul./dez. 2001. p. 103-135.

BACAL, Sarah. **Lazer e o universo dos possíveis**. São Paulo: Aleph, 2003.

BARROS JÚNIOR, Noberto Francisco de. **A dinâmica espacial e a reorganização territorial do litoral de Ipojuca: Porto de Galinhas – a emergência de um espaço turístico**. Recife, 2002. 136 p. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós – Graduação em Geografia. Universidade Federal de Pernambuco.

BRASIL. **Lei 7.661, de 16 de maio de 1988**. Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro e dá outras providências.

BRASIL. Mercado de turistas estrangeiros de segunda residência no Brasil. **Relatório Executivo**. Brasília: Ministério do Turismo; Fundação Getúlio Vargas; Empresa Brasileira de Turismo, 2008. 33 p. Disponível em: <<[http://200.143.12.93/export/sites/default/dadosefatos/demanda\\_turistica/segunda\\_residencia/downloads\\_segunda\\_residencia/segunda\\_residencia\\_\\_\\_relatorio\\_\\_\\_setembro\\_de\\_2008.pdf](http://200.143.12.93/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/segunda_residencia/downloads_segunda_residencia/segunda_residencia___relatorio___setembro_de_2008.pdf)>> Acesso em: 17.08.2011, às 15h. 35min.

COLÁS, Julián López. **La residencia secundaria en España: estudio territorial de uso y tenencia**. Barcelona, 2003. 440 p. Tese (Doutorado em Geografia). Facultat de Filosofia i Lletres. Universitat Autònoma de Barcelona.

HIERNAUX-NICOLAS, Daniel. La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano. In: **Scripta Nova**. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. vol. IX, núm. 194(05), 1 de agosto de 2005.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Tradução Contexto traduções. 3ed. Revisada e ampliada. São Paulo: Aleph, 2009.

OLIVEIRA, Elizângela Justino de. ; LIMA, Renata Mayara Moreira de. Segunda Residência: um alojamento turístico. **Seminário Nacional Governança Urbana e Desenvolvimento Metropolitano**. ISBN: 978-85-61693-03-9

- SANCHEZ, Joan-Eugeni. Por una geografía del turismo de litoral – Una aproximación metodológica. In: **Estudios Territoriales**. Madrid, 1985, n.17 p. 103-22
- SILVA, Kelson de Oliveira. **A residência secundária e uso do espaço público no litoral oriental Potiguar**. Natal, 2010. 167p. Dissertação (Mestrado em Geografia). Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- TANAKA, Jamila Torii. **Os impactos do turismo de segunda residência na represa de Itupararanga**. Rosana, 2008, 50 p. Monografia (Bacharelado em Turismo). Curso de Turismo. Universidade Estadual Paulista Julio Mesquita Filho.
- TULIK, Olga. **Turismo e meios de hospedagem: casas de temporada**. São Paulo: Roca, 2001. 113 p.



## IMPACTO DO PROJETO DE BALNEABILIDADE NO MUNICÍPIO DE CAICÓ NA ÁREA SOCIOECONÔMICA.

M. R. G. Ribeiro<sup>1</sup>, F. J. S. C. Nascimento<sup>2</sup>, M. A. S. Monteiro<sup>3</sup> e I. A. Bezerra<sup>4</sup>

<sup>1 2 3 4</sup> Instituto Federal do Rio Grande do Norte – Campus Caicó  
maria.riberio@ifrn.edu.br – jonathan.cunha@ifrn.edu.br  
mannemonteiro@hotmail.com - izamara\_alves@hotmail.com

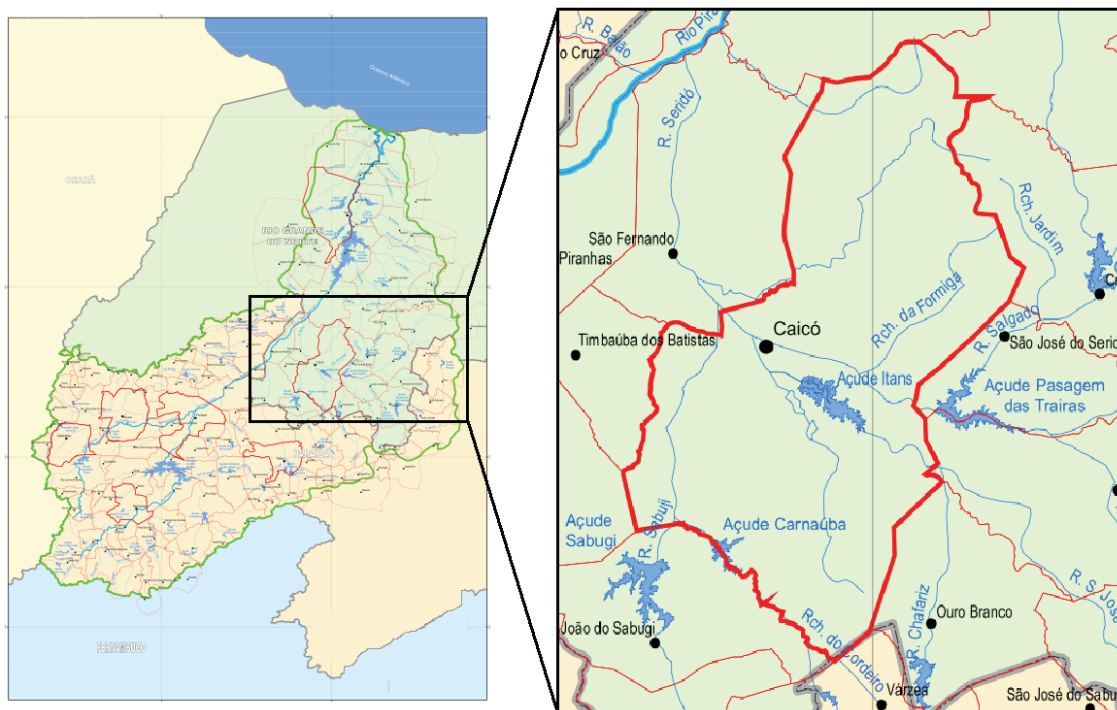
### RESUMO

Este artigo trata-se da análise do impacto gerado pelos resultados do projeto de balneabilidade no município de Caicó. Ele explana a ideia de um provável impacto infavorável ao município no âmbito socioeconômico em uma possível contaminação no maior reservatório hídrico da cidade. Para tanto, é abordado os resultados gerados pelo projeto de balneabilidade, esse realizado pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte campus Caicó, como parâmetros de pesquisa. Os dados gerados, até o presente momento, pelo projeto de balneabilidade apontaram um resultado favorável a balneabilidade do reservatório do município. Esses são emitidos como laudos técnicos a ciclo de cinco semanas. Baseado nesses laudos é que atenta a conclusão do impacto gerado por seus resultados na dinâmica social e econômica do município.

## 1. INTRODUÇÃO

O surgimento deste artigo deu-se a partir da observância dos dados técnicos coletados através do projeto de balneabilidade do açude Itans. A balneabilidade são análises feitas em corpos hídricos de localidades que os utilizam como lazer e sustentabilidade da população. A relevância da balneabilidade de corpo hídrico se dá na busca de informações que demonstrem que a água utilizada é favorável à saúde humana. Isso configura um dado de importância à saúde pública da região posto que um resultado improprio para essas águas configurem transmissão de doenças patógenas. Sendo que os principais agentes biológicos encontrados nas águas contaminadas são as bactérias, os vírus e os parasitas. Sendo que as bactérias patogênicas encontradas na água constituem uma das principais fontes de morbidade e mortalidade de seres humanos. Os problemas de saúde ocorrem após o contato direto com a água contaminada, sendo que as principais doenças originadas por contato direto estão relacionadas aos sistemas gástrico, imunológico e pele. As doenças mais graves que podem ser transmitidas a população, devido à utilização de águas impróprias são cólera, hepatite A ou febre tifoide.

O açude tem uma relevância social, econômica e cultura de grande importância ao município de Caicó. Isso se deve aos fatos de depender dele a agricultura de subsistência das famílias que vivem da produção agrária, como também de ser entorno dele os principais eventos sócio econômico do município. Fato este que explica a construção das principais casas de eventos serem as suas margens. Este açude foi construído na década de 30 como um projeto do governo federal para amenizar o impacto da seca na região seridoense. Hoje ele abastece o município de Caicó que é considerada culturalmente como a “capital do Seridó”. O açude é um reservatório hídrico que está localizado na bacia do rio Piranhas/Açu, onde barra o rio Barra Nova, tendo como construtor e proprietário, o DNOCS - Departamento Nacional de Obras Contra as Secas. Este possui uma capacidade de armazenamento de água entorno de 81.750.000,00 metros cúbicos, tendo por extensão territorial cerca de 1.340,00 hectares.



**Figura 01:** Mapa dos recursos hídricos superficiais que banham o município de Caicó. Fonte (IBGE, 2011).

O projeto de balneabilidade do açude Itans faz coletas e análises microbiológicas e físico-químicas semanalmente nos dois pontos de lazer mais utilizados pela população local. Sendo eles o ASDEC (Associação dos Servidores do DNOCS de Caicó) e o late Clube de Caicó. Observar figura 2. Os parâmetros que estão sendo analisados para qualificar a balneabilidade são, a determinação da concentração das bactérias do grupo de Coliformes Termotolerantes pela técnica dos tubos múltiplos utilizando os meios de cultura caldo Lactosado e caldo EC, os exame do Potencial Hidrogeniônico (pH), Temperatura e Condutividade Elétrica. A metodologia analítica empregadas seguem as especificações do *Standard Methods ofr the Examinatio of Water and Wsterwater* de autoria das instituições (*American Public Health Association (APHA)*, *American Water Works Association (AWWA)*, *Water Environment Federation (WEF)*).

A cada cinco semanas o projeto gera um laudo com conclusões das análises feitas das coletas. Para tanto ele se utiliza da resolução do CONAMA n.º 274/2000. Segundo a qual possui uma subclassificação da água como excelente, muito boa e satisfatória e classificações consideradas própria ou imprópria. Observar tabela 1.

**Tabela 01:** Balneabilidade segundo a res. CONAMA n.º 274/2000.

NMP/100mL de <i>Coliformes Termotolerantes</i> *	Balneabilidade	
	Subclassificação	Classificação
< 250	Excelente	Própria
< 500	Muito Boa	
< 1000	Satisfatória	
> 1000	Imprópria	

\* Número Mais Provável de Bactérias

Nessa tabela são encontrados os limites de contaminação para cada análise realizada nos pontos de coleta.

Até o presente momento foram gerados dois laudos conclusivos das análises sendo eles abrangentes pelos períodos de entre 31 de maio a 27 de junho e 04 de julho a 01 de agosto de 2011.

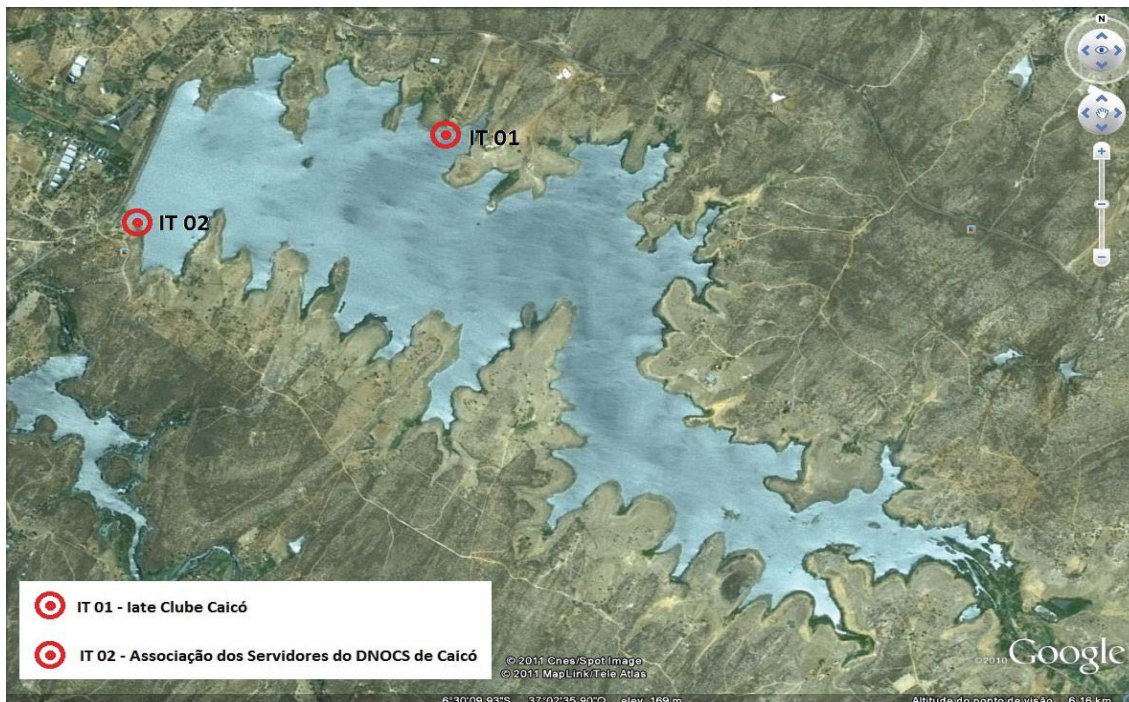


Figura 02: Açude Itans.

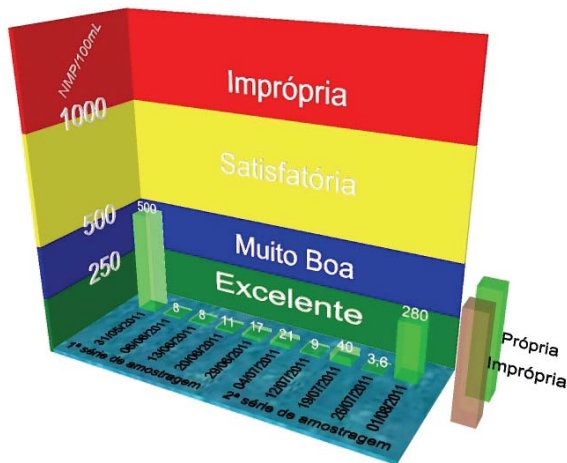
## 2. RESULTADOS

Os resultados gerados pelo projeto de balneabilidade do açude Itans trazem os seguinte dados das amostras juntamente com suas conclusões técnicas. Nele podemos observar que no balneário late Clube de Caicó as duas séries de amostragem a classifica como PRÓPRIA. A classificação da balneabilidade própria, tanto no parâmetro bacteriológico como pH em ambas séries, ressaltando que a subclassificação na bacteriologia é avaliado como muito boa em ambas baterias de amostragens. Ver tabela 02.

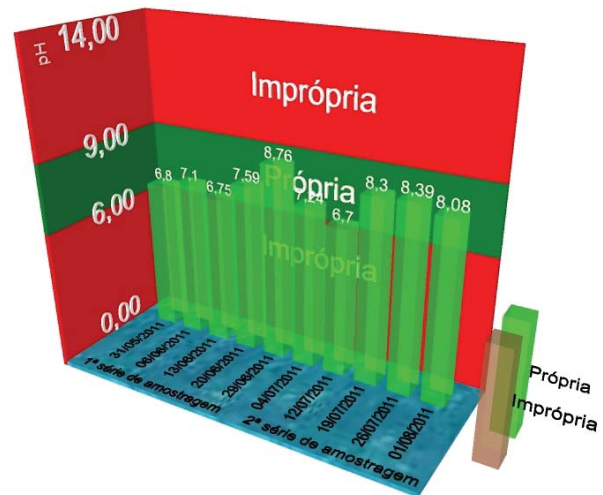
Tabela 02. Resultados de balneabilidade do açude Itans no late Clube de Caicó.

PARÂMETROS	COLETA 1	COLETA 2	COLETA 3	COLETA 4	COLETA 5	BALNEABILIDADE	
DATA COLETA	31/05/201 1	06/06/201 1	13/06/201 1	20/06/201 1	27/06/201 1		
BACTERIOLÓGICO (NMP/100mL)	500	8	8	11	17	MUITO BOA	PRÓPRIA
Potencial Hidrogeniônico - pH	6,8	7,1	6,75	7,59	8,76	PRÓPRIA	
DATA COLETA	04/07/201 1	11/07/201 1	19/07/201 1	26/07/201 1	01/08/201 1		
Bacteriológico	21	9	40	3,6	280	MUITO BOA	PRÓPRIA

(NMP/100mL)						<b>BOA</b>	<b>A</b>
Potencial Hidrogeniônico - pH	7,24	6,7	8,3	8,39	8,08	<b>PRÓPRIA</b>	



**Figura 03:** Resultado de balneabilidade em relação à bacteriologia do açude Itans no Iate Clube de Caicó.



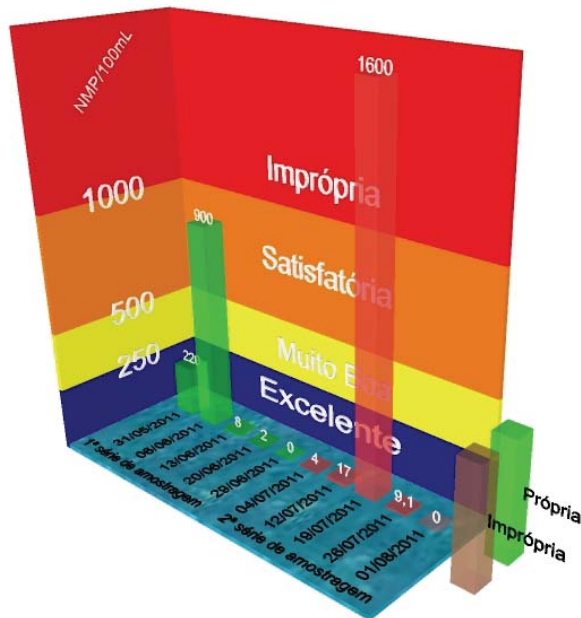
**Figura 04:** Resultado de balneabilidade em relação a pH do açude Itans no Iate Clube de Caicó.

No balneário da Associação dos Servidores do DNOCS de Caicó – ASDEC, a pesquisa de balneabilidade se deu no mesmo período do Iate Clube Caicó. Os valores da ASDEC se apresentaram relativamente divergentes em relação ao do Iate, visto que, na primeira série de amostragem os valores microbiológicos deram muito próximo ao limiar de própria, e a segunda série os valores foram classificados como impróprios, ver tabela 03 e figuras 05 e 06. Na primeira série de 31 de maio a 27 de junho de 2011, a subclassificação microbiológica é de satisfatória, por ter na segunda coleta da série 900 NMP/100mL de bactérias. Já a segunda bateria de 04 de julho a 01 de agosto do corrente ano, a classificação e subclassificação são impróprias, pois a terceira coleta da bateria possui 1600 NMP/100mL de coliformes termotolerantes, ver tabela 03.

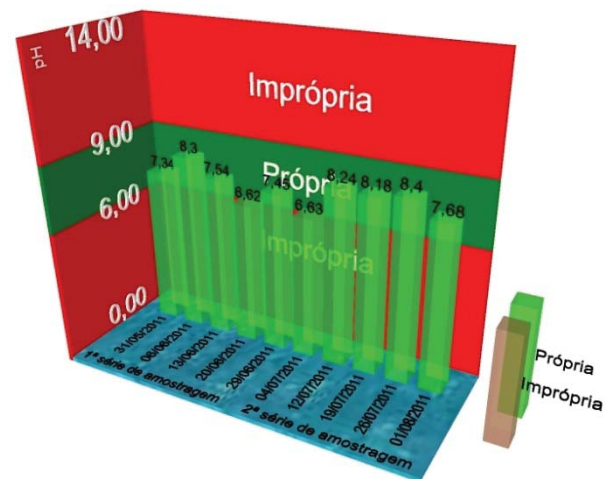
**Tabela 03.** Resultados de balneabilidade do açude Itans na Associação dos Servidores do DNOCS de Caicó – ASDEC..

PARÂMETROS	COLETA 1	COLETA 2	COLETA 3	COLETA 4	COLETA 5	BALNEABILIDADE	
DATA COLETA	31/05/2011	06/06/2011	13/06/2011	20/06/2011	27/06/2011		
BACTERIOLÓGICO (NMP/100mL)	220	900	8	2	0	<b>SATISFATÓRIA</b>	<b>PRÓPRIA</b>
Potencial Hidrogeniônico - pH	7,34	8,3	7,54	6,62	7,45	<b>PRÓPRIA</b>	
DATA COLETA	04/07/2011	11/07/2011	19/07/2011	26/07/2011	01/08/2011		
BACTERIOLÓGICO (NMP/100mL)	4	17	1600	9,1	0	<b>IMPRÓPRIA</b>	<b>IMPRÓPRIA</b>

Potencial Hidrogeniônico - pH	6,63	8,24	8,18	8,4	7,68	<b>PRÓPRIA</b>
-------------------------------	------	------	------	-----	------	----------------



**Figura 05:** Resultado de balneabilidade em relação a bacteriologia do açude Itans na Associação dos Servidores do DNOCS de Caicó.



**Figura 06:** Resultado de balneabilidade em relação a pH do açude Itans na Associação dos Servidores do DNOCS de Caicó.

Baseados nos resultados gerados, até então pelo projeto, que é feita a análise e discursão do desenvolvimento sócio econômico do local. O intuito deste artigo é avaliar o impacto desses laudos emitidos a sociedade. Visto que um resultado impróprio geraria alguns transtornos socioeconômicos para a região. Afetando principalmente o turismo e a subsistência de famílias que dependem da agricultura que é regado pelo açude. Em uma análise geral dos resultados mostrados pelo projeto ver-se um conclusão favorável a balneabilidade destes pontos de estudo. Porem deve ser discutido as prováveis razões de uma significativa alteração do resultado no que se refere ao ponto de coleta da ASCEC. Nele observamos um pico de contaminação alto na semana compreendida entre 12 de julho a 19 de julho. É importante que se observe que neste período havia na cidade o movimento de maior importância cultural do município que é a festa de sua padroeira. Esse festejo religioso é considerado o maior do estado atraindo turistas e desenvolvimento econômico local. Porem é importante que se frise a não existência de outras prováveis causas na alteração dos dados.

Sabendo que o município de Caicó tem grande tradição cultural na região seridoense e estadual através de sua festividade religiosa em meados do mês de julho e o carnaval ocorrido sempre entre os meses de fevereiro ou março. Ambas festas trazem ao município uma grande visibilidade atraindo turistas e investimentos no comércio local. O açude Itans esta intricadamente ligado a estes festejos sociais pois, com o atrativo turístico a visitação e utilização das águas do reservatório se tornam mais intensas. Essa intensa utilização do balneário traz um aumento do risco de contaminação de doenças transmissíveis através da água. Numa provável contaminação deste reservatório acarretaria danos ao turismo e consequentemente a economia visto que há uma grande

circulação de capital nos períodos destes festejos. A visibilidade da cidade seria atingida no cenário estadual e conseqüente haveria uma queda na economia local.

Na análise destes prováveis riscos que a população corre em uma eventual contaminação da água é que faz a pertinência de uma discussão do impacto socioeconômico no município trazido por estes possíveis resultados. Isso é dado por verdade na conclusão de que o açude está intrincadamente ligado a esta área do desenvolvimento da região. Acarretando a impossibilidade do desenvolvimento agrários das famílias que se mantem da agricultura e prejuízos ao turismo local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.cprm.gov.br/>. Acessado em 15 de dezembro de 2010, às 11 horas e 55 min.

[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acessado em 04 de janeiro de 2011.

BRASIL, Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA. Resolução n.º 274, de 29 de novembro de 2000. Brasília, 2000.

BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Coordenação-Geral de Vigilância em Saúde Ambiental. Portaria MS n.º 518/2004. Brasília, 2005.

PROGRAMA ÁGUA AZUL. Projeto estudo de balneabilidade das praias do Estado do Rio grande do Norte, Avaliação das condições de balneabilidade e qualidade das águas de alguns reservatórios hídricos do Seridó do Rio Grande do Norte no período de 01 de março a 17 de maio de 2009. Governo do Estado do Rio grande do Norte, IDEMA e IFRN. Natal, 2009.

## IDENTIFICAÇÃO DAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DO MUNICÍPIO DE BATURITÉ: O DESVENDAR DOS “SEGREDOS ÍNTIMOS” DE UM ESPAÇO

L. S. Leal<sup>1</sup> e A. E. F. Lima<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> IFCE - Instituto Federal do Ceará - Campus de Baturité

leonildo\_lele@yahoo.com.br – annaericaufc@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo faz um levantamento das potencialidades turísticas da região do Maciço de Baturité-CE, especialmente do Município de Baturité revelando seu patrimônio natural e histórico, que em grande parte encontra-se desconhecido ou subutilizado, impossibilitando a geração de emprego e renda e acarretando na sua desvalorização pelo desconhecimento. Aborda essas temáticas sob a perspectiva local dos “lugares”, os quais possuem significados próprios tanto pela cultura quanto pelo ambiente natural em que estão inseridos. Com o objetivo de traçar um panorama dessas potencialidades existentes, foram utilizados os seguintes métodos de pesquisa: revisão bibliográfica sobre o assunto; formação de grupos de estudo sobre as temáticas de interesse; conhecimento da realidade, através de atividades de reconhecimento de campo; entrevistas semi-estruturadas com sujeitos sociais importantes para compreensão da organização do espaço social estudado; e conversas informais com antigos moradores das localidades. Essa pesquisa consubstancia-se pela importância e carência de estudos aprofundados sobre a realidade atual dessa região.

**Palavras-chave:** Espaço, Turismo local, Potencialidades.



## 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa surge a partir do Projeto “Formação de multiplicadores ambientais: uma proposta de implantação do sistema de gestão ambiental no IFCE - Campus Limoeiro Do Norte/Ce”, o qual fora iniciado em Limoeiro do Norte. Em agosto de 2010, houve a necessidade de uma readaptação desse trabalho para a realidade local de Baturité, o qual foi identificado que ao ser desenvolvido em uma região cujo potencial turístico e gastronômico é uma máxima econômica, seria perfeitamente pertinente um levantamento sobre as potencialidades turísticas da Região.

O Turismo, como objeto do Curso de Tecnologia em Hotelaria, apresenta diversas especificidades. Essas são analisadas em estudos que primam por vertentes, à exemplo do turismo ambiental, ecológico, cultural, histórico, receptivo, entre outros. Tal atividade consolidou-se nos primeiros anos do século XXI, como um dos mais importantes fenômenos da sociedade contemporânea. Para Machado (2007), o movimento por lugares que não eram conhecidos e o consumo das singularidades alheias, como produto de excitação e desfrute, propiciou ao turismo ser considerado um dos principais geradores de riqueza do mundo, sendo uma das segmentações econômicas de maior crescimento mundiais. Por exemplo, para a Organização Mundial do Trabalho a renda auferida pela indústria do turismo mundial, teria superado a do petróleo, de armas, das montadoras de veículos, dos equipamentos de telecomunicação, têxteis e de todos os demais serviços responsável por geração de emprego e renda.

Entretanto, existem verdadeiros “lugares”, considerando o sentido categórico desta terminologia, que se apresentam como potenciais para o turismo, mas devido ao seu desconhecimento são esquecidos ou mesmo subutilizados. Podemos afirmar que a identificação de elementos naturais, culturais, paisagísticos, arquitetônicos, gastronômicos, entre outros, será o que delimitará o atrativo turístico de um lugar. Para Araújo (2010), dois eixos de aproveitamento dessas potencialidades podem ser observados: quando a apropriação é na perspectiva do capital mundial, e quando é na perspectiva dos moradores locais, sendo que esses diferentes interesses reverterão em valores diferenciados às potencialidades. A práxis social do lugar poderá considerar as potencialidades turísticas como o caminho para o desenvolvimento local sustentável. E o capital mundial sempre a terá como espaço de acumulação ampliada.

Diferentemente não seriam as análises de Regiões no Brasil. O Ceará, especificamente, a região do Maciço de Baturité, composta por treze (13) municípios<sup>1</sup> apresente uma rica diversidade ambiental, principalmente, ao que se refere à atrativos ambientais, como cachoeiras, rios, trilhas, além de poder-se identificar nichos turísticos direcionados para a gastronomia, para turismo de aventura e lazer, e também o ecoturismo. Essas práticas possibilitarão a constituição de um turismo diferente no Maciço, bem como a contribuição para formação de profissionais na/da Região, os quais apresentarão como diferencial o fato de serem naturais dos municípios que compõem esse “lugar”.

A identificação de potencialidades turísticas virá a incentivar o desenvolvimento de atividades econômicas sejam de base local ou mesmo o turismo doméstico, mais identificado na área de estudo atualmente, posto que conforme o Plano de Desenvolvimento Regional – Maciço de Baturité<sup>2</sup> (2004)

Tudo está a indicar, tanto numa visão de curto e médio prazo, como dentro de uma perspectiva mais distante, que as potencialidades do desenvolvimento do turismo como setor estratégico de desenvolvimento, tende a se consolidar

---

<sup>1</sup> A região do Maciço de Baturité abrange três sub-regiões homogêneas do Estado do Ceará: a serrana - corredor verde (Guaramiranga, Pacoti, Palmácia, Mulungu e Aratuba); a sub-região dos vales/sertão - corredor histórico ferroviário (Baturité, Capistrano, Itapiúna, Aracoiaba, Redenção e Acarape) e a de transição - sertão/litoral (Barreira e Ocara). Redenção, Barreira e Ocara.

<sup>2</sup> CEARÁ, SDRL. **Maciço de Baturité** - Plano de Desenvolvimento Regional. Ceará, Expressão Gráfica Editora, 2004.

para o Maciço de Baturité. Essa perspectiva induzirá fortemente à estratégia de organização espacial, nas áreas mais compatíveis com essa atividade, apoiada em estruturas turísticas aglutinantes, em detrimento à pulverização indiscriminada de ocupações do tipo segunda residência. Tais estruturas, além do impacto ambiental mais reduzido, apresentarão maior possibilidade de auto-sustentação econômica (SDLR, 2004, p.21).

Vale destacar que para construção da pesquisa foi tomado como objeto inicial o Município de Baturité, considerado o Polo Econômico da Região do Maciço e como será apresentado, observamos diversos atrativos que ainda não estão evidenciadas no cenário turístico estadual e nacional, ficando, assim, limitados aos moradores de pequenas localidades, sendo que o incentivo à essa atividade poderia contribuir diretamente para o surgimento de um turismo de base local, com vistas a preservação ambiental.

Para construção desse percurso investigativo apresentaremos um panorama dos potenciais turísticos evidenciados e desvendados nesse espaço social praticado e adentraremos à uma discussão que permeia categorias como “potencialidades”, e “turismo de base local”.

## **2. METODOLOGIA OU MATERIAIS E MÉTODOS**

Com vistas para atingir os objetivos destacados, a pesquisa foi dividida em etapas que versarão sobre: Revisão bibliográfica sobre o assunto; Formação de grupos de estudo sobre as temáticas de interesse; Conhecimento da realidade, através de atividades de reconhecimento de campo; entrevistas semi-estruturadas com sujeitos sociais importantes para compreensão da organização do espaço social estudado; conversa com antigos moradores das localidades. Esses diálogos poderão colaborar também com o reconhecimento das áreas de lazer locais e que se caracterizam como ambientes potenciais para o turismo da região.

A busca por informações para o embasamento técnico da pesquisa não se limitou a livros acadêmicos, mas, também, em experiências apresentadas em congressos, artigos técnicos publicados em revistas especializadas e matérias sobre o assunto publicadas em periódicos locais ou na Internet, levantamentos em hemerotecas, com o intuito de acompanhar as principais notícias que envolveram e envolvem a questão em pauta.

A revisão de literatura e análise de dados secundários foi efetivada junto a grupos de discussão, formados por professores, alunos e pessoas interessadas nas temáticas ambientais como: gestão ambiental, educação ambiental, turismo e gastronomia. Registros fotográficos atuais foram importantes para a constituição do documento. Ademais, essa pesquisa proporcionará uma orientação para a comunidade com vistas a constituição de uma estrutura que proporcione uma sensibilização ambiental junto àqueles que frequentam os espaços identificados e um conhecimento sobre a as potencialidades turísticas locais de Baturité.

## **3. CONTEÚDO DO DESENVOLVIMENTO**

Em um primeiro momento tratar do tema “potencialidades turísticas” apresenta-se de forma imprecisa na literatura sendo necessário um conhecimento multidisciplinar para categorizar essa demanda, visto que a discussão das potencialidades dos lugares, dos territórios e das regiões turísticas não estarem dispostas na literatura ou em manuais de turismo.

O foco da pesquisa tem em vista a perspectiva dos moradores locais, visto que a constituição de um turismo de Base Local poderá proporcionar um retorno econômico mais significativo para a região, ou mesmo, uma nova possibilidade de emprego e renda para as comunidades.

Para Vasquez (1988), pode-se definir o desenvolvimento com base local como um processo de crescimento e transformação estrutural que, mediante a utilização de um potencial de desenvolvimento existente no território, conduz a uma melhoria do bem-estar da população local e ou regional. Tal fato só é possível quando a comunidade local é capaz de liderar esse processo de transformação estrutural, diz-se que está em curso o desenvolvimento local endógeno. Entretanto, para iniciar esse processo é possível ser feita a identificação das potencialidades que o local oferece.

Para Machado (2007), são essas potencialidades que caracterizam o turismo como um fenômeno de caráter sócio-espacial, por consistir no deslocamento espacial, temporário e voluntário, realizado de uma forma individual ou coletiva que apresenta como fator motivador fundamental a alteridade, alcançada na busca pela satisfação pessoal, podendo esta ser motivada pelo lazer, recreação, descanso, cultura e em casos específicos a saúde. Para isso usufrui-se de uma localidade que apresenta condições de satisfazer seus desejos pessoais e alcançar a alteridade almejada, não exercendo nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando inúmeras inter-relações nas esferas social, econômica, cultural e ambiental no espaço onde o turismo se insere, seja o espaço emissor ou receptivo.

Nesse contexto aprende-se que o Maciço de Baturité pode ser considerado como uma Área de Especial Interesse Turístico (Cap. I, Art.3º, Lei 6.513/1977). Conforme a Lei, essas Áreas são “trechos contínuos do território nacional, inclusive suas águas territoriais, a serem preservados e valorizados no sentido cultural e natural, e destinados à realização de planos e projetos de desenvolvimento turístico”.

Essas características constituem a área de estudo que abrange três sub-regiões homogêneas: a serrana - corredor verde (Guaramiranga, Pacoti, Palmácia, Mulungu e Aratuba); a sub-região dos vales/sertão - corredor histórico ferroviário (Baturité, Capistrano, Itapiúna, Aracoíaba, Redenção e Acarape) e a de transição - sertão/litoral (Barreira e Ocara) Essas sub-regiões possuem locais como cachoeiras, açudes, trilhas, mirantes, fazendas, sítios, engenhos, museus, feiras-livres e uma série de comemorações que atraem centenas de turistas do Brasil inteiro. Por ser um espaço que oferece atrativos que diferem dos elementos paisagísticos e naturais mais procurados no Ceará, que são as praias, possibilitam outro perfil de turismo, o qual vai de encontro ao Ecoturismo, turismo de Aventura e nos últimos cinco anos o Turismo Gastronômico. No entanto, nesse espaço ainda existem diversos elementos que não foram identificados como turísticos, mas são de conhecimento das comunidades. Começaremos nessa primeira etapa da pesquisa, desvendando alguns lugares potenciais no Município de Baturité.

### 3.1. BATURITÉ: SEUS SEGREDOS DESVENDADOS?

#### 3.1.1. Sua história

O significado da palavra Baturité apresenta-se incerto, sendo mesmo considerada uma palavra polissêmica. Para alguns historiadores “Baturité” provém de “*ibi-tira-été*” que significa Serra por Excelência ou Serra Verdadeira. Para outros, provém de “*batieté*” que seria “*Sair Água Boa*”. Para José de Alencar viria de “*Batuíra+Ete*”, nome de um guerreiro potiguar que quer dizer “*Nadador Valente*”.

Conhecida também como a Capital do Maciço, Baturité dista 100 km de Fortaleza. A cidade tem origem de uma aldeia dos Índios Jenipapos e Canindés, chamada Aldeia Comum, que se situava às margens do Rio Aracoíaba, na encosta da Serra de **Baturité**. Conforme registros históricos localizados na biblioteca municipal da cidade, as tentativas de desbravamento e ocupação de Baturité datam do início de 1680, tendo como arauto dessas incursões Estevão Velho de Moura, sendo que essas ações só lograram êxito a partir de 1700 com a fixação dos primeiros sesmeiros, destacando-se o tenente Coronel Manuel Duarte da cruz em 1718 e o Tenente Amaro Rodrigues Moreira em 1734 (os primeiros habitantes brancos da região).

A concessão de sesmarias no Ceará foi iniciada a partir de 1678, mas somente a partir de 1718 foram concedidas as primeiras sesmarias na região de Baturité. Nos primeiros momentos a ocupação se deu pelas partes mais baixas do Maciço, graças à facilidade de exploração que esta área oferecia. No final do século XVIII, as terras mais altas foram dominadas (OLIVEIRA e ARAÚJO, 2007, p. 20).

Segundo Campos (2000, p. 10), as condições climáticas favoráveis da região do Maciço de Baturité, quase nunca atingida pelas secas cearenses, tornaram-na um local atraente para aqueles que buscavam a obtenção de sesmaria em terras potencialmente produtivas.

A freguesia foi instalada em 1762 e essa se fixou entorno de uma igrejinha erguida pelos índios, onde se encontrava uma pequena imagem de "Nossa Senhora da Palma", imagem essa advinda de Quixadá.

Era então chamada de "Missão da Palma". Compreendendo a antiga Missão da Palma dos índios Jenipapos e Canindés, aldeados no sítio "Comum" (hoje Tijuca), nas faldas da Serra de Baturité, ribeira do Aracoiaba, foi a freguesia criada pelo Alvará de 08 de maio de 1758, mas só instalada a 19 de junho de 1762, sendo seu primeiro Vigário o Pe. Patrício Joaquim. Desmembrada de Aquiraz recebeu a invocação de Nossa Senhora da Palma que já era padroeira da Missão, desde os seus primórdios.

A fundação da Vila Real ocorreu em 14 de abril de 1764 com a presença do Ouvidor na presença de todos os moradores, tendo como marco do Pelourinho (Localiza-se na praça da matriz, ao lado da sede da Prefeitura Municipal) e aclamou a nova Vila que denominou Vila Real de Monte-Mor, o Novo D`América, declarando que a sua Padroeira ficava sendo a Mãe Santíssima Nossa Senhora da Palma e o Padroeiro o Senhor João Nepomuceno e que a ambos todos deveriam reconhecer e festejar. O nome da Vila só ocorreu através do Ato Provincial de 17 de junho de 1830, foi adotado oficialmente o nome de Baturité.

Somente em nove de agosto de 1858, pela Lei Provincial Nº 844, foi a Vila de Baturité elevada a categoria de Cidade. A Câmara Municipal acumulava então as funções legislativas e executivas e era composta de um Presidente, três Vereadores, um Procurador e um Escrivão.

Devido ao clima ameno e da quantidade de água que surgem através de diversas nascentes, Baturité, e outros municípios vizinhos, serviram de refúgio para populações sertanejas de cidades como Canindé e Quixadá, que ali se abrigaram durante a Seca dos Três Setes (estiagem que castigou o sertão de 1777 a 1793).

Um fato relevante e que se consubstancia como um marco é a presença católica no município, sendo evidenciada por meio do grupo de igrejas, conventos e mosteiros que ainda resistem ao tempo e alguns deles convertido em hospedarias nos dias atuais.

A economia é baseada na exploração do setor terciário (comércio e prestação de serviços), na extração vegetal e em culturas de algodão, banana, arroz, milho, feijão, café e cana-de-açúcar, porém, assim como na maioria dos municípios cearenses (com exceção do café), esta ainda é feita com técnicas agrícolas rudimentares. Ainda assim, Baturité se destaca na sua região sendo um importante centro consumidor e abrigando sede de muitas empresas regionais. Com um comércio que é a base da economia do município, a cidade vem conseguindo muitos avanços na qualidade de vida da população e na modernização da cidade.

Destarte frisar o cultivo do café que, diminuiu muito após a crise de 1929, mas que vêm crescendo atualmente utilizando-se a técnica do cultivo sombreado e 100% orgânico. Esse tipo de cultivo fez com que o café baturiteense ganhasse, novamente, destaque nacional e internacional por produzir um produto de alta qualidade e saudável. No final do século XIX esse produto entrou em declínio, chegando a ser importado na década seguinte. O Barão de Studart, no texto "Ligeiras notas

sobre o café no estado do Ceará”, registra que em 1923 o Ceará importou, pelos portos de Fortaleza e Camocim, 1.086.120 kg de café (ALCÂNTARA, 2009).

Unido à história de Baturité um patrimônio se constituiu nesse ínterim. É sobre esse patrimônio cultural e natural que traçaremos um percurso de identificação.

Não poderíamos afirmar que o turismo em Baturité é incentivado. Ainda se prima a lógica que são nos municípios serranos que existem os locais mais bonitos e aprazíveis. Entretanto, muitas áreas naturais e prédios históricos poderiam ser identificados como atrativos. É o que veremos na sequência.

### 3.2. ATRATIVOS CULTURAIS

#### 3.2.1. Igreja Matriz (estilo bizantino gótico com predominância no barroco construída no século XVIII)

A construção da Matriz de Baturité foi iniciada à custa dos cofres públicos sob a direção de Francisco Xavier de Medeiros, o mestre que também edificou a Matriz de Canindé. Construída no século XVIII, possui arte bizantina com predominância do barroco sendo a única paróquia no Brasil a apresentar estas características. A igreja dispõe de duas naves, sete altares, três sinos e um grande relógio público (ver Figura 1). Comporta até três mil pessoas. No seu interior há ilustrações de cenas bíblicas em pintura a óleo, em estilo clássico, executadas por artistas da região: Raimundo Seabra e Pe. Luis Bezerra.



**Figura 1: Igreja Matriz de Baturité ao entardecer**

**Foto: Lima, 2010**

#### 3.2.2. Sede da Prefeitura de Baturité

Atual sede da prefeitura de Baturité foi construída no século XIX - entre os anos de 1877 a 1878 –O prédio esteve desativado por vários anos quando foi recuperado, conservando sua estrutura original, graças a ideia do defensor da história e funcionário público do município, na época, Astrolábio Batista, já falecido. O nome de Palácio Entre Rios foi ditado pelo padre jesuíta Aloísio Furtado (Aíres de Montalbo, nome legítimo). Sua construção segue o estilo colonial. Situa-se à Praça da Matriz, formando um conjunto harmonioso com o Pelourinho, marco da fundação da cidade, e a Igreja Matriz.

#### 3.2.3. Estação Ferroviária

Estação Ferroviária de Baturité (ver Figura 2) foi inaugurada no dia 2 de fevereiro de 1882, ainda no governo imperial de D. Pedro II. Está localizado em uma das principais praças do Bairro Putiú. Ao lado do prédio, sobre um monumento, uma máquina Maria Fumaça, fora colocada nos festejos dos cem anos da Estrada de Ferro de Baturité, hoje RFFSA. É um dos poucos prédios tombados pelo Patrimônio Nacional e ainda pode-se observar os antigos armazéns e as antigas linhas que serviam de para a manobra dos trens.



**Figura 2 - Prédio da Estação Ferroviária de Baturité – 2008.**

**Fonte: Alcântara, 2008.**

### **3.2.4. O mosteiro dos Padres Jesuítas**

Tradicional centro de oração e meditação, o Mosteiro dos Jesuítas (ver Figura 3) hoje se mantém oferecendo espaços para eventos e hospedando turistas. À 415 metros de altura, sua estrutura convida à meditação, ao contato com a natureza e à desaceleração do ritmo de vida urbano (DIÁRIO DO NORDESTE, 2010). Ao longo dos anos, o Mosteiro dos Jesuítas, construído na Serra de Baturité, já teve diversas utilizações. Chegou a ficar sob risco de fechamento ou de ser vendido para particulares por conta dos períodos em que não há tanta frequência.



**Figura 3: Mosteiro dos Padres Jesuítas**

**Foto: Lima, 2010**

Sua edificação foi iniciada como parte das comemorações do centenário da Independência do Brasil, tendo sido construída entre 1922 e 1936. A pedra fundamental do mosteiro veio das ruínas de uma escola de jesuítas que funcionava em Aquiraz, primeira capital da então província do Ceará. Durante cerca de 40 anos, o espaço foi destinado para o funcionamento da Escola Apostólica de Baturité, a fim de promover a formação de padres e irmãos jesuítas. O mosteiro chegou a ter 100 alunos em regime de internato oriundos das regiões Norte e Nordeste. Em 1964, optou-se por fazer dali um local de acolhimento para retiros espirituais.

Para complementar a renda e não deixar a estrutura do mosteiro ociosa decidiu-se há alguns anos, abrir o local para a hospitalidade. Como forma de atrair mais visitantes, foi criado recentemente o Museu Padre Artur Emílio Redondo, que busca recontar a história do mosteiro e do município de Baturité por meio de fotografias, mobiliário, estátuas, objetos de uso dos padres e até a primeira cadeira de dentista do Maciço de Baturité.

### **3.2.5. Imagem de Nossa Senhora de Fátima**

Conforme a APRECE (2010), a imagem de Nossa Senhora de Fátima (ver Figura 4) foi erguida em 1967 com 12 metros de altura, no período de sua inauguração foi considerada a maior estátua mariana do mundo. Seu idealizador foi o Senhor Pedro Odísio. Em frente a Imagem estão localizados os três

Pastorinhos com três cordeiros e a imagem está disposta sobre um serrote onde do seu alto tem-se uma visão privilegiada de toda a cidade de Baturité.



**Figura 4 – Imagem de Nossa Senhora de Fátima**

**Fonte: Lima, 2010**

### **3.2.6. Via Sacra**

Em 03 de agosto de 1968, a Via Sacra (ver Figura 5) foi inaugurada por Dom Almeida Lustosa, Arcebispo de Fortaleza, são alguns quilômetros de rampa e degraus construídos de pedra e cerâmica, divididos em 14 estações representando os momentos mais cruciantes de Sacrifício de Jesus Cristo (APRECE, 2010).



**Figura 5 – Imagem de uma das estações da Via Sacra em Baturité**

**Foto: Lima, 2010**

## **4. ATRATIVOS NATURAIS**

### **4.1 Cachoeiras**

#### **4.1.1. Cachoeira da Volta**

#### **4.1.2. Poço da Moça**

#### **4.1.3. Cachoeira do Jordão à Cerca de 8 metros de queda d'água (ver Figura 6)**



### Figura 6: Cachoeira do Jordão

Foto: Lima, 2011

- Acesso moderado
- Inexistem serviços de atendimento ao turista
- Utilizada por moradores e pelos proprietários da água na qual consta a cachoeira

#### 4.1.4. Cachoeira de Correntes (ver Figura 7) à Mais de 20 metros de queda livre

- Difícil acesso
- Inexistem serviços de atendimento ao turista
- Utilizada por moradores



Figura 7 – Cachoeira “Correntes”

Foto: Lima, 2010

O Maciço de Baturité possui uma diversidade florística e faunística reconhecida. Entretanto, ainda se conhece pouco deste universo. Arnóbio M. B. Cavalcante, no seu livro “A serra de Baturité (2005)” destaca que existem mais de 500 espécies só entre as árvores, arbustos, ervas, cipós, epífitas, saprófitas e parasitas que vivem na floresta, e que apenas aproximadamente 20% destas espécies já foram identificadas e nomeadas pelos cientistas em todo o Maciço.

No que se refere à fauna, a Serra de Baturité “é um enorme mosaico constituído de incontáveis ambientes aquáticos, terrestres e de transição que funcionam como rota, moradia, berçário, local de fuga e provisão para diversos animais (CAVALCANTE, 2005, p. 57)”.

Esta característica de riqueza na diversidade biológica e refúgio natural, levou o Maciço de Baturité a ser oficialmente considerado uma Unidade de Conservação e em 1990 foi criada a Área de Proteção Ambiental de Baturité. Esta foi delimitada na cota acima de seiscentos metros, com uma área total de 32.690 ha, que alcança os municípios de Aratuba, Baturité, Canindé, Capistrano, Caridade, Guaramiranga, Mulungu, Pacoti, Palmácia e Redenção. Os elementos naturais coadunam para afirmarmos que Baturité e os seus atrativos naturais seriam potenciais atrativos para ser desenvolvido um turismo de base local com vistas ao desenvolvimento do ecoturismo, que para Honey (1999), possui como características: [...] “viagens a destinos de natureza; Minimização do Impacto; Criação de uma consciência ambiental; Prover benefícios financeiros diretos para a conservação; Prover benefícios financeiros e para a população local; Respeito à cultura local e suporte aos direitos humanos e movimentos democráticos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser um espaço que oferece atrativos que diferem dos elementos paisagísticos e naturais mais procurados no Ceará, que são as praias, possibilitam outro perfil de turismo, o qual vai coadunar com os princípios do Ecoturismo, Turismo de Aventura e o Turismo Histórico. No entanto, nesse espaço



ainda existem diversos elementos que não foram identificados como turísticos, mas são de conhecimento das comunidades, como é o caso das Cachoeiras (Jordão, Correntes, Da Volta e o Poço da Moça).

Para se ter uma visão geral da potencialidade desse município, este se localiza, estrategicamente, próximos a serra de Guaramiranga, transformando a região num importante polo turístico, com fácil acesso aos grandes mercados consumidores. Os arranjos produtivos, os impactos ambientais, sociais e culturais, além dos econômicos, merecem ser cogitados antes mesmo de se considerar os potenciais existentes nos espaços turísticos. Existem múltiplas especificidades nesses espaços, que apresentam as potencialidades sob diversos aspectos. Assim como, algumas das características locais podem emergir como impeditivos, como empecilhos a serem retirados antes do aproveitamento do potencial.

## REFERÊNCIAS

- ALCANTARA, Selma Maria Peixoto. **Sol e sombra: o café do Maciço de Baturité numa perspectiva ecológica e socioeconômica**, 2009.
- ARAÚJO, Ana Maria Matos. **POTENCIALIDADES TURÍSTICAS: considerações preliminares acerca da pesquisa, do ensino e do estudo**. Disponível em [www.uece.br/lepop/index.php/.../20-potencialidades-turisticas](http://www.uece.br/lepop/index.php/.../20-potencialidades-turisticas). Acesso em 24 de agosto de 2010.
- CAMPOS, José Arimatéia. **Aspectos histórico-econômicos, geoambientais e ecológicos do Maciço de Baturité**. Fortaleza. CEPEMA, 2000.
- CAVALCANTE, Arnóbio de Mendonça Barreto. **A Serra de Baturité**. Fortaleza: Livro Técnico, 2005.
- CEARÀ, SDRL. **Maciço de Baturité - Plano de Desenvolvimento Regional**. Ceará, Expressão Gráfica Editora, 2004.;
- HONEY, Martha. **Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?**. Tradução: José Felipe Lima Vuolo. United States of America : Island Press, 1999.
- MACHADO, M. de B. T. **Turismo – um conceito socioespacial**. p.75-79. In. SEABRA, Giovanni (org.). **Turismo de Base local – identidade cultural e desenvolvimento regional**. Editora UFPB, 2007.
- MATOS, K. S. L. de; VIEIRA, S. L. **Pesquisa Educacional: o prazer de conhecer**. 2. ed. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2001. (Coleção Magister).
- OLIVEIRA, Aécio Alves de. **Tópicos sobre dialética**. Porto Alegre: Edipucrs, 1996.
- OLIVEIRA, S. O. de; ARAÚJO, F. S. de. **Diversidade e conservação da biota na Serra de Baturité, Ceará**. Fortaleza: Ed. UFC, 2007.
- VASQUEZ, Antonio Barquero. **Desenvolvimento Regional Endógeno, Capital Social e Cooperação**. Santiago, 1988.
- \_\_\_\_\_. **Desarrollo econômico local y Descentralización – Aproximación a um marco conceptual**. Proyecto CEPAL-GTZ, Santiago, 2000.
- APRECE, Associação dos Municípios e Prefeitos do Estado do Ceará. Ceará, 2010.
- Tecido em Belém do Pará.

## HOTÉIS, HOSPITAIS E SPAS: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS NA ELABORAÇÃO DOS CARDÁPIOS E NOS SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS

**J. A. Santos**

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas - Campus Marechal Deodoro  
Almeida-santos259@hotmail.com

### RESUMO

Com o crescente número de meios de hospedagem, e as pessoas a cada dia buscando alternativas não só para hospedar-se nos meios tradicionais hoteleiros, como também na busca de alternativas que lhes proporcione, satisfação, bem estar, saúde, qualidade de vida e qualidade de serviço, o presente artigo tem por objetivo discutir as semelhanças e diferenças na elaboração dos cardápios e serviços de alimentos e bebidas nos segmentos tais como: SPAs Hotéis, Hospitais. A pesquisa foi desenvolvida utilizando-se de metodologia exploratória e qualitativa, além de investigação de natureza bibliográfica e da análise de conteúdo. Para esta metodologia (análise de conteúdo) buscou-se embasamento em Laurence Bardin (1997, p. 45) a qual afirma que a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça [...]. Como resultado verifica-se que os respectivos segmentos têm semelhanças comuns em todos os aspectos da hospitalidade, uma vez que todos atendem, hospedam e alimentam pessoas. As diferenças dos serviços e a elaboração dos cardápios estão diretamente relacionadas ao perfil do cliente de cada segmento e a variação da classificação e tipologia de cada empresa.

**Palavras-chave: Hotéis, Hospitais, SPA, Cardápio, Serviços.**

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos as pessoas de um modo geral buscam freqüentemente um corpo bonito e saudável, esta vaidade deixou de ser um atributo apenas das mulheres e se tornou também um desejo do público masculino. Os hotéis denominados “Resort” mesmo aqueles que estão inseridos nos centros urbanos, acreditando ser este um mercado em evolução e uma vez que os serviços de SPAs vêm agregar valor ao seu produto principal no caso o hotel, as empresas destes segmentos estão investindo gradativamente em suas estruturas, tanto no que diz respeito à estrutura física, como a de equipamentos e a de mão de obra especializada, transformando espaços ociosos em SPAs. Com os hospitais a estratégia não é diferente, ao contrario, os hospitais mais modernos estão se adaptando e transformando os serviços de hospital para hotelaria hospitalar, estas adequações estão acontecendo em conseqüência de um novo perfil de clientes que ao passar dos anos estão muito mais exigente e consciente de seu papel como consumidor, e para a empresa uma forma inteligente de agregar valor em seu produto final.

Em virtude de todas estas mudanças é possível que existam várias semelhanças no que se refere à elaboração dos cardápios e nos serviços prestados de alimentos e bebidas nos três segmentos, ou seja: hotéis, Hospitais SPAs, assim como existem também diferenças, estas diferenças apesar de todos se tratarem de meios de hospedagem, eles hospedam pessoas com variados objetivos, e é nestes objetivos que se dão as diferenças de um determinado segmento para o outro. Problematizar estas questões que inserem as diferenças, semelhanças no que refere à elaboração dos cardápios e os serviços de alimentos e bebidas nos segmentos de meios de hospedagem tais como: Hotéis, hospitais e SPAs justificam as mudanças constantes que estão evidentes nestes segmentos, entretanto são mudanças que estão caminhando para um meio de hospedagem mais comum entre eles.

## 2. Fundamentação Teórica

### 2.1 Hotéis de saúde / SPA (HS)

A origem da palavra SPA advém do latim Salus por Aquam o uso da água em tratamento de doenças remota dos primórdios da civilização humana, quando o homem descobriu a lavagem feridas com água de determinadas fontes provocava cicatrização mais rápida (SOARES, et al apud CAMPOS, 2005). Ainda de acordo com Soares (apude Mill, 2003) os banhos já eram utilizados pelos gregos e romanos os quais se reuniam em regiões der águas térmicas para relaxar e cuidar do corpo.

Combina as características do hotel-padrão, com instalações, serviços e equipamentos hospitalares, com atendimento médico e de enfermagem em período integral. Destina-se a pacientes em convalescença e recuperação, sob observação e/ou em intenso processo terapêutico, dispondo, também, de equipamentos destinados a tratamentos específicos de obesidade e desintoxicação, entre outros. Atualmente SPA é sinônimo no mundo todo de saúde, beleza e bem estar. O segmento SPAs vem crescendo e diversificando suas atividades e serviços (ALDRIGUI, 2007, pag. 31)

Nos dias atuais a maioria dos Hotéis de categoria Resort existe o espaço SPA, mesmo que este não seja específico para tratamento de saúde, mas sim voltado mais para beleza, onde possuem cardápio e lá carte específicos para as finalidades de estética.

### **3. Hospital.**

Para o ministério da saúde (1965, pag. 7) a palavra hospital é de raiz latina (*hospitalis*) e de origem relativamente recente. Vem de Hospes – hóspedes, porque antigamente nessas casas de assistência eram recebidos peregrinos pobres e enfermos. O termo hospital tem hoje a mesma acepção de *Nosocomium*, de fonte grega, cuja significação é tratar os doentes – como *Nosodochium* quer dizer – receber doentes. Outros vocábulos constituíram-se para corresponder aos vários aspectos da obra de assistência: *Ptochodochium*, *Ptochotrophium*, asilo para pobres. *Poedotrophium*, asilo para crianças, *Orphanotrophium*, orfanato; *Gynetrophium*, hospital para mulheres; *Zenodochium*, *Xenotrophium*, refúgios para viajantes e estrangeiros; *Gerontokomium*, asilo para velhos; *Arginaria*, para incuráveis.

#### **3.1 Hospitium era chamado o lugar em que se recebiam hóspedes.**

Deste vocábulo derivou-se o termo hospício. A palavra hospício foi consagrada especialmente para indicar os estabelecimentos permanentemente por enfermos pobres incuráveis e insanos. Sob o nome de hospital ficaram designadas as casas reservadas para tratamento terapêuticos dos enfermos. Hotel é o termo empregado com a acepção de conhecida e universal.

scielo.br até o século XVIII, o hospital não era um instrumento terapêutico [...], mas sim um lugar destinado a exclusão, pois confinava no mesmo espaço todos os segmentos da população considerados nocivos para a sociedade e que, portanto, merecia viver as margens do convívio social, como loucos, prostitutas, pobres, além de pessoas doentes [...].

#### **3.2 Um novo modelo de hospital e de serviços diferenciados.**

Mais do que uma semelhança estrutural, hotel e hospital possuem diversos setores em comum que realizam não apenas os mesmos serviços básicos como empregam funcionários com igual qualificação em ambos os seguimentos. Embora tenham funções deferentes, publico diferenciado e característica específica que os tornam diferentes na natureza da operação, ainda assim oferecem uma gama de serviços em comum que permite mesmo o intercâmbio de funcionários sem maiores problemas em diversos setores como recepção, cozinha, manutenção entre outros.

O hospital tem deixado de ser aquele ambiente frio e impessoal, buscando uma nova imagem no mercado de serviços de saúde para atrair novas demandas e melhorando significativamente os serviços prestados à sociedade. Atualmente, alguns hotéis já treinam mão-de-obra hospitalar, mas especificamente na parte de atendimento ao publico como recepção, ambulatório e consultórios, restaurantes entre outras áreas onde o contato com o publico é intensivo. A necessidade de qualificação profissional é evidente em vista das novas dimensões assumidas pelos hospitais, que deixaram de atender doentes para produzir saúde e diferenciais de atendimento, como atender clientes e especialmente estarem em condições de se adequar a padrões mínimos nacionais ou internacionais exigidos. (GODOI, 2004, pag. 107) [...]. A preocupação com a qualidade do atendimento que seja ele em hospitais, hotéis, Restaurantes,

SPAs e demais seguimentos de serviços e produtos tem sido uma constante uma vez que a concorrência a cada dia se torna mais acirrada, desta forma faz com que os gestores pensem em atender seus clientes com mais humanização e dignidade.

Godoi (2004) afirma que introduzir serviços da hotelaria convencional em hospitais tem se mostrado um fator importante em agregar conforto e serviços de luxo à ambientes até então despojados. Desta forma melhora os ambientes e tende melhor satisfazer as expectativas dos clientes.

### **3.3 As novas profissões nos novos modelos de hospitais.**

Os hospitais não apenas agregaram ou podem agregar novos serviços aos que são inerentes às suas atividades normais, como também possuem atualmente em seu quadro de funcionários, profissionais até então impensáveis em ambientes hospitalares. Ao oferecem serviços de alta qualidade, os hospitais sentiram a necessidade de contratar profissionais das diversas áreas para estabelecer um novo padrão de comportamento e de serviços aos seus pacientes. São profissionais das mais diversas áreas, especialmente da hotelaria. Gastronomia e arquitetura que tem tornado o ambiente dos hospitais bem próximo ao encontrado na casa do paciente, quando este se vê obrigado a sujeitar-se a uma internação hospitalar.

Estes serviços são de grande importância na forma como o paciente se recupera durante o seu tratamento e no conceito que cria na mente dos que procuram o hospital. A humanização no atendimento ao paciente tem hoje sido altamente reconhecido, mesmo no seio da classe médica, como importante fator na recuperação do paciente. A forma como os funcionários tratam o paciente, a presteza e qualidade dos serviços percebidos influenciarão no seu estado psicológico e mental, afetando todo o seu organismo, físico e conseqüentemente contribuindo para a sua melhora final.

A própria estrutura de serviços transmite confiança ao paciente; quanto maior e melhor for a estrutura colocada à disposição do paciente e da família, menor poderá ser o seu tempo de recuperação. De certa forma todos em um hospital são co-responsáveis pela melhora gradativa do paciente, a despeito dos cuidados médicos, não sendo o médico num hospital o único responsável pela cura do paciente, em menor ou maior grau, todos participaram desse processo. O mau atendimento da equipe administrativa ou enfermagem, por exemplo, pode desencadear uma série de reações nervosas no paciente afetando todo o seu quadro geral de saúde, indo de encontro negativamente aos cuidados aos médicos. (GODOI 2004, pag. 119 e 120)

### **4. Cardápio.**

De acordo com Walker (2003, p. 164), o cardápio e seu planejamento são fundamentais no funcionamento de um restaurante. Os clientes sempre chegam com expectativa de saborear uma refeição com prazer e o cardápio é o grande fator dessa experiência. A qualidade da comida, segundo a revista *Restaurant and Institutions*, é o fator que os freqüentadores de restaurantes consideram como mais importante. A qualidade da refeição está acima do serviço, e até a própria limpeza (embora esta seja o segundo fator).

O administrador atual conseqüentemente enfrenta quatro desafios:

- 1- Providenciar ambiente agradável;
- 2- Oferecer alternativas de pratos cada vez mais saudáveis;
- 3- Satisfazer os clientes quanto aos preços aplicados
- 4- Criar sabores extraordinários.

Para Barreto (2001, p. 21), o cardápio, também chamado de menu, lista ou cata, é um veículo de informação, venda e publicidade de um restaurante, e tem por finalidade auxiliar os clientes na escolha dos alimentos ou bebidas.

A origem da palavra menu remota a Paris do século XVIII, época das confrarias, as quais podem ser consideradas precursoras dos atuais sindicatos [...]. Os hoteleiros por sua vez, desde 1549, eram obrigados a afixar na porta dos estabelecimentos uma listagem com as produções culinárias. Listagem estas que em alguns estabelecimentos de diversas cidades perduram até os dias de hoje.

Para a elaboração de um cardápio, não é suficiente a simples escolha dos pratos, pois são inúmeros os fatores que determinarão as diretrizes desse planejamento, uma vez que cada empresa tem características próprias no que diz respeito ao cliente, bem como de estrutura física e administrativa. (THEICHMANN, 2000, p. 30).

Pela sua complexidade e amplitude, a decisão sobre a estrutura ou composição do cardápio de um restaurante exige um estudo preliminar minucioso e uma ampla pesquisa de mercado, destacando-se os seguintes aspectos:

- ✓ Perfil dos clientes atuais e potenciais (origem, poder aquisitivo, idade, sexo, atividades, estado civil, hábitos alimentares);
- ✓ Condições climáticas da localidade ou região;
- ✓ Disponibilidades de equipamentos;
- ✓ Disponibilidade de produtos (matéria prima)
- ✓ Custo da matéria prima
- ✓ Disponibilidade de mão de obra entre outros.

(ZANELLA, 2007, P. 163).

## 5. Serviço.

O serviço, parte integrante do conceito de produto, pode ser entendido, em uma contribuição de Kotler, como “qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico”. As atividades hoteleiras estão perfeitamente inseridas nesse conceito. O hotel é, pois, uma empresa prestadora de serviços: serviços de hospitalidade, que podem ou não ser acompanhados de bens (CASTELLI, 2006, P. 170).

De acordo com Power e Barrows (2004, p. 408), [...] são todas as ações e reações que os clientes percebem que compraram. Em hospitalidade, o serviço é desempenhado ao hóspede por pessoas ou (menos freqüentemente) por sistemas, como o check-out operando através de uma tela de televisão do hotel. A ênfase em nossa definição está na experiência total do hóspede. De fato, de seu ponto de vista, serviço é o desempenho da organização e de seus funcionários.

## 6. Metodologia

Com objetivo de saber as diferenças e semelhanças, na elaboração dos cardápios, nos serviços de alimentos e bebidas assim como os impactos causados aos clientes do SPA pelos aromas e o visual de outros pontos gastronômicos do hotel fez-se necessário a elaboração de um questionário o qual foi enviado para varias empresas dos seguintes segmentos: SPAs, Hotéis e Hospitais, os segmentos Hotéis e SPAs o trabalho de pesquisa foi realizado em diversas localidades tais como: Praia do Forte-BA, Maragogi e Maceió-AL, Guarujá-SP, Foz-do-Iguaçu-PR, Florianópolis-SC e Puerto Iguazu na Argentina. O motivo das diversas localidades se deu em virtude de serem estes os locais por onde estão os Resorts. Os questionários relacionados aos Hospitais e SPAs, foram direcionados para as nutricionistas e dos hotéis para a gerência responsável pelo setor de Alimentos e Bebidas. A pesquisa foi desenvolvida utilizando-se de metodologia exploratória e qualitativa, além de investigação de natureza bibliográfica e da análise de conteúdo. Para esta metodologia (análise de conteúdo) buscou-se embasamento em Laurence Bardin (1997, p. 45) a qual afirma que a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça [...].

### Análise dos Resultados.

#### Questionário para SPA (sujeito 01)

- 1- Como são elaborados os cardápios do SPA?
- 2- Quais são os principais critérios adotados na elaboração dos cardápios do SPA?
- 3- Qual a semelhança dos cardápios do SPA, com os cardápios do hotel?
- 4- Qual a semelhança do serviço de alimentos e bebidas do SPA com o serviço de alimentos e bebidas do hotel?

### Respostas

#### Questão 01 (Sujeito 01).

*Observa-se que de acordo com a pesquisa existem dois tipos de SPAs, o primeiro que está direcionado para um determinado público específico, público este que vai a este estabelecimento em busca de melhorias de saúde e qualidade de vida como emagrecimento, desintoxicação, stress, entre outras. Neste caso os cardápios são elaborados visando atender as especificidades de cada cliente ou grupo respeitando os valores calóricos e as devidas restrições de acordo com procedimentos médicos e nutricionais.*

*E o segundo que são empreendimentos hoteleiros que possuem SPA, entretanto apesar de estruturas muito bem equipadas e preparadas, não exercem as atividades dos SPAs saúde, neste caso as atividades são livres e o cliente escolhe de acordo com as suas preferências e o serviço é cobrado conforme escolha e debitado em conta como qualquer outro consumo. Os serviços mais solicitados entre outros são: relaxamento, banhos, tratamentos faciais, etc. No tocante aos cardápios estes seguem a programação normal do Resort uma vez que estes hóspedes não estão no hotel exclusivo para o SPA.*

#### Questão 02 (sujeito 01)

*Os critérios para a elaboração dos cardápios para os SPAs que trabalham com o quesito saúde, estão diretamente ligados as especificidades de cada cliente ou grupo determinado pelo setor médico e nutrição.*

**Questão 02 para a segunda opção de SPA, ou seja, Resort com SPA.**

*Os critérios estão diretamente ligados aos cuidados com a compra da matéria prima, sazonalidade, higiene na manipulação dos alimentos assim como o padrão dos estabelecimentos, clientela e tipologia de cada restaurante existente dentro do hotel.*

**Questão 03 (sujeito 01)**

*A semelhança dos cardápios do SPAs, com os do hotel está relacionada com os cuidados que os profissionais têm desde escolha dos fornecedores perpassando pelo recebimento das mercadorias adentrando pela higiene e manipulação, as preparações culinárias até chegar à mesa do cliente que seja hóspede do SPA, que seja outro hóspede que não esteja utilizando das atividades do SPAs.*

**Questão 04 (sujeito 01)**

*A semelhança dos serviços tanto para o SPA, como para o Hotel, é a preocupação com a qualidade de atendimento, respeito pelo cliente qualidade dos alimentos servidos, estruturas e satisfazer as os desejos e as expectativas dos hóspedes.*

**Questionário para hospitais (Sujeito 02)**

**1) Em sua opinião quais são as semelhanças entre a hospedagem de um HOSPITAL e a HOSPEDAGEM de um HOTEL?**

**2) Quais são critérios para elaborar um cardápio de HOSPITAL?**

**3) Qual a semelhança com o Cardápio de um HOTEL para um cardápio de HOSPITAL?**

**Respostas**

**Questão 01 (Sujeito 02).**

*A semelhança é bastante notória uma vez que ambos os seguimentos hospeda pessoas, hotel recebe hóspedes que vão a este tipo de empreendimento em busca de lazer, negocio, entre outros. No caso do hospital recebe hóspede que estão em busca de tratamento e outros que estão de acompanhantes, nos dois segmentos têm atividades bastante semelhantes tais como: lavanderia, serviço de limpeza constante, arrumação de quartos, serviço de refeições, serviço de room service, TV, Ar refrigerado nos quartos, além do que os dois trabalham na expectativa de satisfazer as necessidades dos hóspedes que seja ele de saúde ou de lazer.*

**Questão 02 (sujeito02)**

*Os principais critérios estão diretamente ligados as especificidades dos pacientes, como se trata de pessoas com as mais diversas restrições alimentares é de suma importância que o profissional (a) (Nutricionista) tenha pleno conhecimento das restrições de cada um e a partir*



*daí se elabora o cardápio. Na cozinha dietética os cardápios devem ser elaborados de acordo com as restrições de alguns alimentos, exemplo: (Dieta Hipossódica: com restrição de Sódio ou Dieta para Diabetes: com restrição de carboidratos), mas também nos preocupamos com a aparência e combinação das cores na hora de servir, afinal, comida de hospital tem uma fama péssima. A segunda parte é a cozinha livre onde são preparados os alimentos para os acompanhantes e pacientes com alimentação sem restrição. Nos dois casos, existe a preocupação em ofertar ao cliente uma dieta saudável, balanceada nutricionalmente, com aparência e sabores agradáveis.*

### **Questão 03 (sujeito 02)**

*No cardápio de um hotel a preocupação é em ofertar preparações saborosas e com excelente apresentação, entretanto em ambos os casos não se pode deixar de citar a semelhança no quesito, preocupação com as compras adequadas, forma de manuseio, higiene e manipulação dos alimentos, custos, apresentação dos pratos, utensílios, mão de obra especializada entre outros.*

*O padrão do empreendimento é que vai determinar quantos restaurantes terão e quais vão ser as devidas tipologias, e a partir deste planejamento definem-se as elaborações dos cardápios assim como os tipos de serviços gastronômicos que serão ofertados. Os padrões de atendimento não são diferentes dos tradicionais restaurantes que estão fora dos empreendimentos hoteleiros*

### **Conclusão**

De acordo com pesquisa in loco e bibliográfica, percebe-se que as semelhanças são perceptíveis em todos os segmentos uma vez que se trata de meios de hospedagem. Com relação aos critérios para a confecção dos cardápios eles são praticamente idênticos, já que se trata de serviço de alimentação e como tal, exige de todas as empresas cuidados especiais que vão desde a escolha do fornecedor até a mesa do cliente. No que se refere aos serviços, existem semelhanças e diferenças em todos os segmentos pesquisados a depender do tipo de empreendimento. Entretanto mostram que atender bem é uma preocupação que deve prevalecer para todos. O bom atendimento, a qualidade dos alimentos e bebidas, a educação dos funcionários isso independe. O objetivo é satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes. Um dado que se pode levar em consideração é o fator cruzamento de cardápios, dos hospitais, por exemplo, apesar de ter clientes com especificidades diferentes, as nutricionistas responsáveis pela elaboração têm condição de elaborar pratos utilizando parte da matéria-prima tanto dos cardápios dos pacientes como dos acompanhantes, isso minimiza custos e facilita a operação no setor de produção. O mesmo pode acontecer nos Resorts embora o cruzamento possa ser feito pensando mais nas diversidades dos cardápios do que no cliente propriamente dito.

## REFERÊNCIAS:

ALDRIGUI, Mariana – **Meios de hospedagem** – São Paulo: Aleph, 2007. – (coleção ABC do turismo)

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977

BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes. Passaporte para o sabor: tecnologia para elaboração de cardápios . – São Paulo : Editora Senac São Paulo, 2000.

CASTELLI, Geraldo. **Gestão hoteleira**. - São Paulo : Saraiva, 2006.

GODOI, Adalto Feliz de – **Hotelaria Hospitalar e humanização no atendimento em hospitais : pensando e fazendo** – São Paulo : Ícone, 2004.

<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v9n16/09.pdf> - acesso em 16 de maio de 2011.

MINISTERIO DA SAUDE – Departamento Nacional de Saúde divisão de Organização Hospitalar. Rio de Janeiro, 1944 reedição 1965.

POWERS, Tom e BARROWS, Clayton W.- **Administração no setor de hospitalidade: turismo, hotelaria, restaurante**; tradução Airton Bomfim Brandão. – São Paulo : Atlas, 2004.

SOARES, G. Luana Mayara et al. SPA BUTTERFLY : Projeto piloto destinado ao segmento de necessidades especiais. UNIVALI – Vale do Itajaí : SC, 2005.

TEICHMANN, Ione Mendes. **Cardápios – técnicas e criatividade**. 5.ed . Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

WALKER, John R. **O Restaurante: conceito e operação** / John R. Walker e Donald E. Lundberg. Trad. Sônia Kahl. 3. Ed. – Poro Alegre: Bookman, 2003.

ZANELLA, Luiz Carlos. Instalação e administração de restaurante. –São Paulo : Editora Metha, 2007.

## HOSPEDAGEM DOMICILIAR: OPÇÃO DE HOSPEDAGEM EM PERÍODOS DE GRANDE FLUXO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE VIÇOSA DO CEARÁ

M. C. Bastos<sup>1</sup> e K. C. N<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza  
moesiojr\_costa@hotmail.com – mota.keila@yahoo.com.br

### RESUMO

A presente pesquisa abordou a hotelaria de Viçosa do Ceará, com foco nas hospedagens domiciliares. Objetivou-se identificar e analisar a atividade de hospedagem domiciliar e sua estrutura no município de Viçosa do Ceará, como opção de meio de hospedagem para o Festival Mel, Chorinho e Cachaça, em 2010. Buscou também, identificar o perfil dos proprietários das hospedagens domiciliares e dos visitantes que procuraram este modelo de hospedagem no município, durante realização desse evento e analisar as condições de infra-estrutura e serviços deste modelo de hospedagem no município de Viçosa do Ceará. Como hipótese deste estudo, acreditou-se que o serviço de café da manhã seja ofertado por todas as hospedagens pesquisadas e que a estrutura dos domicílios atendeu a padronização de acordo com a tipologia Cama e Café além de ter atendidos as determinações dos consultores do Sebrae/CE, conforme consultoria elaborada no período que antecedeu o evento Festival Mel, Chorinho e Cachaça, em 2010. Referindo-se ao perfil dos anfitriões acreditou-se que os questionados seriam jovens naturais do próprio município, com baixo nível de escolaridade. Esta pesquisa foi realizada a fim de proporcionar, principalmente, uma fonte de divulgação desse modelo de hospedagem para conhecimento do campo acadêmico e de todos os interessados. Como metodologia, utilizou-se de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, onde, foi proposto aos donos dessas hospedagens domiciliares um questionário, aplicado em novembro de 2010. Dentre os resultados obtidos, a estrutura das hospedagens domiciliares do município de Viçosa do Ceará, não estava atendendo às estruturas e serviços enumerados de acordo com a cartilha de orientações da matriz classificação da tipologia Cama e Café, conforme o Ministério do Turismo, 2010 regulamentou. Referente ao perfil dos anfitriões das hospedagens domiciliares são, em sua maioria, senhoras, naturais de Viçosa do Ceará, com nível de escolaridade de segundo grau completo. Sobre o perfil de seus visitantes, conforme indagados no questionário, os anfitriões informaram que os mesmos procuraram a hospedagem em grupos de família e casais, principalmente, com boas condições financeiras, aparentando ter uma faixa etária entre trinta e cinco a cinquenta anos, em sua maioria, vinham da região metropolitana de Fortaleza e cidades como Sobral e Juazeiro do Norte, e, também de estados vizinhos, principalmente do Piauí, estado mais próximo de Viçosa.

**Palavras-Chave:** Hospedagem Domiciliar. Cama e Café. Festival Mel Chorinho e Cachaça. Hotelaria.

## 1. INTRODUÇÃO

O Turismo insere-se, no começo do século XXI, como um dos maiores impulsionadores da economia de várias cidades, tornando-se uma das atividades mais expressivas e rentáveis. Quando difundido de maneira sustentável, visa à proteção e manutenção do patrimônio cultural e natural de cada localidade. Com a evolução do turismo, surgem então as necessidades de um planejamento específico que possa fidelizar e alcançar uma demanda maior para o destino, principalmente tratando-se de lugares afastados de grandes centros urbanos, como ocorre em Viçosa do Ceará.

Esta pesquisa tratou sobre as hospedagens domiciliares, oferecidas no período de realização de grandes eventos no município de Viçosa do Ceará, busca-se na oferta deste equipamento de hospedagem diversificar e ampliar a hotelaria local, quando os empreendimentos hoteleiros não são suficientes para atender à demanda existente. Este município possui somente cinco equipamentos hoteleiros, totalizando um número de 226 leitos e 74 unidades habitacionais, número este informado por hotéis e pousadas existentes no município durante levantamento desta oferta hoteleira em 2010 pelo pesquisador e constatado em consulta ao site da Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR).

Especificamente, é partindo desta delimitação, de hospedagem domiciliar como opção de hospedagem para grandes fluxos turísticos na cidade de Viçosa do Ceará, que se pode ter um melhor enfoque norteador da pesquisa. É com a observação de um determinado período, o evento Festival de Mel, Chorinho e Cachaça, de 2010, que se partiu para o estudo da atividade de hospedagem domiciliar.

Visa-se, com este estudo, a responder às seguintes indagações: que condições são encontradas nas hospedagens domiciliares, ou seja, serviços e infraestrutura das casas dos moradores que ofertam este meio de hospedagem, para melhor acolhimento dos visitantes e quais são os perfis dos anfitriões, das hospedagens domiciliares e dos visitantes que se hospedaram no período que foi realizado o Festival Mel, Chorinho e Cachaça, em 2010?

A hipótese que se acredita é que todos os donos desses domicílios ofertam serviços que contemplam a atividade hoteleira da tipologia Cama e Café, tais como café da manhã, com itens diversos e informações turísticas sobre sua cidade. Em relação à infraestrutura, acredita-se que a maioria dos entrevistados mostre que cumpriu com as determinações diagnosticadas pelos consultores do SEBRAE/CE, e que também atenderam aos requisitos básicos da cartilha da matriz de classificação da tipologia Cama e Café.

É posto também como hipótese que seus anfitriões sejam jovens naturais de Viçosa do Ceará, com baixo nível de escolaridade, e que esta tipologia de hospedagem em Viçosa do Ceará atendeu, principalmente, aos turistas do próprio estado, originados da região metropolitana de Fortaleza e de estados vizinhos, como Piauí. A maioria desses turistas viajam em grupos de jovens ou em famílias e, principalmente, casais com a faixa etária de 35 a 50 anos.

A pesquisa teve como objetivo geral identificar e analisar a atividade de hospedagem domiciliar e sua estrutura no município de Viçosa do Ceará como opção de meio de hospedagem para o Festival Mel, Chorinho e Cachaça, em 2010. Teve também os seguintes objetivos específicos: Identificar o perfil dos proprietários das hospedagens domiciliares e dos visitantes que buscam tal oferta de hospedagem no município de Viçosa do Ceará, durante realização do evento, no ano de 2010 e analisar as condições de infraestrutura e serviços das pousadas domiciliares do município de Viçosa do Ceará.

A metodologia do trabalho buscou, através de pesquisa bibliográfica, uma literatura publicada em livros, monografias e artigos científicos, sendo iniciada em análise anterior à pesquisa, possibilitando, antes o levantamento de dados, revisão da literatura e definição do marco teórico. Logo após, foi realizada a pesquisa de campo no município de Viçosa do Ceará, através de aplicação de questionário aos proprietários das residências que ofertam a hospedagem domiciliar. Foram abordados quinze participantes para aplicação deste trabalho, a fim de avaliar aspectos relativos ao perfil dos donos das casas que ofertam tal serviço, esclarecimentos inerentes ao domicílio, como os serviços e

estruturas disponibilizados e, por fim, o perfil do hóspede sob o olhar do anfitrião no período de realização do Festival Mel, Chorinho e Cachaça 2010.

A elaboração do questionário aplicado aos donos dos domicílios baseou-se na cartilha de orientações da matriz de classificação hoteleira, do tipo Cama e Café, e nas informações cedidas pelo SEBRAE/CE, na consultoria prestada pela empresa TREINARTE que diagnosticaram 18 hospedagens domiciliares, no período que antecedeu o Festival Mel, Chorinho e Cachaça, em 2010, que seriam ofertadas neste evento.

## **2. HOSPITALIDADE E A MATRIZ DE CLASSIFICAÇÃO DO TIPO CAMA E CAFÉ.**

### **2.1 Hospitalidade**

A Hospitalidade é a arte de bem receber e de se relacionar com as pessoas de maneira afetiva ou mais amistosa, tornando-se uma necessidade entre civilizações para o convívio humano.

Como afirma Cruz e Borges (2006), um dos fatores mais importantes para a existência do turismo está relacionado com a hospitalidade. Este setor tem papel fundamental no sistema turístico, uma vez que viabiliza a permanência dos turistas na localidade visitada, seja a lazer ou a negócios, atendendo às suas necessidades e permitindo a expansão da atividade turística.

Ao longo do tempo, a hotelaria assumiu características e finalidades distintas, como a hospitalidade (que é nato de quem pratica o oferecimento de serviços) e o bem receber que é indispensável para a atividade turística. Bem mais que o simples oferecimento de uma boa acolhida, o termo hospitalidade, toma proporções acima do que seja somente o tratar bem o visitante, pois estabelece um vínculo mais afetivo e que pode resultar na satisfação do turista com a localidade.

### **2.2 Regulamentação Hoteleira no Brasil**

Sendo um dos equipamentos essenciais na composição do turismo, a hotelaria segue em expansão e abrangência contínua. Isto é percebido na formação e instalação de grandes redes hoteleiras nacionais e internacionais, no desenvolvimento de um maior número de pequenos e médios empreendimentos hoteleiros, na segmentação que atende os anseios das mais variadas demandas e, por fim, na consolidação de suas leis regulamentadoras.

De acordo com Chon e Sparrowe (2003), em virtude das constantes mudanças, pode ser difícil para um hóspede estar atualizado em relação a quem oferece o que e onde. A necessidade de classificar hotéis surgiu quando um começou a se diferenciar do outro de tal modo que diferentes hotéis passaram a atrair diferentes grupos de pessoas.

Seguindo a pluralidade do turismo brasileiro devido a sua imensidão e às suas grandes diferenças regional, existe uma peculiar diversidade de empreendimentos hoteleiros no país, que, por sua vez, possuem características distintas umas das outras, todas elas adequadas às condições de cada local e atendendo aos anseios de seu mercado potencial. Entendendo esta disparidade entre as regiões do país, entidades do setor (como o Ministério do Turismo e Inmetro) e o meio interessado visualizaram oferecer uma padronização para o mercado e um referencial para os meios de hospedagem para melhor comunicação aos visitantes.

Com a formulação da nova matriz hoteleira, foi aberto espaço para a heterogeneidade dos empreendimentos hoteleiros do Brasil, vários tipos de hospedagens, como o Cama e Café (tipologia utilizada como referencia para a pesquisa, por se tratar do tipo de hospedagem que mais as hospedagens domiciliares poderiam se adequar, para sua regulamentação), mas seguindo a categoria de estrelas, porem adequadas a suas pretensões e mercado potencial, pois não se pode comparar um hotel

5 estrelas de uma outra tipologia de mesma qualificação de estrelas, por se tratar de empreendimentos diferentes..

### 2.3 Hospedagem Domiciliar, regulamentado por Cama e Café

Quando a hospedagem domiciliar foi criada, na Europa ocidental, talvez seus precursores não imaginassem que o *bed and breakfast* tomaria a proporção que possui hoje. Consolidado em vários países, em 2011, no Brasil, esta tipologia ganhou nova denominação, passando a ser Cama e Café. Com disponibilidade de unidades habitacionais reduzidas, quando comparadas às outras tipologias de hospedagem, esta atividade hoteleira tem como ponto positivo a sua mínima adequação da estrutura de hospedagem, ou seja, não requerem grandes investimentos para adequar-se às normas preestabelecidas na nova matriz de classificação, não necessitam de vasta mão-de-obra profissional qualificada e são administradas pelos próprios anfitriões.

De acordo com o Ministério de Turismo (2010), Cama e café é definido como: meio de hospedagem oferecido em residências, com no máximo três unidades habitacionais, para uso turístico, em que o dono more no local, com café da manhã e serviço de limpeza, podendo ter oferecimento ou não de banheiro privativo.

Além de promover uma inclusão da comunidade local na atividade turística, este meio de hospedagem, de forma facilitadora, procura auxiliar a hotelaria de cidades que possuem uma quantidade reduzida de equipamentos hoteleiros. Então, quando esta idéia alcança grandes dimensões e isto se populariza e é compreendida pela comunidade e difundida pela mesma, o resultado fica notório, desde que não seja excedida a capacidade de carga do local, havendo um menor custo e minimizando a criação de novas edificações e, por conseguinte, auxiliando na sustentabilidade da localidade.

## 1. RESULTADOS OBTIDOS

Conforme a pesquisa de campo, que, foi evidenciada na aplicação do questionário aos anfitriões das hospedagens domiciliares, verificou-se um perfil identificado, em sua maioria, 60% dos proprietários situam-se numa faixa etária considerada adulta, embora, haja o envolvimento de jovens. A maioria dos anfitriões são senhoras viçosenses que possuem idade entre cinquenta e sessenta e cinco anos. Quanto à naturalidade dos anfitriões, 87% dos entrevistados são naturais de Viçosa do Ceará e quanto ao gênero dos proprietários dos domicílios que ofertam tal hospedagem, 80% são do sexo feminino;

Analisando os resultados do nível de escolaridade dos responsáveis pelas hospedagens domiciliares em Viçosa do Ceará, a grande maioria, representada por 67% dos entrevistados, possui Ensino Médio completo, e isso é bom, pois abre a oportunidade para esforços na capacitação continuada dessas pessoas voltadas ao atendimento ao cliente, desenvolvimento empreendedor e gerenciamento de suas hospedagens.

Quando analisados os dados socioeconômicos dos anfitriões, identificou-se um perfil bastante diferenciado, 33% tinham uma renda mensal de pelo menos R\$ 600,00; 47% possuíam renda entre R\$ 600,00 e R\$1.000,00; 13% de R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00; e menos de 1% acima de 3.000,00. Ou seja, esta atividade hoteleira de hospedagem domiciliar, difundida em Viçosa do Ceará, atingiu vários níveis de classes, de acordo com os dados evidenciados acima. Isso é muito interessante, além de bastante positivo para o município, pois sua economia é movimentada, tornando-se também algo proveitoso para os visitantes que podem optar por um modelo de hospedagem que possui domicílios e valores diversificados.

No que se refere à estrutura dos domicílios, segundo relato de grande parcela dos entrevistados, foram realizadas reformas para o melhor acolhimento de seus hóspedes. Esses domicílios têm, no máximo, dez anos de sua construção ou última reforma o que é muito bom, pois a vida útil desses imóveis está relativamente nova.

Quanto ao questionamento da tipologia dos imóveis, os anfitriões informaram que 60% são casas planas, 20% apartamentos e os outros 20% casas duplex, ou seja, somando os valores dos dois últimos tipos de domicílio, a estrutura de 40% dos imóveis impossibilita o acesso facilitado para deficientes físicos, constatando uma limitação para possíveis turistas com alguma limitação física, crianças e idosos que possam vir a se hospedar nesses imóveis. O que se pode verificar é que este detalhe é observado também em algumas casas. Por isso, sugere-se então a implantação de, pelo menos, corrimãos e rampas em calçadas, banheiros e áreas comuns, para gerar o mínimo de conforto para esse segmento de público que cresce cada vez mais e se torna bem mais exigente em se tratando de seus direitos adquiridos. Esta implantação sugerida seria essencial não somente para a acolhida de deficientes físicos, como crianças e idosos. O que poderá também ser proposto aos anfitriões são treinamentos para saber como se portar e atender às necessidades dessas pessoas que tenham alguma deficiência seja físico ou mental.

Do percentual sobre o serviço de oferta de informações turísticas, 60% dos entrevistados responderam positivamente à indagação a respeito da disponibilidade, mesmo que no amadorismo, para fazer o serviço de guiamento ou acompanhamento em visitas aos pontos turísticos.

Referente ao diagnóstico elaborado pela consultoria prestada pelo SEBRAE/CE constatou-se que 80% dos entrevistados participaram da mesma no período que antecedeu o evento Festival Mel, Chorinho e Cachaça 2010. Todos os entrevistados indagados informalmente sobre a prestação deste serviço sentiram-se bem auxiliados com a realização desta consultoria. Isso demonstra que os anfitriões, estão sim abertos à informação, à capacitação e aos treinamentos, o que pode ser feito de maneira ordenada, dependendo do grau de necessidade verificado. Tudo isso poderá ser feito em parceria com entidades como SEBRAE, SENAC entre outros.

A seguir, estabeleceram-se, em âmbito geral, nove pontos a serem trabalhados e as oportunidades que poderão ser utilizadas a cada item visto que necessitaria esforços na atividade de hospedagem domiciliar em Viçosa do Ceará:

Pontos a serem trabalhados	Oportunidades a serem desenvolvidas
Falta de conjunto entre os Anfitriões	⇒ Formação de um agrupamento ou associação para representação dos interesses de todos os anfitriões.
Não gerenciamento das hospedagens	⇒ Treinamentos e capacitações voltadas aos métodos de gerenciamento e serviços hoteleiros
Falta de padronização dos domicílios	⇒ Adequação dos domicílios à nova matriz de classificação da tipologia Cama e Café
Falta de informações nos meios de comunicação.	⇒ Promoção e marketing ativo, possibilitando uma maior divulgação das casas para aumento da demanda.
Acesso impossibilitado aos portadores de deficiência física.	⇒ Adequação dos domicílios, propondo viabilizar a estadia de portadores de deficiência física.
Não oferecimento de café da manhã por parte dos anfitriões	⇒ Viabilizar refeição diária ao hóspede, café da manhã, oferecendo alimentação baseada na cultura local.

Não acompanhamento dos hóspedes, o anfitrião apenas aluga o domicílio.	⇒	Recepcionar e hospedar o visitante em seu domicílio, sem sair do mesmo, propondo maior segurança e comodidade.
Falta de informações turísticas sobre a cidade e pontos turísticos	⇒	Oferecimento de informações turísticas e, até mesmo, elaboração de roteiros turísticos da cidade.
Sem relacionamento com os pontos turísticos e equipamentos turísticos da cidade	⇒	Conexão e envolvimento com empreendimentos turísticos e iniciação de guiamento, como serviço, nos pontos históricos, culturais, naturais e pitorescos da cidade.

Figura 01: Quadro de pontos a serem trabalhados e oportunidades a serem desenvolvidas para as hospedagens domiciliares em Viçosa do Ceará.

Fonte: Pesquisa Direta, 2010

Vale ressaltar que todas essas ações são visualizadas como necessárias, porém a urgência em executá-las deverá ser definida em comum acordo com os proprietários dos domicílios, órgãos competentes e a comunidade.

Para melhor entendimento, enumeraram-se alguns requisitos expostos na cartilha de orientação da matriz de classificação do modelo de hospedagem que mais se adequam às hospedagens domiciliares de Viçosa do Ceará, Cama e Café, conforme sua padronização. Com os itens selecionados, buscou-se retratar se o mesmo atende, atende em parte ou não atende aos requisitos de conformidades exigidos pela regulamentação imposta para a tipologia em questão, demonstrados no quadro a seguir.

<b>1. INFRAESTRUTURA</b>	
Requisitos	<b>ATENDE</b>
<b>1.1 Áreas Comuns</b>	
Área útil da UH, exceto banheiro com 8 m <sup>2</sup>	EM PARTE
Climatização (refrigeração / ventilação / calefação) adequada nas áreas sociais	EM PARTE
Estado de conservação e manutenção dos equipamentos e do mobiliário em boas condições.	SIM
Estado de conservação e manutenção das instalações e da construção em boas condições.	SIM
<b>1.2 Unidades Habitacionais</b>	
Roupa de cama e banho e colchoaria em bom estado de conservação	EM PARTE
Armário, <i>closet</i> ou local específico para a guarda de roupas em 100% das UH.	SIM
Cama solteira com mínimo de 0,80 x 1,90; ou cama casal com mínimo de 1,40 x 1,90.	SIM
Cesta de lixo em 100% dos quartos	EM PARTE
Banheiro Compartilhado	SIM
Sabonete e uma toalha de banho por hóspede	EM PARTE
Cesta de lixo em 100% dos banheiros	SIM
Lavatório com espelho	SIM
Suporte ou apoio para produtos de banho no Box.	SIM
<b>1.3 Alimentos &amp; Bebidas (A&amp;B)</b>	
Café da manhã básico (café, leite, achocolatado em pó, chá, 01 fruta, manteiga/margarina, pão, geléia, açúcar e adoçante)	EM PARTE



<b>2. SERVIÇOS</b>	
Requisitos	<b>ATENDE</b>
O anfitrião deve ser acessível por telefone durante 24 horas	SIM
Serviço para guarda dos valores dos hóspedes	EM PARTE
Informações e folhetos turísticos	NÃO
Limpeza diária	EM PARTE
Troca de roupas de cama a cada 3 dias	EM PARTE
Serviço de alimentação disponível para café da manhã	EM PARTE
Regras da casa por escrito no quarto	EM PARTE
Monitoramento das expectativas e impressões dos hóspedes em relação aos serviços ofertados, incluindo pesquisas de opinião, espaço para reclamações e meios para solucioná-las	NÃO
<b>3. SUSTENTABILIDADE</b>	
Requisitos	<b>ATENDE</b>
Ações contínuas para redução do consumo de energia elétrica	NÃO
Ações contínuas para redução do consumo de água	NÃO
Ações contínuas para redução, separação e coleta seletiva dos resíduos. Os resíduos Separados devem ser destinados à reciclagem, quando apropriado.	NÃO
Ações contínuas de treinamento	SIM
Ações contínuas de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade	NÃO
Ações contínuas para valorizar a cultura local	EM PARTE

Figura 02: Quadro de requisitos seccionados da matriz de classificação Cama e Café, adequados a hospedagens domiciliares de Viçosa do Ceará

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

A análise acima contém 28 itens selecionados, vistos como essenciais para a formação de uma hospedagem domiciliar padronizada aos moldes da tipologia Cama e Café. Regulamentação que poderá ser proposta aos pesquisados. De acordo com a análise desses domicílios, verificou-se que: 35% dos itens foram atendidos positivamente, observados principalmente nos requisitos voltados à estrutura de cada recinto; 44% dos itens atenderam em parte, visualizados em grande quantidade nos requisitos voltados aos serviços; e 21% atenderam negativamente, conforme verificado nesta pesquisa, observado, principalmente, os requisitos voltados à sustentabilidade.

Para padronização desses domicílios, sugere-se, então, realizar esforços em requisitos, principalmente voltados aos serviços e à sustentabilidade, entretanto não negligenciando o aperfeiçoamento da estrutura de cada recinto. Devido a não padronização dos domicílios dessas hospedagens, a formalização desses empreendimentos fica cada vez mais difícil, pois, para assegurar o fortalecimento desta cadeia de hospedagem em Viçosa, são necessárias ações que melhorem as fragilidades e promovam as potencialidades dos domicílios, conforme o quadro exposto anteriormente, buscando a regularização de acordo com a matriz de classificação da tipologia Cama e Café, pois é a que mais se adequou a essa realidade.

Então, sob o olhar dos proprietários das hospedagens domiciliares, buscou-se identificar o perfil desses visitantes no período do Festival Mel, Chorinho e Cachaça 2010, e os mesmos não se diferenciam do público do evento, 60% são casais. Quanto ao seu lugar de origem, 59% são pertencentes a Fortaleza e sua região Metropolitana e 23% de outros estados, como Piauí, e, por último, 18% oriundos de cidades do interior cearense. A faixa etária dos visitantes situa-se em 60% entre trinta e cinco e cinquenta anos de idade, conforme percepção dos anfitriões.

O que se percebeu é que grande parte dos entrevistados não solicitaram as informações básicas de seus hóspedes, método bastante comum na hotelaria, conhecido como *check-in*, então as informações colhidas com os donos das hospedagens domiciliares sobre esses visitantes foi de maneira intuitiva. O que se sugere é a criação de formulário básico para que haja melhor conhecimento e acompanhamento de cada hóspede instalado nesses domicílios. Todos esses dados são válidos para melhor aproveitamento e desenvolvimento de uma segmentação do produto para melhor adequar-se ao visitante, pelo menos no período que é realizado o evento em questão.

#### 4. CONCLUSÃO

Sob o olhar em Viçosa, a arte do bem receber de seus moradores é evidente e se torna um ponto forte para consolidação do turismo no município. Contudo, a atividade hoteleira é representada por poucos meios de hospedagem, mas perceptível está o sentido hospitaleiro comum de todos, principalmente, vistos os pequenos e médios empreendimentos hoteleiros locais e também em moradores locais, expresso no acolhimento e fornecimento de acolhimento aos visitantes nas hospedagens domiciliares.

O objetivo de identificar e analisar a atividade de hospedagem domiciliar e sua estrutura foi alcançado, porém, vale salientar que alguns pontos nas hospedagens domiciliares, de maneira generalizada, necessitam de melhorias e atenções especiais para o desenvolvimento desta atividade extra hoteleira em Viçosa do Ceará.

Através desta pesquisa, conclui-se que este modelo hoteleiro em Viçosa do Ceará é um grande aliado ao turismo local, fomenta o acolhimento da demanda existente em períodos de grandes eventos no município, movimenta a economia em vários aspectos e inclui a comunidade na atividade turística.

Ao final da pesquisa, se mostram como necessárias a serem propostas: sensibilizar os anfitriões para que permaneçam em seus domicílios, como também incentivá-los a proporcionar o serviço de café da manhã e disponibilizem informações sobre a cidade para seus hóspedes; a formalização e associativismo desses empreendimentos são propostos, pois, auxiliaria no fortalecimento desta cadeia de hospedagem em Viçosa. Outros fatores, como o acesso impossibilitado aos visitantes com deficiência física e o gerenciamento inadequado poderá acarretar algumas dificuldades que provavelmente ocasionarão o não desenvolvimento dessas hospedagens. Todas essas ações são necessárias para que melhorem as fragilidades e promovam as potencialidades de todos os domicílios. Foi identificado que há uma limitação econômica de grande parcela dos proprietários, pensando nisso, propõe-se gerar parcerias com o empresariado local e o auxílio da prefeitura para viabilizar o acesso às linhas crédito e financiamentos com níveis mais baixos para que essas modificações sejam implantadas de forma mais facilitada.

Buscou-se, com esta pesquisa, que esta tipologia de hospedagem se torne uma fonte de informação para todo o campo acadêmico e que seja fonte de estudos futuros sobre esta temática. Além disto, visou-se a evidenciar um modelo de hospedagem que se tornou opção no município, gerando renda e trocas de cultura entre visitados e visitantes, pois quanto mais se é utilizado o turismo como forma de inclusão, mais se é percebido o desenvolvimento da comunidade que se propõe a esta mudança.

## REFERÊNCIAS

- CAMA E CAFÉ. **A rede brasileira de *Bed and Breakfast***. Disponível em: <<http://www.camaecafe.com.br/funciona.php>> - Acessado em 20 de Abril de 2010
- CHON, KYE-SUNG; SPARROWE, RAYMOND T. **HOSPITALIDADE: CONCEITOS E APLICAÇÕES**. SÃO PAULO: PIONEIRA THOMSON LEARNING, 2003.
- CRUZ, Maria Augusta Araujo, e BORGES, Maria Poggi. **Os pequenos Meios de Hospedagem de Águas de São Pedro (SP) e sua importância para o Turismo Local**. Revista Turismo – Visão e Ação – vol. 8 – n. 2 p. 273 – 282 maio/ago. 2006.
- DE SOUSA, Juliana Queiroz. **Sistema *Bed and Breakfast*: Site de Agenciamento de Hospedagem Familiar em Fortaleza**. Fortaleza, 2008. (Dissertação – Graduação em Hotelaria – CEFET/CE)
- LASHLEY, C; MORRISON, A. **Em Busca da Hospitalidade**. Barueri – SP: Manole, 2004.
- MTUR. **Ministério do Turismo**. Disponível em: <<http://www.copa2014.turismo.gov.br/dadosefatos/espacoacademico/glossario/detalhe/C.html>> - Acessado em 21 de junho de 2010.
- MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do Mercado Turístico**. Tradução Andréa Favano. 2.ed. São Paulo: Roca, 2001.
- MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico: Promovendo uma Atividade Sazonal**. Fortaleza: Atlas, 2001.
- YÁZIGI, E. **A pequena hotelaria e o entorno municipal: guia de montagem e administração**. 2.ed., São Paulo:Contexto, 2000.
- SETUR/CE. **Secretaria do Turismo do Estado do Ceará**. Disponível em: <[www.setur.ce.com.br](http://www.setur.ce.com.br)>, 2011. Acessado em 22, fevereiro de 2011.

## GESTÃO DE NEGÓCIOS NO TURISMO COMUNITÁRIO: UMA ANÁLISE DA COMUNIDADE CAETANOS DE CIMA

T. F. Sousa

Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza  
thatianefs@gmail.com

### RESUMO

O presente artigo é fruto de um trabalho de conclusão de curso e tem como tema a gestão de negócios no turismo comunitário em Caetanos de Cima, comunidade litorânea cearense do município de Amontada. Tem-se como objetivo analisar as características da gestão dos empreendimentos turísticos na referida localidade, levando em consideração, dentre outros elementos, os pressupostos gerais do turismo comunitário, o perfil da sua população e as ferramentas utilizadas. Tem-se como metodologia as pesquisas bibliográficas e, principalmente, de campo, que foi desenvolvida através de entrevistas, preenchimento de formulários e registros fotográficos. Os resultados da pesquisa apontam a gestão do turismo comunitário como um fator que limita a promoção desse segmento, pois não está adequada ao cotidiano dos moradores, já que as ferramentas não foram elaboradas pensando na especificidade de cada localidade. Sendo o turismo comunitário um segmento importante no contexto de produção e consumo autodestrutivos, no qual o mundo globalizado nos coloca, são fundamentais estudos capazes de estruturá-lo. Enfim, em Caetanos de Cima, o turismo está em fase de estruturação e representa um importante meio de luta social pela garantia do território, sendo necessários, então, mecanismos de gestão que respeitem a dinâmica local.

**Palavras-chave:** Turismo comunitário. Gestão. Território. Caetanos de Cima.

## 1. INTRODUÇÃO

O sistema de mercado no qual vivemos, o capitalismo, coloca-nos numa lógica do lucro pelo lucro, sem muitas vezes preocupar-se com um aspecto muito importante: a sustentabilidade. Aqui, estamos falando de uma sustentabilidade em um sentido amplo, ambiental, cultural, social e, claro, econômica.

A atividade turística, obviamente, não segue em uma direção oposta. Muitas comunidades são invadidas por grandes empreendimentos, que prometem melhoria de vida, mas que no final das contas, na maioria dos casos, exploram tudo o que o local pode oferecer, inclusive a mão de obra dos moradores, sem interagir e preocupar-se verdadeiramente com o lugar.

O turismo comunitário surge como uma opção que valoriza a vivência mais próxima, entre visitantes e visitados, no sentido de trazer o turista para a realidade dos autóctones. Preocupa-se com o respeito à cultura local, aos espaços, ao ritmo de vida, enfim engloba todos os elementos que garantem a sustentabilidade e o desenvolvimento do turismo responsável.

A problemática que permeou o trabalho é: como os moradores conseguem gerir os negócios turísticos da comunidade, mesmo com dificuldades relacionadas à ausência de conhecimentos teóricos na área ou com ferramentas de controle rudimentares (ou que não se adequam à sua realidade) e dificuldade em formar o preço dos produtos?

A comunidade de Caetanos de Cima localizada-se no Município de Amontada, com aproximadamente 46(quarenta e seis) famílias que vivem integrando pesca, agricultura e turismo e lutando contra as constantes investidas empresariais geradas pela especulação imobiliária.

O objetivo geral foi analisar as características relacionadas à gestão dos negócios turísticos em Caetanos de Cima. Os objetivos específicos que são: identificar os elementos característicos do turismo comunitário; explicar como ocorre a integração econômica entre o turismo e as outras atividades; analisar as ferramentas utilizadas para gerir os empreendimentos turísticos em Caetanos de Cima.

A metodologia do trabalho foi baseada nas pesquisas bibliográfica e, prioritariamente, de campo, partindo do método de abordagem dedutivo. Na pesquisa de campo, realizada em maio de 2011, foram feitas entrevistas, questionários e registro fotográfico. Das 200(duzentas) pessoas que compõem a comunidade, foram entrevistadas 40; tal escolha foi aleatória.

## 2. TURISMO COMUNITÁRIO: CONCEITO, EXPERIÊNCIAS E POLÍTICAS PÚBLICAS

Desde o século XVIII, o capitalismo industrial vem promovendo mudanças profundas que passam do campo econômico e atingem o social. Se antes vivíamos em comunidade, agora, vivemos em sociedade. Isso pressupõe outra estrutura que inclui instituições administrativas, Estado, existência de uma cultura escrita, valorização do individualismo em detrimento do coletivismo, além da exaltação do lucro e do trabalho. O turismo, nesse contexto, aparece como uma atividade típica da sociedade capitalista que possui necessidades específicas de consumo, sendo uma delas o lazer.

Este passa a ser mercadoria e como tal possui uma estratégia mercadológica e tem como objetivo final gerar lucro. O turismo que tem como foco maior a geração de lucros para um grupo cada vez mais reduzido de empreendimentos, sem respeito às localidades e aos residentes, produzido de forma padronizada e em grande escala, é o que se chama aqui de turismo convencional.

Na contramão do turismo convencional está o turismo comunitário que é o fio condutor deste trabalho. Falar de turismo comunitário é falar de uma temática bastante recente, que surgiu em meados dos anos 80, devido a problemáticas contemporâneas, como: desequilíbrio ambiental causado pela exploração inconsequente dos recursos naturais; crescimento do desemprego ou geração

de subempregos; aumento da especulação imobiliária em áreas turísticas, destruição cultural de áreas receptoras; exclusão de moradores das decisões que os afetam. (MALDONADO, 2009, p. 26)

Sampaio, apresenta-nos um panorama de elementos básicos que compõem relações comunitárias.

Resgatando-se valores de cooperação, solidariedade, compromisso com todas as formas de vida, com a justiça e com a paz, é possível encontrar práticas de geração de trabalho e renda que caracterizam outra economia. Estas práticas estão organizadas como experiências coletivas, nas quais os membros comungam a expectativa de melhoria na de qualidade de vida, autonomia, reconhecimento como ser humano, quer dizer, como ser social, bem como satisfazer as necessidades em que para isso tenham que se submeter à lógica utilitarista vigente.” (SAMPAIO *et al*, 2009, p.249)

Ainda sobre as teorias relacionadas ao turismo comunitário, a geógrafa Luzia Neide Coriolano afirma: “o turismo comunitário é aquele em que as comunidades de forma associativa organizam arranjos produtivos locais, possuindo o controle efetivo das terras e das atividades econômicas associadas à exploração do turismo”. (CORIOLANO, 2009, p.282)

O turismo comunitário parece uma opção bastante atraente para localidades que têm potencial turístico e necessitam melhorar a sua qualidade de vida, mas será que bastam esses dois elementos para a existência dessa prática? Não. Segundo Irving (2009, p.54), existem premissas básicas para a existência do turismo de base comunitária, são elas: a iniciativa deve partir da comunidade, mesmo que exista um apoio institucional externo; participação ativa, ou seja, protagonismo da comunidade, desde o planejamento até a avaliação de cada atividade; controle de impactos negativos; geração de benefícios diretos à população local; preservação da cultura; existência de uma relação de troca construtiva entre visitantes e visitados.

De acordo com o que foi aqui discutido, o turismo comunitário aparece como forma alternativa ao modelo atual de exploração turística, onde muitas comunidades são ameaçadas por grandes empreendimentos, que prometem trazer desenvolvimento. Assim, tal modalidade turística não deixa de estar inserida nas lutas sociais ligadas ao uso da terra, à privatização de recursos naturais, como praias ou à manutenção de expressões culturais, dentre outras demandas.

Hoje, as experiências de turismo comunitário só são possíveis devido à organização das comunidades na forma de rede, buscando fortalecer as relações sociais, utilizando o turismo como ferramenta na afirmação de culturas e na geração de renda para indígenas, pescadores, artesãos.

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 99), rede é um modo de organização, constituído de elementos autônomos que, de forma horizontal, cooperam entre si, respeitando princípios de autonomia, horizontalidade, cooperação, democracia e ação concentrada e difusa.

O maior exemplo atual, na América Latina, é a Rede de turismo comunitário da América Latina (REDTURS), formada por comunidades que articulam, desde os anos 90, ações promotoras do turismo responsável.. No que diz respeito ao Brasil, a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL) articula destinos turísticos comunitários nas cinco regiões brasileiras, desde 2003. Já no Ceará, a rede Rede Cearense de Turismo Comunitário (TUCUM), por meio do Instituto Terramar e organizações não-governamentais estrangeiras, aglutina comunidades da zona costeira cearense.

Quanto às políticas públicas do turismo, no Brasil, elas são recentes. O próprio Ministério do Turismo só foi criado em 2003, até então as iniciativas governamentais ligadas a esse setor estavam relacionadas com órgãos diversos. Até 1966, quando foi criada a Empresa Brasileira de Turismo

(EMBRATUR) as políticas públicas na área inexistiam. No entanto, a partir daí iniciativas de fomento, mesmo que timidamente, começaram a ocorrer.

Nos anos 90, com a criação de políticas públicas, como o Plano Nacional de Turismo (PLANTUR) e o Programa de ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), são realizadas as primeiras investidas mais expressivas.

Já em 2007, segundo o Ministério do turismo (2009, p. 410), tem-se a primeira sinalização de que o turismo começa a ser observado de maneira mais profunda, crítica. O lançamento do “Plano Nacional de Turismo: uma viagem de inclusão” já indica, pelo próprio subtítulo, as novas premissas que orientarão o turismo brasileiro.

Em 04 de junho de 2008, o Ministério do Turismo publica o edital de seleção de projetos de turismo de base comunitária. De acordo com o edital, foram selecionados projetos de apoio à realização de atividades nas cinco linhas temáticas: produção associada ao turismo; qualificação profissional; planejamento estratégico e organização comunitária; promoção e comercialização; e fomento às práticas de economia solidária.

Enfim, as políticas públicas específicas para o turismo comunitário estão em fase inicial de estruturação, acredita-se que a tendência é fomentar cada vez mais essas iniciativas, para diversificar a oferta turística, promover uma nova consciência pública em relação ao turismo responsável e sedimentar investimentos ligados ao setor.

### **3. UM PANORAMA DE CAETANOS DE CIMA**

A comunidade Caetanos de Cima localiza-se no município de Amontada, litoral oeste cearense, aproximadamente 170 km de Fortaleza, a capital do Estado. Para chegar ao local é preciso ir até a cidade de Itapipoca, de onde é possível seguir viagem em um carro de feira (pau-de-arara), ainda pode-se fazer o trajeto de carro (preferencialmente com tração nas 4 rodas).

Com cerca de 200 moradores, a comunidade Caetanos de Cima organiza-se em torno da Associação de Pequenos Agricultores e Pescadores Assentados no Imóvel Sabiaguaba (APAPIS). O Assentamento Sabiaguaba possui três comunidades assentadas: Caetanos de Cima, Pixaim e Matilha.

De modo geral, pode-se dizer, a partir das pesquisa de campo, que: o número de homens e de mulheres é praticamente igual; a população acima de 40 anos, em sua maioria, não têm o Ensino Fundamental completo; a renda média dos moradores gira em torno dos 2(dois) salários mínimos; 25% da população é composta de jovens; a maioria das famílias têm mais de 4(quatro) filhos; todos trabalham em atividades ligadas a agricultura ou pesca.

Todas essas pessoas procuram aliar o turismo ao cotidiano local sem agredir o ritmo de vida próprio da comunidade. O pressuposto básico para fazer isso é integrar o turismo comunitário às atividades produtivas já existentes na localidade, assim não haverá dependência da atividade turística, mas sim correlação entre as várias fontes de geração de renda.

Na comunidade Caetanos de Cima as principais atividades produtivas são agricultura e pesca, mas o turismo junta-se a elas para complementar e distribuir melhor a renda, formando o que se entende como arranjo socioprodutivo do turismo comunitário

Uma importante fonte de renda para a comunidade é a venda de coco. Em Itapipoca, município próximo a Caetanos de Cima, existe uma fábrica de processamento da água de coco, a Ducoco, pertencente ao empresário e ex-senador Tasso Jereissati. A população rural da região reserva parte de seus quintais para o cultivo de coqueiro e a outra para gêneros de subsistência, são os

chamados quintais produtivos. Por cada coqueiro cultivado é pago um valor ao proprietário, variando de acordo com o tamanho da planta e a sua produtividade.

Nos quintais produtivos são cultivados, além do coco, milho, batata, feijão, jerimum, mandioca dentre outros. A produtividade é consumida pela própria família e o excedente é trocado entre os membros da comunidade ou comercializados em feiras livres que ocorrem semanalmente.

Nos meios de hospedagens de Caetanos de Cima, só são servidos pratos típicos da culinária local: tapioca, água de coco, peixe, bolo de milho, feijão com carne seca, milho assado ou cozido, caldos diversos, sucos de frutas, dentre outros.

Para o preparo desses alimentos é utilizada a mão de obra local e a matéria-prima que vem dos quintais produtivos, assim a renda circula pela localidade, descentralizando os benefícios monetários oriundos do turismo.

O artesanato não é só um aspecto da cultura, representa um segmento das atividades econômicas. Aproveitando sobras de tecidos, conchas do mar, palhas de coqueiro e fibras naturais, os moradores comercializam sua arte e ornamentam espaços, como as unidades habitacionais da pousada Toca dos Grauçás.

Enfim, Caetanos de Cima tem no mar e na terra suas maiores riquezas, estas vão além do valor biológico que representam para a subsistência, superam os limites do corpo, chegam à manifestação mais pura da existência humana: a cultura. A cultura que é expressa nos saberes populares, nas histórias de pescador, nas roupas coloridas e músicas contagiantes. Todo movimento, todo sabor, todo som, todo movimento diz mais sobre esse povo do que eles mesmos podem dizer.

No tocante à estrutura turística, existem três possibilidades de hospedagem: chalé Velejador dos Sonhos, pousada Toca dos Grauçás e hospedagem domiciliar. O chalé Velejador dos Sonhos possui 01 (um) quarto para casal com banheiro, ante-sala e varanda. A pousada Toca dos Grauçás possui 05 (cinco) unidades habitacionais equipadas com 01 (uma) cama de casal, banheiro privativo e espaço para 02 (duas) redes. A hospedagem domiciliar ocorre na casa dos moradores onde há um espaço (apartamento) reservado para o visitante com a estrutura mínima necessária para seu conforto.

Outra importante estrutura é a barraca das mulheres que congrega diversos elementos culturais (culinária, artesanato, música) em um espaço para atendimento e outro para preparo dos alimentos, além de possuir uma maravilhosa vista para o mar. As mulheres são responsáveis tanto pela confecção dos produtos como pela comercialização.

Assim, pode-se concluir que Caetanos de Cima está em fase de estruturação, pois dificuldades de acesso e os conflitos internos (disputas entre os moradores de Caetanos de Cima e Caetanos de Baixo) acabam impedindo o pleno desenvolvimento de iniciativas que poderiam organizar melhor o turismo local, gerando mais distribuição de renda e melhorando a qualidade de vida dos indivíduos.

Sobre a gestão desse tipo de empreendimento, faz-se importante eleger quais as características dos empreendimentos comunitários. Segundo Oliveira (2008, p.158) as principais características são: Autogestão – a comunidade administra seus empreendimentos; Democracia direta – todos participam das decisões que afetam a comunidade; Participação efetiva – todos têm direito de opinar e intervir nas decisões; Ações de cunho educativo – iniciativas que promovam uma educação completa, para além da formação profissional; Cooperação solidária – desenvolvimento de atividades articuladas coletivamente; Distribuição igualitária – todos trabalham, todos ganham; Preservação do meio ambiente; Envolvimento de movimentos sociais;

Divulgação e demonstração de práticas.



Enfim, a comunidade busca aliar todos os recursos humanos e materiais apresentados aqui, para ter no turismo uma forma de ocupação e manutenção do território que desde os anos 80 sofre constantes especulações de investidores interessados na construção de resorts na região.

#### 4. GESTÃO DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS COMUNITÁRIOS

A gestão de qualquer negócio precisa de ferramentas para tornar-se organizada e possível de planejamento. No turismo comunitário isso não é diferente, comunidade Caetanos de Cima, possui um conjunto de meios que colaboram na gestão dos empreendimentos. Esses meios são, basicamente, livro caixa e formulários destinados ao controle da movimentação de capital. Os formulários são: ficha de cadastramento de visitantes, ficha de reservas, mapa de ocupação de apartamentos, ficha de controle de rendimento, ficha de receita, ficha técnica de custos e formulário de avaliação

No livro caixa são anotadas as entradas e saídas em dinheiro, descrevendo para que foi utilizado, já os formulários possibilitam uma análise mais profunda do negócio. Quanto à primeira ferramenta, o livro caixa, registra basicamente os valores monetários relacionados aos serviços oferecidos, que são:

Serviço	Valor (em Reais)
Diária na pousada Toca dos Grauçás com café da manhã incluso (UH com cama casal e local para uma rede)	R\$ 70,00
Almoço ou jantar (por pessoa)	R\$ 15,00
Passeio de carroça (até 4 (quatro) pessoas)	R\$ 30,00
Trilha ecológica ou visitas aos quintais produtivos	R\$ 30,00 (acima de 4 (quatro) pessoas, R\$ 10,00 cada)
CICLO DE CULTURA – 4 horas de atividades culturais (música, dança do coco, contação de histórias, adivinhações, cirandas, dramas, brincadeiras folclóricas)	R\$ 150,00 (mínimo 10 pessoas)
Show com a banda Brilho do Mar	R\$ 200,00 (mínimo 10 pessoas)
Internet	R\$ 2,00 (por hora)

Figura: Serviços turísticos de Caetanos de Cima e valores (em reais).

Fonte: Pesquisa direta, 2011.

Segundo a pesquisa, há um problema sério na gestão dos negócios, no que diz respeito ao relacionamento entre ONG's estrangeiras e as comunidades costeiras cearenses: o marketing. Para estas, o marketing pode ser perigoso, pois atraindo um número elevado de visitantes

para estes locais, desestrutura a cultura e o meio ambiente, já para as ONG's estrangeiras, o marketing do turismo comunitário cearense deve ser feito para atingir um número grande de visitantes.

Para além dessa questão do marketing, há algo muito mais complexo para a gestão do turismo em Caetanos de Cima, que é o controle rotineiro das entradas e saídas de dinheiro, pois existem vários formulários que têm como finalidade servir de ferramenta na gestão dos negócios turísticos locais, no entanto, a maioria deles não é utilizada. Apenas três ferramentas de gestão, das oito apresentadas aqui, são utilizadas em Caetanos de Cima, são elas: livro caixa, ficha de cadastramento de visitantes e formulário de avaliação.

Por meio do livro caixa sabe-se quanto foi o lucro, o custo e o prejuízo dos serviços, pois anualmente as comunidades pagam 10% do lucro à Rede Tucum para a manutenção da estrutura que serve de apoio ao turismo comunitário cearense. A ficha de cadastramento de visitantes e os formulários são meios de aproximação entre comunidade e hóspedes, mesmo depois que estes retornarem ao seu local de origem.

Quanto aos outros formulários, por quais motivos eles não são utilizados? Primeiro, é preciso partir do princípio que o turismo comunitário possui uma dinâmica própria, pois todos colaboram nas diversas funções, ao contrário do turismo convencional, onde há uma estrutura relativamente rígida de cargos e funções.

Então, imagine a seguinte situação: a pessoa que faz a recepção do hóspede é a mesma que cuida da organização do ambiente e da preparação das refeições, mas ela também tem que preencher vários formulários.

Preparando um peixe frito com baião, prato comumente servido na região, teria que ser contabilizado nos formulários a quantidade de óleo utilizado, os temperos, o preço, o modo de preparo de cada alimento, medir cada ingrediente.

Dessa forma fica inviável acumular tantas funções e ainda preencher formulários que não fazem parte da rotina deles, pois como foi bastante claro na pesquisa, o turismo é uma atividade complementar que colabora na manutenção do território, não é a fonte de renda principal.

Essa deficiência, no controle financeiro constante, acaba gerando outro problema: dificuldade de formar preço. Como os gestores não usam todos os formulários, especialmente aqueles relacionados aos custos, fica difícil determinar o preço baseado no que foi comprado e na mão de obra, assim, o que se faz é a prática de preços estipulados em valores que eles consideram justos, mas que geralmente não correspondem ao efetivo trabalho realizado.

Enfim, as ferramentas de gestão compõem um elemento determinante na forma como o turismo comunitário é praticado, pois mesmo sem ter como objetivo maior o lucro preciso criar maneiras de quantificar, direcionar e avaliar os mecanismos de planejamento para gerar benefícios.

## 5. CONCLUSÃO

Os resultados da pesquisa apontam a complexidade do tema, pois envolve um problema histórico brasileiro: conflito por terras. Para articular ações que contenham as pretensões de grandes empresários e defender a posse da terra, os moradores de Caetanos de Cima encontraram no turismo comunitário uma estratégia de resistência e geração de renda.

Porém, as iniciativas de desenvolvimento do turismo comunitário, tendo como centro das atenções a comunidade e o meio em que vivem, ainda é um desafio, pois encontram barreiras de divulgação, planejamento, gestão e conflitos internos.

Este trabalho, assim como todo esforço intelectual, não teve a intenção de esgotar a tema e aponta algumas possibilidades de pesquisas posteriores, como: elaboração de um plano de

marketing específico para o turismo comunitário; desenvolvimento de ferramentas de gestão mais condizentes com a realidade das comunidades; análise do turismo como um elemento de divergência entre as comunidades.

Enfim, a gestão de negócios no turismo comunitário não trabalha especificamente com números, mas com pessoas. Não se trata de atingir metas monetárias, mas sim humanas e ambientais. Preservar a vida em todas as suas formas, não só biologicamente, mas também socialmente, esta é a meta!

## REFERÊNCIAS

\_\_\_\_\_. Secretaria de políticas do turismo. **Programa de qualificação à distância para o desenvolvimento do turismo: turismo e sustentabilidade**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2010.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. O turismo comunitário no Nordeste brasileiro. In: **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009.

IRVING, Marta de Azevedo. Reinventando a reflexão sobre o turismo de base comunitária: inovar é possível? In: **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009.

MALDONADO, Carlos. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In: **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e imagem, 2009.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; ALVES, Flávia Keller; FALK, Vanessa Cristina Venzke. Arranjo socioproductivo de base comunitária: interconectando o turismo comunitário com redes de comércio justo. **Turismo visão e ação**. Vale do Itajaí, v.10, nº 2, p. 244-262, mai/ago. 2009.

OLIVEIRA, Aécio Alves. A economia solidária e o turismo. In: CORIOLOANO, Luzia Neide. **Curso turismo de inclusão**. Fortaleza: Universidade Aberta do Nordeste, Fundação Demócrito Rocha, 2006. p. 146-159 (Curso a distância).

## FORTALEZA EM FOCO – HISTÓRIA, CULTURA E ARTE: CITY TOUR COMO OPÇÃO CULTURAL E DE LAZER NA CAPITAL DO CEARÁ

Francisco Cleyrton de Souza Freitas<sup>1</sup> e Victor Hugo Santos de Castro<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Fortaleza e <sup>2</sup>Instituto Federal do Ceará – Campus Fortaleza  
cleyrton\_freitas@hotmail.com – vsantosdecastro@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo apresenta a análise do *city tour* Fortaleza em Foco - História, Cultura e Arte. A problemática estava embasada na associação de Fortaleza ao binômio sol-praia. O objetivo deste estudo foi executar um *city tour* com os residentes da cidade a fim de divulgar a grande riqueza cultural e histórica existente na mesma. Este trabalho faz menção às características do Lazer e Cultura. Posteriormente, o trabalho apresenta a análise dos dados coletados através da aplicação de questionários. A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. Os resultados apontam que o *city tour* proposto foi uma excelente opção de lazer, uma vez que proporcionou novas vivências e experiências, além de conhecimentos.

**Palavras-chave:** lazer, *city tour*, cultura, Fortaleza.

## 1. INTRODUÇÃO

Fortaleza é um dos destinos turísticos mais procurados do Brasil e trata-se de uma das mais agitadas cidades do Nordeste, sendo conhecida por belas paisagens e praias. Muitas são as atrações existentes na cidade como por exemplo: o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, a Avenida Beira Mar, a Praia de Iracema, a Ponte dos Ingleses, a Praia do Futuro, dentre outras.

Os atrativos turísticos de Fortaleza apresentam uma diversidade cultural significativa, fazendo com que qualquer pessoa possa vivenciar uma arquitetura que mescla história, modernidade e natureza. Sendo a cidade conhecida pelo binômio sol-praia foi elaborado o seguinte problema: A população fortalezense conhece a grande riqueza cultural e histórica existente na cidade?

Surgiu assim a necessidade de realizar um *city tour* contendo a visitação dos principais atrativos turísticos de Fortaleza com o objetivo de divulgar o potencial histórico e cultural da cidade para seus próprios residentes. Esta é uma forma eficaz de se conhecer o passado, o patrimônio, a cultura, os costumes, as tradições e as crenças de uma cidade. Fortaleza ao longo de sua história acumulou um acervo histórico-cultural bastante rico, podendo ser detectado em cada esquina, nomes de grandes personalidades locais e nacionais.

O público da proposta foi composto por um grupo de alunas do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia, *campus* Fortaleza, que participam do Projeto Social Mulheres Mil. Através desta iniciativa, estas mulheres foram beneficiadas com um dia diferente de lazer, pois conheceram a história, a cultura e a arte de Fortaleza.

## 2. LAZER

A temática lazer vem conquistando um espaço considerável acerca de suas funções sociais e significado. Atualmente o termo lazer é utilizado constantemente, sendo empregado em sua concepção real ou associado a palavras como entretenimento, turismo, divertimento e recreação.

Etimologicamente falando, a palavra lazer vem do termo latino “*licere*”, que significa ser permitido. Surgiu na civilização greco-romana como oposto do trabalho e é a forma mais procurada de ocupação do tempo livre, seja para descansar, ler, conversar e outros (CAMARGO, 1998).

Guzman (1986), ao analisar o sentido etimológico do lazer, o agrupa em três tendências. A primeira é de que o lazer se trata de um conjunto de atividades nas quais predomina a ausência de qualquer forma de restrição ou censura. A segunda é caracterizada pelo tempo livre, ou seja, ausência de compromissos nos momentos de lazer. A terceira está vinculada às escolhas das atividades, que são livres, autônomas e agradáveis, benéficas física e psicologicamente.

O lazer é o conjunto de ocupações, onde a escolha pelas mesmas é pessoal, livre, desinteressada e prazerosa. Momento de liberação do tempo de trabalho, obrigações domésticas, religiosas, escolares, entre outras (DUMAZEDIER, 1976). De acordo com a afirmativa do autor o lazer se utiliza do tempo livre, mas nem tudo que o homem faz no tempo livre pode ser considerado lazer, pois pode não envolver prazer ou vontade própria.

Portanto, pode-se afirmar que para existir o lazer é preciso disponibilidade de tempo, podendo este ser diário, semanal, ou de longa duração, como férias ou aposentadoria, por exemplo, mas a forma escolhida para usufruir deste momento depende da rotina e do desgaste físico e mental de cada um. O lazer pode ser entendido como um fenômeno relativamente moderno, resultante das relações entre capital e trabalho, que se concretiza como um tempo de vivências lúdicas e evolução cultural (MASCARENHAS, 2001).

Ainda de acordo com Dumazedier (1976), o lazer é possuidor das seguintes funções: descanso para o indivíduo se recuperar do desgaste físico ou psíquico acumulado no cotidiano, a diversão que seria uma forma de liberação do estresse e o desenvolvimento pessoal que estaria relacionado às vivências e participações sociais.

O lazer é uma ocupação não obrigatória, de livre escolha do indivíduo que a vivencia, cujas ações realizadas proporcionam condições de recuperação e de desenvolvimento pessoal e social (REQUIXA, 1977). Segundo Marcellino (2003), o lazer pode ser entendido como uma atividade desinteressada, sem fins lucrativos, relaxante, sociabilizante e liberatória.

Camargo (1989) define o lazer como um conjunto de atividades que devem possuir as seguintes características: serem prazerosas, espontâneas e livres, focando interesses culturais, físicos, manuais, intelectuais e artísticos realizadas num tempo livre, subtraído ou conquistado da jornada de trabalho profissional e doméstica e que interferem no desenvolvimento intra e interpessoal dos indivíduos.

Tal conceito compreende as manifestações do lazer como inúmeras atividades, excluindo as de caráter doméstico e trabalhista. Assim, o autor aponta um elemento essencial quando afirma que o lazer é uma conquista vinculada à jornada de trabalho e ao tempo livre.

### **3. CULTURA**

Desde os primórdios existe uma relação do lazer com a cultura, por isso, muitas das atividades designadas como lazer passam por manifestações de cultura, como por exemplo, os vários tipos de jogos, brincadeiras, expressões artísticas e outros. Estes caracterizam a herança cultural de cada comunidade ou sociedade.

Dumazedier (1980) classifica em cinco as áreas de interesses dos conteúdos culturais do lazer, são elas: físico-esportivas, manuais, artísticas, intelectuais e sociais. Camargo (1998) adiciona em seus estudos os interesses turísticos, devido à expansão do mercado de lazer turístico na sociedade contemporânea.

A saber, as atividades físico-esportivas incluem ações como ginásticas e manifestações esportivas no geral, as manuais englobam trabalhos como artesanato e jardinagem. Já as artísticas incluem pinturas, esculturas, peças teatrais e outros. As atividades intelectuais estão relacionadas à leitura, participação em cursos e palestras. Já o social é proporcionado pela relação entre as pessoas.

De acordo com Melo e Júnior (2003), cultura seria definida como o conjunto de valores, normas e hábitos que regem a vida humana em sociedade. Trata-se de uma necessidade de estabelecer princípios, um meio para se viver de forma organizada.

A cultura, segundo Geertz (1989), é pensada como sistema simbólico, que expressa as relações próprias da comunidade, passando por gerações através de um sistema integrado de ações conjuntas, caracterizadas por ideologias, crenças, expressões, formas de ser e estar.

Observa-se que o lazer é uma dimensão da cultura, que será desenvolvido de acordo com os valores presentes na sociedade. As características irão variar de local para local, uma vez que a cultura de uma sociedade é algo único e particular.

### **4. PROJETO MULHERES MIL**

O projeto Mulheres Mil está inserido no conjunto de prioridades das políticas públicas do Governo do Brasil, objetivando facilitar o acesso à educação e garantir a formação profissional e tecnológica de cerca de mil mulheres desfavorecidas das regiões Norte e Nordeste. O programa é uma iniciativa dos governos brasileiro e canadense, em sistema de cooperação. (MEC, s/d).

As aulas são ministradas de acordo com as necessidades educacionais de cada comunidade e a vocação econômica das regiões. As alunas têm suas atividades escolares voltadas para o turismo, uma vez que Fortaleza é uma cidade turística. Assim, o programa possibilita a inclusão social, por meio da oferta de formação focada na criação de alternativas para a inserção no mercado de trabalho.

### **5. METODOLOGIA**

A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. O questionário foi a ferramenta utilizada para a coleta dos dados da pesquisa, o mesmo era composto por oito questões objetivas contemplando aspectos referentes ao potencial histórico-cultural da cidade e execução geral do *city tour*.

O *city tour* foi planejado e executado por alunos do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia, *campus* Fortaleza. Os pontos turísticos visitados foram: Praça dos Leões, Igreja do Carmo, Academia Cearense de Letras, Igreja da Sé (Catedral), Cemitério São João Batista, Passeio Público e Museu do Ceará.

O roteiro experimental, denominado Fortaleza em Foco – História, Cultura e Arte incluía: transporte coletivo, brindes às participantes, visitas guiadas aos pontos turísticos, material gráfico de identificação e serviço de bordo (água e alimentação).

Os participantes da pesquisa foram 33 alunas, regularmente matriculadas no projeto Mulheres Mil do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia, *campus* Fortaleza. Porém, três alunas desembarcaram do transporte entregando seus questionários sem respostas, então para a análise dos dados foram utilizados somente os dados de 30 questionários que estavam devidamente preenchidos.

Após a coleta dos dados foi realizada uma análise e posteriormente a interpretação dos indicadores, utilizando o método descritivo associado à técnica de análise gráfica, para tal foi utilizado o programa de planilha eletrônica de cálculo, o *Microsoft Office Excel*, cujos recursos incluem ferramentas de construção de gráficos.

## 6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Todas as participantes responderam que Fortaleza possui potencial histórico, artístico e cultural. O resultado foi satisfatório, uma vez que este era o objetivo do projeto, mostrar aos próprios residentes o potencial da cidade além do binômio sol-praia.

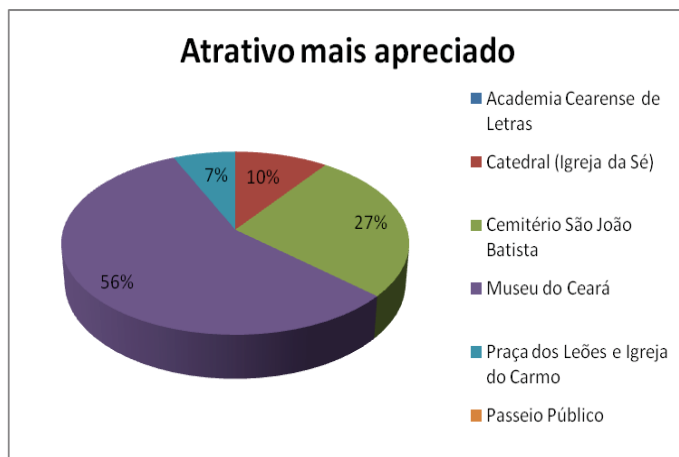


Figura 1 – Atrativo mais apreciado

O Museu do Ceará foi o ponto turístico que mais agradou às participantes, atingindo assim 56% do público. O cemitério São João Batista inicialmente recusado, por ser um ambiente repleto de crenças e superstições atingiu 27% das participantes, seguido da Catedral (Igreja da Sé) com 10% e Praça dos Leões e Igreja do Carmo com 7% da preferência (Ver figura 1).

O conhecimento quanto à existência dos atrativos visitados no *city tour* apresentou os seguintes resultados: 70% da amostra tinha ciência de todos os atrativos abordados e 30% desconhecia pelo menos um dos pontos de visitação (Ver figura 2).



**Figura 2 – Conhecimento dos Atrativos**

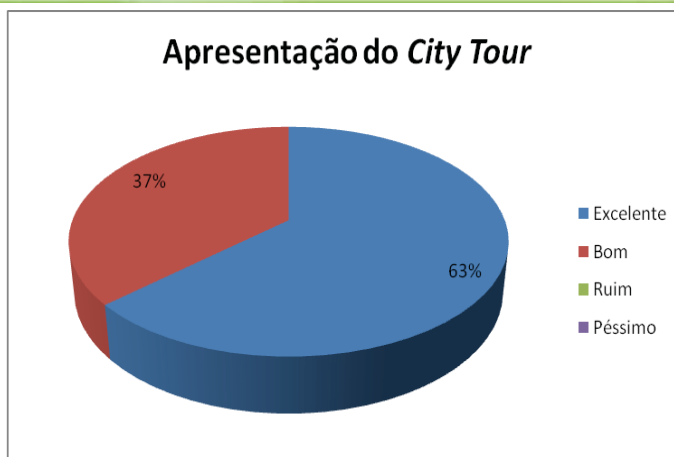
Apesar de boa parte das participantes terem conhecimento quanto à existência dos atrativos, apenas 50% já havia visitado pelo menos um dos pontos turísticos do *city tour* (Ver figura 3). Os locais de visitação foram novidades e fonte de conhecimento para 50% da amostra.



**Figura 3 – Visitação aos Atrativos**

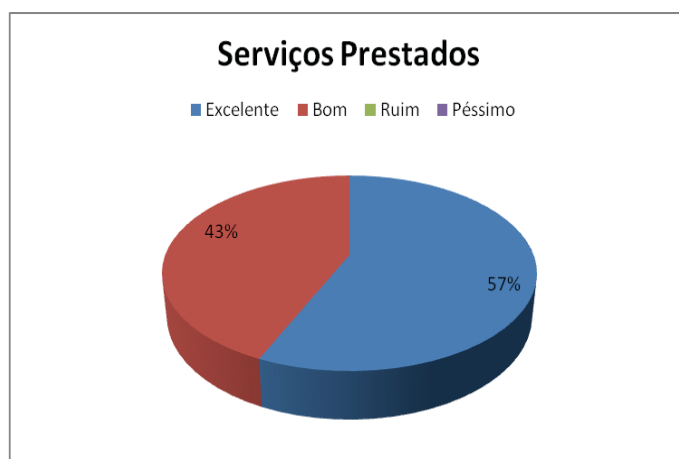
As informações iniciais dadas às participantes, quanto horários, percurso, pontos de visitação, objetivo da proposta, dentre outras foram consideradas excelentes, atingindo 63% da amostra (Ver figura 4). Tal resultado afirma que a comunicação entre os organizadores e o público foi clara e objetiva.





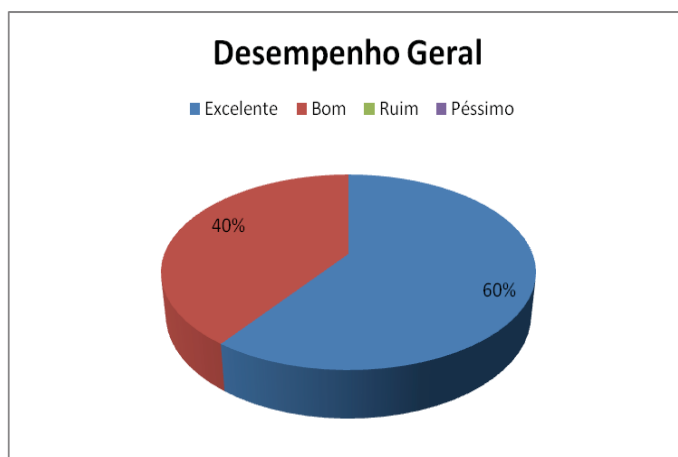
**Figura 4 – Apresentação do *City Tour***

Os serviços prestados, como visitas aos pontos turísticos, o serviço de bordo, a uniformização, a qualidade do material gráfico disponibilizado, o transporte e os guiamentos também variaram entre excelentes e bons, 57% e 43%, respectivamente (Ver figura 5).



**Figura 5 – Serviços Prestados**

O desempenho geral obteve uma nota significativa, 60% do grupo considerou a proposta excelente. Tudo ocorreu dentro do planejado e não houve adversidades durante a realização do *city tour* (Ver figura 6). A colaboração das Mulheres Mil, no que diz respeito ao comportamento contribuiu bastante para o desempenho positivo da proposta.



**Figura 6 – Desempenho Geral**

Todas as participantes consideraram o dia de visitação aos pontos turísticos excelente. Afirmaram que esta prática deveria se repetir mais vezes, proporcionando a outras pessoas um dia diferenciado e lazer e um contato direto com a riqueza cultural e histórica de Fortaleza.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este *city tour* foi um exercício de cidadania, pois possibilitou às participantes novas vivências, permitindo a transposição de barreiras e novos conceitos quanto a cidade em que residem, estimulando uma conscientização quanto a manutenção da história e cultura local.

O objetivo proposto foi atingido, portanto o estudo foi satisfatório. Foi uma experiência única e proveitosa, onde foi vivenciada uma troca de conhecimentos bastante interessante. Esta vivência também possibilitou uma compreensão mais aprofundada dos conteúdos abordados em sala de aula, uma vez que foi possível relacionar teoria e prática.

As participantes vivenciaram um dia diferenciado de lazer, voltado ao crescimento pessoal. Portanto, um projeto de voluntariado educativo como o Fortaleza em Foco: História, Cultura e Arte, aqui apresentado, contribuiu significativamente para o desenvolvimento de um ser mais consciente a respeito da sociedade em que vive.

### **AGRADECIMENTOS**

À Maria da Conceição Santos de Castro e José Rocha de Castro, pais dedicados e sempre colaboradores. Ao Instituto Federal do Ceará e à Universidade Estadual do Ceará, instituições nas quais estou sendo capacitado e qualificado intelectualmente e a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que esse trabalho fosse finalizado.

## REFERÊNCIAS

CAMARGO, L. O. de L. **O que é lazer**. 2. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

CAMARGO, L. O. de L. **Educação para o Lazer**. São Paulo: Moderna, 1998.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1976

DUMAZEDIER, J. **Valores e Conteúdos Culturais do Lazer**. Tradução: Regina Maria Vieira. São Paulo: SESC, 1980, p. 180.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GUZMÁN, J. L. F. **Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social**. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1986.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e Humanização**. Campinas: Papirus, 2003, p. 88.

MASCARENHAS, Fernando. Lazer e trabalho: liberdade ainda que tardia. In: II Seminário o lazer em debate. 2001, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte: EEF/UFMG, 2001b. p. 81-93.

MEC. **Projeto Mulheres Mil: cidadania pela arte**. Disponível em: <http://mulheresmil.mec.gov.br/images/stories/pdf/d-santa-barbara.pdf>, acesso em 18 de março de 2011.

MELO, Vitor A.; JÚNIOR, Edmundo D. A. **Introdução ao Lazer**. Barueri: Manole, 2003.

REQUIXA, Renato. **O lazer no Brasil**. São Paulo - SP, Brasiliense, 1977, p. 11.

## ESTRUTURA E SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS EM HOSPITAIS: ESTUDO COMPARATIVO DE HOSPITAIS PARTICULARES EM FORTALEZA

N. S. Sampaio<sup>1</sup> e K. C. N. Mota<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará - Campus Fortaleza  
nayara.smp@gmail.com – motakeila@yahoo.com.br

### RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo sobre os serviços de alimentos e bebidas nos hospitais, um assunto que ainda é pouco explorado. As unidades hospitalares sempre foram avaliadas como fornecedoras de uma refeição monótona, sem sabor e de odor desagradável. Atualmente, percebe-se que alguns hospitais querem transformar essa imagem, deixando de ser um espaço de doenças para se transformar em um ambiente de saúde. O presente estudo se propôs a identificar e comparar como os conceitos e serviços presentes na hotelaria, estão sendo adaptados à área hospitalar, nas estruturas e serviços relacionados ao setor de alimentos e bebidas em hospitais privados de Fortaleza. Buscou-se verificar de que forma esses elementos inerentes à hotelaria foram inseridos no setor de alimentos e bebidas dos hospitais localizados em Fortaleza e quais são os benefícios advindos dessa implantação. O estudo foi realizado por meio de observações e acompanhamento das atividades dos restaurantes hospitalares, além de entrevistas não estruturadas com as nutricionistas e os gerentes dos hospitais e a aplicação de questionário estruturado aos trabalhadores. Os questionamentos visaram à obtenção de uma avaliação qualitativa do cardápio e das estruturas oferecidas nos restaurantes hospitalares que serviram de base para a pesquisa. Identificaram-se, nos dois restaurantes hospitalares, que preferiram serem identificados como Restaurante do Hospital A e Restaurante do Hospital B, fatores de satisfação entre os clientes quanto aos serviços oferecidos, mas em relação à estrutura oferecida por um desses restaurantes hospitalares não estava adequada às regras básicas de higiene.

**Palavras-chave:** Qualidade. Hospitais. Nutrição. Gastronomia

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, devido à exigência dos clientes, surge nos hospitais a preocupação com a satisfação dos mesmos. Desta preocupação surgem a hotelaria hospitalar e a gastronomia hospitalar, que buscam conceitos da atividade hoteleira para oferecer qualidade, satisfação plena e hospitalidade a seus clientes de saúde na área da alimentação. A preocupação com a Hotelaria e a Gastronomia no hospital começou a menos de dez anos no Brasil e é uma tendência irreversível por vários motivos, destacando-se a preocupação da sociedade em adquirir melhores condições de vida a um preço razoável e com qualidade, além da preocupação dos hospitais em adquirir mais clientes e maior competitividade com outros hospitais.

O mesmo se propôs a identificar e comparar como os conceitos e serviços presentes na hotelaria, estão sendo adaptados à área hospitalar, nas estruturas e serviços relacionados ao setor de alimentos e bebidas em hospitais privados. Buscou-se verificar de que forma esses elementos inerentes à hotelaria foram inseridos no setor de alimentos e bebidas dos hospitais e quais são os benefícios advindos dessa implantação.

Tal indagação poderá contribuir para o desenvolvimento e a melhoria do atendimento aos pacientes/clientes. A pesquisa em questão está baseada na seguinte hipótese básica: Acredita-se que os hospitais buscam no exemplo de qualidade oferecido pela hospitalidade hoteleira adaptar conceitos e serviços no atendimento hospitalar, no âmbito da gastronomia e dos serviços de alimentos e bebidas, a fim de tornar a estada do cliente de saúde e o ambiente hospitalar mais agradáveis. Os principais objetivos específicos foram:

- a) Identificar quais e como os conceitos da hotelaria estão sendo adaptados e implementados no ambiente hospitalar, no setor de alimentos e bebidas, identificando também seus benefícios;
- b) Identificar e comparar as condições de estrutura e atendimento no setor de alimentos e bebidas dos hospitais privados de Fortaleza de acordo com a Resolução - RDC nº 275, de 21 de outubro de 2002;
- c) Identificar as estratégias de hospitalidade e de humanização adotadas na administração desses hospitais para obterem a qualidade e a satisfação de seus pacientes/clientes, assim como serem competitivos no mercado.

Esta investigação da gastronomia hospitalar, no que tange os conceitos da hotelaria adaptados aos hospitais, justifica-se, primeiramente, pelo fato de esta ser uma tendência apresentada pelo mercado atual. Sendo assim, ainda apresenta poucos estudos desenvolvidos e que buscam compreender toda a dinâmica presente na implantação dos serviços de alimentação. De tal modo, este trabalho busca a sistematização acadêmica do assunto e, assim, contribuir para oferecer um maior entendimento e visão do mesmo, despertando o interesse dos demais estudiosos.

Em relação aos temas gastronomia hospitalar e unidades de alimentação e nutrição, os principais autores investigados foram TARABOULSI (2004) e BOEGER (2005). Taraboulsi busca em sua obra conceituar e contextualizar a atividade de gastronomia hospitalar no mercado atual, tratando de temas que vão desde a atividade turística e seus formadores à atividade hoteleira, ao tipo de hotelaria a ser implantada em um hospital, seus benefícios e riscos, aos departamentos e cargos possíveis de serem implantados num serviço de hotelaria hospitalar. Em seu trabalho, Boeger também apresenta definições e aspectos da importância da hospitalidade e dos serviços de hotelaria prestados por uma instituição hospitalar para o público atual, apontando, ainda, os departamentos prováveis de serem incorporados à dinâmica hospitalar.

Por meio da investigação das obras de tais autores e de outros que tratam de questões referentes à pesquisa, foi possível elaborar uma base teórica que apresentasse o tema do trabalho em diversos aspectos.

A pesquisa documental se deu através de fotografias e relatórios dos hospitais que continham algo relacionado ao tema. Esse tipo de pesquisa tem como importância a estabilidade dos dados e o baixo custo, além de não exigir contato com os sujeitos da pesquisa e ser uma das maneiras de conhecer os fatos passados.

## 2. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa de campo, que foram obtidos através dos questionários aplicados e respondidos por usuários dos restaurantes de dois Restaurantes Hospitalares em Fortaleza. Fez-se um comparativo dos dois restaurantes pesquisados quanto ao nível de satisfação do serviço de fornecimento de refeições no Restaurante localizado no Hospital A e no Restaurante localizado no Hospital B, que pode ser “Insatisfeito”, “Neutro”, “Satisfeito”. Para medir essa variável, apresentou-se a escala de 1 a 5 no questionário, que apresenta gradativamente os níveis de satisfação segundo a figura 01.

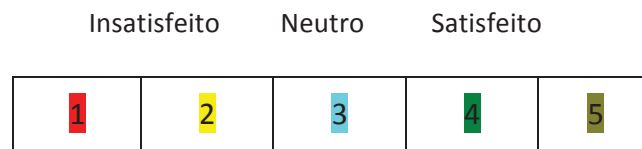


Figura 01- Escala de satisfação do questionário aplicado.

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

A satisfação do serviço dos Restaurantes foi avaliada de acordo com os seguintes indicadores: Cardápio, Ambiente Físico e Atendimento.

### 2.1 Cardápio

**Tabela 1:** Médias de Satisfação do Cardápio do Restaurante do Hospital A.

Item	Indicador						Total (%)
		Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Ruim (%)	Péssimo (%)	
1	<b>Cardápio</b>						
1.1	Qualidade e Sabor	20	70	10	0	0	100
1.2	Higiene	20	65	15	0	0	100
1.3	Variedade	20	80	0	0	0	100
1.4	Preferências	60	15	25	0	0	100

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

Do ponto de vista subjetivo (tabela 1), o cardápio oferecido no restaurante do Hospital A, em relação à qualidade e sabor, foram majoritariamente classificados como bom (70%), seguida de uma classificação de excelente (20%) e regular (10%). Em relação à higiene, também foi classificada majoritariamente como boa (65%), em seguida excelente (20%) e regular (15%). Quanto à variedade do cardápio, (80%) considerou-a como boa e (20%) excelente.

Em relação ao cardápio seguir as preferências dos clientes, no ponto de vista dos mesmos, (60%) foi considerado como excelente, (25%) como regular e (15%) como bom.

Na avaliação dos resultados, observou-se que o restaurante do Hospital A, no quesito cardápio, foi classificado majoritariamente como bom, por prestar serviços de qualidade, sabor e requinte, e está atendendo as expectativas dos clientes e colaboradores.

**Tabela 2:** Médias de Satisfação do Cardápio do Restaurante do Hospital B.

Item	Indicador	Excelente (%)	Bom (%)	Regular (%)	Ruim (%)	Péssimo (%)	Total (%)
<b>1</b>	<b>Cardápio</b>						
1.1	Qualidade e Sabor	45	55	0	0	0	100
1.2	Higiene	50	50	0	0	0	100
1.3	Variedade	30	70	0	0	0	100
1.4	Preferências	100	0	0	0	0	100

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

Do ponto de vista subjetivo (na tabela 2), o cardápio oferecido no restaurante do Hospital B, em relação à qualidade e sabor, foi majoritariamente classificado como bom (55%), seguido de uma classificação de excelente (45%). Em relação à higiene, houve uma igualdade em relação aos critérios analisados, excelente (50%) e bom (50%). Quanto à variedade do cardápio, observou-se que (70%) foi considerado como boa e (30%) excelente. E em relação ao cardápio seguir as preferências dos clientes, foi majoritariamente considerado excelente (100%).

Na avaliação dos resultados, observou-se que o restaurante do Hospital B, no quesito cardápio, foi classificado majoritariamente como excelente, por investir na qualidade, nas preferências dos clientes a um preço razoável e conseqüentemente na satisfação dos mesmos.

## 2.2 Ambiente Físico

**Tabela 3:** Médias de Satisfação do Ambiente Físico do Restaurante do Hospital A.

Item	Indicador	Sim (%)	Não (%)	Em Parte (%)	Não sabe (%)
<b>2</b>	<b>Ambiente Físico</b>				
2.1	Estrutura	95	0	5	0
2.2	Condições Ambientais	95	0	5	0

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

De acordo com os dados da pesquisa, observou-se que os profissionais e clientes do restaurante do Hospital A consideram a estrutura e as condições ambientais como satisfatórias para o tipo de ambiente em que se encontram, os dois itens apresentam uma porcentagem de (95%) e apenas (5%) o consideram como não-conforme com as novas tendências e exigências do mercado e dos clientes. No geral, conclui-se que nesses quesitos o restaurante também está atendendo as expectativas de seus clientes.

**Tabela 4:** Médias de Satisfação do Ambiente Físico do Restaurante do Hospital B.

Item	Indicador	Sim (%)	Não (%)	Em Parte (%)	Não sabe (%)
<b>2</b>	<b>Ambiente Físico</b>				
2.1	Estrutura	95	0	5	0

2.2	Condições Ambientais	95	0	5	0
-----	----------------------	----	---	---	---

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

Observou-se na pesquisa realizada no restaurante do Hospital B a mesma porcentagem de satisfação obtida no restaurante do Hospital A, onde os clientes consideram a estrutura e as condições ambientais como satisfatórias para o tipo de ambiente em que se encontram, com uma porcentagem de (95%) para satisfatória e apenas (5%) o consideram como não-conforme com as novas tendências e exigências do mercado e dos clientes. Então, conclui-se que nesses quesitos o restaurante do Hospital B também está atendendo as expectativas de seus clientes.

### 2.3 Atendimento

**Tabela 5:** Médias de Satisfação dos Serviços do Restaurante Localizado no Hospital A.

Item	Indicador	Sim (%)	Não (%)	Em Parte (%)	Não Sabe (%)
<b>3</b>	<b>Atendimento</b>				
3.1	Profissionais	100	0	0	0
3.2	Serviços	30	25	40	5

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

Em relação à pesquisa realizada no restaurante do Hospital A quanto ao atendimento dos funcionários, foi considerado majoritariamente como satisfatório com um resultado de (100%) de satisfação. Quanto ao oferecimento dos serviços que se assemelham aos oferecidos nos hotéis, conclui-se que (40%) acreditam que essas modificações estão acontecendo em parte, dentro dos hospitais, (25%) não acreditam que haja essa inserção, (30%) acreditam que está acontecendo uma mudança nos últimos tempos, principalmente em relação aos serviços oferecidos na área de alimentação, e (5%) não souberam responder.

**Tabela 6:** Médias de Satisfação dos Serviços do Restaurante Localizado no Hospital B.

Item	Indicador	Sim (%)	Não (%)	Em Parte (%)	Não Sabe (%)
<b>3</b>	<b>Atendimento</b>				
3.1	Profissionais	60	10	30	0
3.2	Serviços	61,9	9,53	28,57	0

Fonte: Pesquisa Direta, 2010.

Em relação à pesquisa realizada no restaurante do Hospital B quanto ao atendimento dos funcionários, foi considerado majoritariamente como satisfatório com um resultado de (60%) de satisfação, seguido de (30%) que acham o atendimento um pouco aquém do esperado e (10%) não consideram o atendimento satisfatório. Quanto ao oferecimento dos serviços que se assemelham aos oferecidos nos hotéis, conclui-se que (61,90%) acreditam que essas modificações estão acontecendo de maneira satisfatória dentro dos hospitais, (28,57%) acreditam que haja em parte essa inserção nos hospitais e (9,53%) acreditam que não está acontecendo uma mudança significativa dentro dos mesmos.

Em termos de condições gerais, pode-se observar que os hospitais observados na pesquisa tiveram uma avaliação de nível bom. Na avaliação das condições de conservação e armazenagem, os dois hospitais mereceram a avaliação de nível bom. O mesmo acontece com as condições das zonas de preparação/confecção de alimentos, tendo sido os mesmos hospitais a obterem uma classificação de



nível bom. A zona de refeições mereceu uma avaliação de nível bom. Em termos de *Avaliação Global*, que resulta da avaliação dos parâmetros anteriormente descritos, verifica-se que os dois hospitais avaliados mereceram uma classificação de nível bom. No entanto, foram detectadas algumas deficiências nas instalações e também de funcionamento.

De forma geral, e, observando os pontos mais fracos, verificou-se que ao nível das instalações da cozinha e ao nível do *Hazard Analysis and Critical Control Points* (HACCP), os resultados em um dos restaurantes presentes em um hospital particular de Fortaleza não são satisfatórios, pois não atendeu às regras básicas de higiene, de acordo com as normas da ANVISA.

### 3. CONCLUSÃO

Ao final desta pesquisa, pode-se afirmar que o objetivo dessa pesquisa foi alcançado à medida que conseguiu identificar as modificações que estão sendo feitas junto ao serviço de fornecimento de refeições dos restaurantes hospitalares. As médias de satisfação demonstram a aceitação do serviço nos mesmos. O papel de um restaurante é fornecer refeições adequadas, considerando os aspectos higiênico sanitários e nutricionais, oferecer cardápios diversificados quanto a gêneros alimentícios, respeitando os hábitos alimentares dos usuários e compatibilizando os custos das refeições.

O atendimento prestado com qualidade deve ser o principal objetivo dos novos administradores hospitalares, pois, a atenção e o carinho para com o paciente trarão segurança e conforto num dos momentos mais difíceis para o ser humano: a dor e o medo da morte.

Além do atendimento, é através do ambiente físico do hospital que o paciente e seus acompanhantes se sentirão acolhidos pela instituição. Quando a estrutura física do hospital parece com um hotel ou com o seu próprio lar, faz com que se perca a característica dos hospitais tradicionais. Foi percebido, através dos autores pesquisados, que é possível tornar um ambiente anteriormente conhecido como lugar sombrio, com um atendimento e serviços de má qualidade, em um ambiente agradável e de boa qualidade.

Esta pesquisa propôs um estudo em uma área pouco explorada, mas com relevância científica, pois demonstrou, através dos autores apresentados, e confirmou a hipótese abordada de que os hospitais buscam no exemplo de qualidade oferecido pela hospitalidade hoteleira adaptar conceitos e serviços no atendimento hospitalar, no âmbito da gastronomia e dos serviços de alimentos e bebidas, a fim de tornar a estada do cliente de saúde e o ambiente hospitalar mais agradáveis.

Apesar das dificuldades encontradas de acesso às bibliografias, material de orientação, estudo e análises sobre os serviços de alimentação nos hospitais, já que o tema abordado é muito recente, tornou-se desafiador a construção do trabalho.

Foram dadas como sugestões para melhoria do serviço e do atendimento: a implantação de normas de boas práticas de alimentação, ampliação e modificação da área da cozinha, para que haja a proteção e higiene adequada do ambiente, assim como que os administradores seguissem as normas da ANVISA, como forma de garantir a limpeza e conseqüentemente no oferecimento da qualidade para seus pacientes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- BAPTISTA, P. e LINHARES, M. **Higiene e Segurança Alimentar na Restauração**. v.1. Forvisão – Consultoria em Formação Integrada, Guimarães, 2005.
- BAPTISTA, P. e ANTUNES, C. **Higiene e Segurança Alimentar na Restauração**. v.2. Forvisão – Consultoria em Formação Integrada, Guimarães, 2005.
- BERTELLI, Sandra Benevento. **Gestão de pessoas em administração hospitalar**. RJ: Qualitymark, 2004.
- BEZERRA, Luciana Pereira; SILVA, Gleucia Carvalho; PINHEIRO, Andréa Nunes. **Manipulação segura de alimentos**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2009. 88p. II. Publicado em parceria com SENAC Ceará.
- BOEGER, Marcelo Assad. **Gestão em hotelaria hospitalar**. São Paulo: Atlas, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Gestão em hotelaria hospitalar**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 97p.
- BOHRER, Juliana de Oliveira e ERHART, Andréia Cirila. **Hotelaria Hospitalar: Uma abordagem prática para implantação**. Trabalho de conclusão de curso. Florianópolis, 2007. 87f.
- BORBA, V.R. **O hospital e sua evolução histórica**. In: Administração hospitalar, cap. 2, PP.35-55. 3.ed. SP: Hesp, 1991.
- BUENO, Marielys Siqueira (org); DENCKER, Ada de Freitas M. **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo, Thomson, 2003. **Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação**. Disponível em: <<http://e-legis.bvs.br/leisref/public/showAct.php?id=12546>> Acesso em: 16 set. 2010.
- CAMARGO, Luis Octávio de Lima. Turismo, hotelaria e hospitalidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (org). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti (org.); BUENO, Marielys Siqueira (org.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- DÓRIA, C. A. **A Cozinha Subdesenvolvida**. Disponível em: <[http://www.uol.com.br/tropico/ensaio\\_53\\_854\\_8.shl](http://www.uol.com.br/tropico/ensaio_53_854_8.shl)>. Acesso em: 14 ago. 2010.
- DURÁN, F. R. et al. **Guia de Implantación de Sistemas de Autocontrol em la Restauración Hospitalaria**. Agencia Española de Seguridad Alimentaria. 2003.
- EVANGELISTA, José. **Tecnologia de alimentos**. Livraria Atheneu. Rio de Janeiro - São Paulo, 1987.
- FLANDRIN, J; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- FORSYTHE, Stephen J. **Microbiologia da segurança alimentar**. Trad. Maria Carolina Minardi; Guimarães e Cristina Leonhardt. Porto Alegre: Artmed, 2002.
- FRANCO, Bernadette Dora Gombosy de Melo. **Microbiologia dos alimentos**. Mariza Landgraf - Colaboradora Maria Teresa Destro. São Paulo: Editora Atheneu, 2005.
- FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2008. 304 p.il.

## ESPORTES DE AÇÃO: O PERFIL DO TURISTA DE AVENTURA NA CIDADE DE MARANGUAPE – CEARÁ

**Victor Hugo Santos de Castro**  
Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza  
vsantosdecastro@yahoo.com.br

### RESUMO

Este artigo apresenta a análise do perfil do turista de aventura no município de Maranguape – Ceará. A problemática estava embasada nas características dos visitantes da referida localidade. O objetivo do estudo foi identificar aspectos como idade, estado civil, gênero, escolaridade e motivação dos turistas de aventura que visitam a região, verificando se tais características estabelecidas pelo Ministério do Turismo condizem com o da amostra da pesquisa. Este trabalho faz menção às definições e características do Turismo de Aventura e esportes de ação. Posteriormente, o trabalho apresenta a análise dos dados coletados *in locu*, através da aplicação de formulários. A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. Os resultados apontam que o público do turismo de aventura é relativamente jovem e motivado por uma recreação ativa.

**Palavras-chave:** turismo de aventura, esportes de ação, perfil do turista, Maranguape.

## 1. INTRODUÇÃO

O tempo tornou-se algo raro e precioso para o homem da sociedade contemporânea, sendo assim, pode-se afirmar que é um bem extremamente apreciado. O homem procura no lazer a valorização do ser humano, o prazer de compartilhar o seu tempo livre realizando as mais diversas atividades.

A criação cultural do tempo de lazer aponta o turismo como parte dessa realidade. Os enormes e constantes avanços tecnológicos, os meios de transporte, a qualidade dos hotéis, os equipamentos de lazer, e todos os outros produtos turísticos que compõem este mercado de entretenimento demonstram que há um tempo que pode ser destinado ao divertimento, ao prazer e à satisfação.

A diversificação da oferta turística mundial em relação às tendências da demanda, entre outros fatores, ocasiona a expansão do mercado, assim como o surgimento e consolidação de variados segmentos turísticos. A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado.

Dentre os diversos segmentos turísticos destaca-se o Turismo de Aventura. Este tipo de atividade é destinado àqueles que privilegiam a aventura e a adrenalina. O grande diferencial consiste na diversidade das atividades de aventura que podem ocorrer em vários ambientes, desde centros urbanos a áreas remotas, em função das especificidades de cada prática.

O Brasil, no que tange a biodiversidade, tem um grande potencial para a prática de esportes de ação. A geomorfologia existente no Ceará propicia atividades de aventura como: *rappel*, tirolesa, vôo livre, *trekking*, *surf*, *mountain bike*, dentre outros.

Praias de beleza inigualável, mares límpidos, águas cristalinas, falésias, dunas, coqueirais, assim é caracterizado o Ceará. Entretanto, o Estado também dispõe de rios e cachoeiras exuberantes, trilhas de matas virgens, serras, chapadas, monólitos e grutas presentes nas regiões serranas, além de um clima ameno e frio.

A partir do exposto, surgiu a necessidade de explorar este outro lado do Estado e contribuir para a propagação dos demais atrativos que este tem a oferecer. O município de Maranguape, situado no Nordeste do Estado do Ceará, no sopé da serra de Maranguape, a 30 km de Fortaleza foi escolhido como local de estudo, uma vez que foi detectado empiricamente que o fluxo turístico na cidade aumentou devido à oferta de esportes de ação como produto turístico.

Assim sendo, o problema de partida foi: Qual o perfil do visitante da cidade de Maranguape? O objetivo foi classificá-los quanto a idade, o gênero, o estado civil, a escolaridade e a motivação, verificando se tais características condizem com as estabelecidas pelo Ministério do Turismo.

## 2. TURISMO DE AVENTURA

Atualmente, o Turismo de Aventura vem despertando um interesse significativo quanto a sua prática na sociedade, sendo incluído como tema importante nas discussões gerais sobre o turismo tanto no âmbito do planejamento e gestão, como da sustentabilidade.

A busca constante por um momento de descontração, induzida por uma vontade de realizar algo diferente tem se evidenciado no mundo atual. Esse tempo de lazer é na verdade um novo valor social da pessoa, um direito dela dispor de um tempo para a auto-satisfação (TRIGO, 1998). Sendo assim, surge o Turismo de Aventura como atividade contemporânea de lazer capaz de suprir tal necessidade.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010), o segmento nasceu com um pequeno grupo de pessoas dispersas geograficamente, de diferentes classes sociais e idades, que começaram a desenvolver atividades junto à natureza, passando a visualizar a possibilidade de fazer daquilo seu meio de vida. Na década de 80 houve as primeiras reflexões sobre Turismo de Aventura, abordando a

necessidade da experiência turística em meio natural e a relação dos elementos de risco atrelados a participação do turista.

Ainda segundo o Ministério do Turismo (2010), no fim dos anos 90, os primeiros equipamentos (capacetes, caiaques infláveis, cordas, entre outros) para a realização de atividades na natureza começaram a ser produzidos no Brasil. Em 1999, foi organizada a primeira feira do setor de Turismo de Aventura, a *Adventure Sports Fair*, que proporcionou a promoção e conhecimento sobre as atividades do segmento.

Em 2001, a primeira definição de Turismo de Aventura foi elaborada no Brasil, na Oficina para a Elaboração do Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura, realizada em Caeté, Minas Gerais.

O Turismo de Aventura caracteriza-se por ser um segmento turístico que envolve a prática de atividades de aventura e desportos recreacionais em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre (EMBRATUR, 2001). Estas atividades deverão elucidar emoções entusiasmantes e riscos controlados, exigindo o uso de técnicas e equipamentos específicos, bem como a adoção de procedimentos de segurança e o respeito ao patrimônio natural ambiental e sociocultural.

Segundo Ruschmann (2001), o turismo contemporâneo utiliza significativamente a natureza nas suas atividades, sua evolução nas últimas décadas se deu pelo fato do turista buscar o contato com o verde, com o natural, objetivando escapar dos tumultos urbanos, buscando recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

É de suma importância que uma experiência de Turismo de Aventura envolva o contato com natureza, estimule uma série de emoções, riscos e desafios intelectuais, físicos ou emocionais e oportunidades para diversão, aprendizado e aperfeiçoamento pessoal.

A análise do termo Turismo de Aventura envolve uma série de características que interagem entre si de forma interdependente, são elas: perigo e risco, desafio, expectativa de recompensas, novidade, estímulo e entusiasmo, escapismo e separação, exploração e descoberta, atenção e concentração e emoções diversas (SWARBROOKE et al., 2003). A aventura ocorre a partir do momento em que os participantes voluntariamente se dispõem a vivenciar uma experiência desconhecida, onde serão submetidos a desafios e poderão descobrir algo novo, único, a partir dessa vivência.

“O Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (MTUR, 2008, p. 15). A exclusão das práticas de caráter competitivo ocorre porque, segundo o Ministério, tais atividades se enquadram em outra modalidade de turismo, o Turismo de Esportes.

Considerando que o Turismo de Aventura tem caráter recreativo, Antunes (2002), Benjamin (2002) e Kishimoto (2002) afirmam que a recreação seria o momento ou a atividade em que o indivíduo esta se expressando livremente, mostrando suas possibilidades, sendo ativo. A atividade na recreação é espontânea, mas ao mesmo tempo deve ser significativa. É um momento único de criar e recriar vivências e não apenas realizar ou participar de uma simples atividade.

As atividades de aventura podem ser definidas como:

Experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafio, riscos avaliados, controláveis e assumidos que podem proporcionar sensações diversas como liberdade, prazer, superação, a depender da expectativa e experiência de cada pessoa e do nível de dificuldade de cada atividade. (MTUR, Turismo de Aventura- Orientações básicas, 2008, p. 16).

Alguns Municípios possuem uma diversidade de atrativos turísticos encontrados nas suas paisagens naturais, os quais comprovam a viabilidade e o potencial para o desenvolvimento do Turismo de Aventura. Porém, de acordo com Ruschmann (1995), alguns cuidados devem ser tomados no sentido

de não prejudicar o meio ambiente e a cultura local, bem como não excluir a população nativa, mas privilegiá-la com o efeito multiplicador do turismo.

O Ministério do Turismo (2008, p. 30) considera que “são motivações do Turismo de Aventura: recreação ativa, desafios, emoção, vivências, experiências memoráveis, diferenciação em relação à escolha dos locais e interação com outros praticantes”.

Enfim, pode-se afirmar que o conceito de Turismo de Aventura fundamenta-se em aspectos que se referem à atividade turística e ao território em que o mesmo é desenvolvido, bem como em relação à motivação do praticante, os desafios e os sentimentos elucidados durante a experiência.

### 3. ESPORTES DE AÇÃO E AVENTURA

Os Esportes de Aventura podem ser considerados como aqueles que oferecem mais riscos do que os esportes tradicionais, exigindo um maior esforço físico ou maior controle emocional. Segundo Proni (1998) são considerados Esportes de Aventura porque estão envolvidos em situações extremas de limite físico ou psicológico dos participantes.

De acordo com o Ministério do Turismo (2008) faz-se necessário compreender que as atividades de aventura sugerem determinado esforço e riscos controláveis, portanto, a segurança é um dos requisitos imprescindíveis para a realização da vivência turística e está assegurada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). As atividades do Turismo de Aventura variam sob diferentes aspectos, seja em função dos territórios em que são operadas, dos equipamentos utilizados ou das habilidades e técnicas exigidas, e apresentam características como diversidade, riscos controláveis, participação e interação.

Sendo assim, o Ministério do Turismo (2008) apresenta a organização das atividades de aventura em três grupos, de acordo com os elementos da natureza (terra, água e ar). Ressaltando que algumas podem envolver mais de um desses elementos e ocorrer em ambientes diversos, ao ar livre, em espaços naturais ou construídos.

Os esportes terrestres de aventura compreendem: arvorismo (locomoção por percurso em altura instalado em árvores e outras estruturas construídas), atividades ciclísticas (percurso em vias convencionais e não convencionais em bicicletas, também denominadas de cicloturismo), atividades equestres (percursos em vias convencionais e não convencionais em montaria, também tratadas de turismo equestre), atividades fora-de-estrada, turismo fora-de-estrada ou *off-road*.

*Bung jump* (salto com o uso de corda elástica), cachoeirismo (descida em quedas d'água utilizando técnicas verticais, seguindo ou não o curso da água), canionismo (descida em cursos d'água transpondo obstáculos aquáticos ou verticais com a utilização de técnicas verticais), caminhadas.

Escalada (ascensão de montanhas, paredes artificiais, blocos rochosos utilizando técnicas verticais), *rappel* (técnica vertical de descida em corda), tirolesa (deslizamento entre dois pontos afastados horizontalmente em desnível, ligados por cabo ou corda), montanhismo.

São esportes de aventura aquáticos: bóia-*cross* (descida em corredeiras utilizando bóias infláveis, também conhecida como *acqua-ride*), canoagem (percurso aquaviário utilizando canoas, caiaques, *ducks* e remos), mergulho (imersão profunda ou superficial em ambientes submersos, praticado com ou sem o uso de equipamento especial), *rafting* (descida em corredeiras utilizando botes infláveis) e outros.

Ainda segundo o MTUR (2008), os esportes aéreos são representados por: asa delta (vôo com aerofólio impulsionado pelo vento), balonismo (vôo com balão de ar quente e técnicas de dirigibilidade), parapente (vôo de longa distância com o uso de aerofólio impulsionado pelo vento e aberto durante todo o percurso), pára-quedismo (salto em queda livre com o uso de pára-quedas aberto para aterrissagem, normalmente a partir de um avião).

#### 4. METODOLOGIA

A pesquisa foi de natureza aplicada, do tipo descritiva com uma abordagem quantitativa. O formulário foi a ferramenta utilizada para a coleta de dados da pesquisa. Os participantes da pesquisa foram 50 turistas e/ou excursionistas. Ressaltando que os indivíduos com idade inferior a 18 anos deveriam estar acompanhados dos responsáveis legais e com autorização dos mesmos, caso desejassem participar da pesquisa.

Após a coleta dos dados foi realizada uma análise e posteriormente a interpretação dos indicadores, utilizando o método descritivo associado à técnica de análise gráfica, para tal foi utilizado o programa de planilha eletrônica de cálculo, o *Microsoft Office Excel*, cujos recursos incluem ferramentas de construção de gráficos.

#### 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

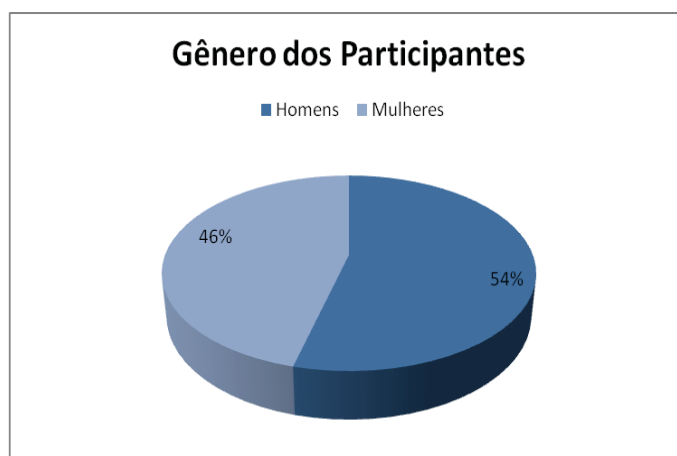
O município de Maranguape está localizado muito próximo a capital cearense. Alguns turistas que se encontram em Fortaleza se deslocam à Maranguape a fim de conhecer o potencial turístico que a mesma tem a oferecer, tornando-se assim, excursionistas na localidade.

Sendo assim a amostra foi caracterizada por 20% de turistas, visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas e por 80% de excursionistas, visitante temporário que permanece fora da sua residência habitual menos de 24 horas (Ver figura 1).



Figura 1 – Perfil do Visitante

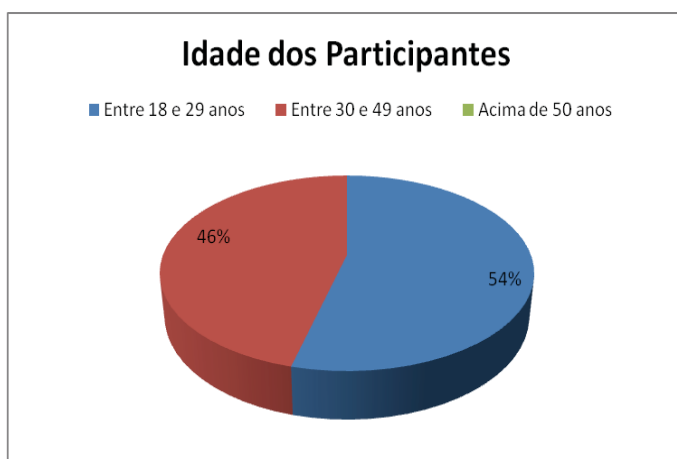
Quanto ao sexo dos participantes, obteve-se os seguintes resultados: 54% da amostra foi composta por homens e 46% por mulheres. Ressaltando que todos os participantes tinham nacionalidade brasileira (Ver figura 2).



**Figura 2 – Gênero dos Participantes**

A maior concentração de praticantes do gênero masculino nas atividades de aventura está relacionada ao fato de se tratar de ações intensas que requerem qualidades físicas como força, resistência e outras, mais desenvolvidas em homens do que em mulheres.

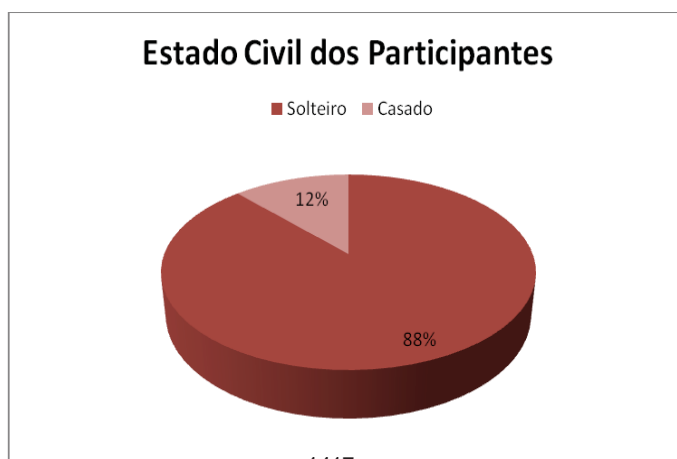
A pesquisa teve uma expressiva participação de jovens e adultos entre 18 e 29 anos, configurando 88% da amostra. Os demais entrevistados totalizaram 12 % e possuíam idade entre 30 e 49 anos. Não houve participação de pessoas acima de 50 anos. A média da idade dos participantes foi de 25,34 anos, ou seja, um público jovem (Ver figura 3).



**Figura 3 – Idade dos Participantes**

Segundo Waichman (2004), para a execução de uma atividade recreativa, deve existir uma disponibilidade psíquica e biológica de energia, uma vez que algumas atividades envolvem ação e necessitam das mesmas para serem realizadas. Por isso, os praticantes de esportes de aventura são representados por jovens, uma vez que estes possuem reservas energéticas mais elevadas e menores limitações físicas impostas pela idade.

O estado civil dos participantes, também obteve um resultado significativo, 12% da amostra foi composta por pessoas casadas e 88% por solteiros. Todos os participantes estavam acompanhados de amigos ou familiares (Ver figura 4).



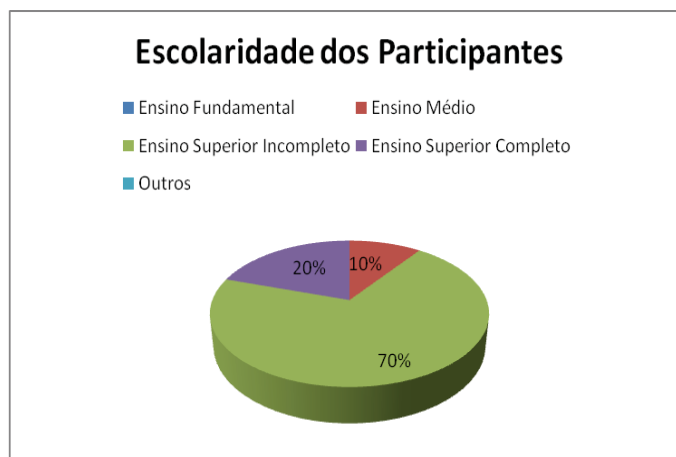


**Figura 4 – Estado Civil dos Participantes**

O maior envolvimento dos solteiros nas atividades de ação está atrelado ao fato dos mesmos possuírem mais tempo dedicado ao lazer do que aqueles que além das obrigações trabalhistas ainda possuem responsabilidades familiares.

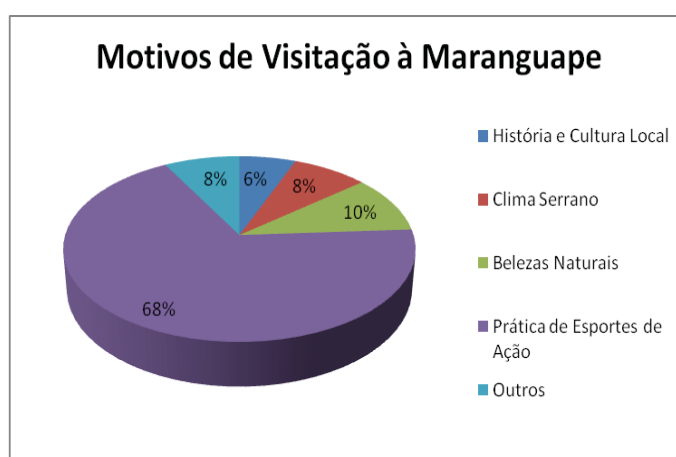
Quanto à escolaridade, pode-se observar que apenas 10% dos entrevistados possuem somente o ensino médio completo, já 70% dos participantes possuem ensino superior incompleto, ou seja, ainda estão em formação e 20% do público possui ensino superior completo (Ver figura 5).

Nenhum dos entrevistados apresentou escolaridade relativa ao ensino fundamental e nenhuma outra formação acadêmica como Especialização, Mestrado e Doutorado. A elevada participação de estudantes de nível superior está embasada na idade dos participantes da pesquisa, jovens entre 18 e 29 anos.



**Figura 5 - Escolaridade dos Participantes**

O perfil do turista de aventura possui as seguintes características: “idade entre 18 e 29 anos, solteiro, hábito de viajar em grupos, estudante de nível superior [...]” (MTUR, 2010, p. 26). Sendo assim, a amostra de participantes apresentada condiz com o perfil traçado pelo Ministério do Turismo.



### Figura 6 – Motivos de Visitação à Maranguape

As principais motivações do Turismo de Aventura são: “Recreação ativa, desafios e emoções, vivências e experiências memoráveis, ambientes naturais, contato com outros praticantes [...]” (MTUR, 2008, p. 30), sendo assim, pode-se observar que a principal motivação do deslocamento realizado pelos participantes foi ocasionada pela prática de Esporte de Ação e Aventura, ou seja, uma recreação ativa, totalizando 68% da amostra (Ver figura 6).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Maranguape comercializa os seguintes esportes de ação: trilhas, tirolesa, caiaque, escalada, arvorismo e *trekking*. Os visitantes eram em sua maioria excursionistas, jovens, solteiros, estudantes de nível superior, motivados pela prática de esportes de ação e aventura, tais características condizem com o estabelecido pelo Ministério do Turismo, atingindo assim o objetivo da pesquisa.

Este estudo oferece uma base para que os produtos e serviços da região sejam ofertados de acordo com o perfil do visitante. Assim, as empresas locais podem conhecer e adequar-se às expectativas dos consumidores, aprimorando seu negócio.

É importante considerar alguns aspectos de ordem prática adotadas pelo município de Maranguape para atender a demanda com excelência: horários e dias de atividades pré-estabelecidos, abrangência dos grupos de turistas (indicação mínima e máxima de capacidade de atendimento), estabelecimento de canais de comunicação, articulação e organização dos contatos da rede de serviços, definição de serviços ofertados e elaboração de material com informações a fim de situar o visitante na localidade.

O município deve adotar planos de ação para desenvolver mais atividades de aventura, uma vez que as formações rochosas do município possibilitam a prática de rapel e os bons ventos incentivam o parapente, ampliando assim as possibilidades de oferta turística e estimulando ainda mais o público que visita a região.

Enfim, falar de turismo de aventura é ter em mente uma cadeia de movimentos turísticos provenientes da prática de esportes de ação, de caráter recreativo e não competitivo, em busca do lazer descomprometido e de uma melhor qualidade de vida.

### REFERÊNCIAS

ANTUNES, C. **Manual de Técnicas de Dinâmica de Grupo de Sensibilização de Ludopedagogia**. 11ª ed. Vozes – Petrópolis – Rio de Janeiro 2002.

BENJAMIN, W. **Reflexões sobre a Criança, o Brinquedo e a Educação**. São Paulo: Duas cidades; Ed. 34, 2002.

BRASIL. **Turismo de Aventura: Manual de Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL. **Manual de Orientações básicas do Turismo de Aventura**. Ministério do Turismo. Brasília: 2010.

EMBRATUR. **Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura**: relatório da oficina de planejamento. Caeté, Minas Gerais: EMBRATUR, 2001.

KISHIMOTO, T. F. A concepção de jogo infantil. In: Kishimoto, T. (org.) **O brincar e suas Teorias**. São Paulo: Pioneira, 2002.

PREFEITURA DE MARANGUAPE. Conheça nossa cidade. Disponível em: <http://www.maranguape.ce.gov.br/>, acesso em 15 de janeiro de 2011.

PRONI, Marcelo W. **Esporte Espetáculo e Futebol Empresa**. Tese de doutorado, Campinas: FEF / UNICAMP, 1998.

RUSCHMANN, D. **O planejamento do turismo e a proteção do meio ambiente**. São Paulo: ECA/USP, 1995.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus, 2001.

SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S., POMFRET, G. **Turismo de Aventura**: conceitos e estudos de caso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

TRIGO, L. G. G. **A Sociedade Pós-Industrial e o Profissional em Turismo**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1998.

WAICHMAN, P.A. **A Respeito dos Enfoques em Recreação**. *Revista da Educação Física/UEM*, v. 15, n. 2, 2004.

## EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA: ESTUDO DE CASO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO DO IFCE

K. C. N. Mota<sup>1</sup>; L. C. Ferreira<sup>2</sup> e W. R. Nobre<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – Campus Fortaleza

motaquila@yahoo.com.br; lu-capistrano@hotmail.com; willian\_rian@hotmail.com

### RESUMO

Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia são instituições amplamente reconhecidas no mercado, pois atendem às exigências das necessidades mercadológicas por profissionais qualificados em diversas áreas. Também são instituições que oferecem uma educação gratuita no cenário educacional brasileiro, importante para o desenvolvimento socioeconômico dos estados onde estão localizadas. No estado do Ceará, o Instituto Federal do Ceará (IFCE), cumpre essa missão de formação profissional em nível médio, técnico e superior, com cursos de grande destaque, como os cursos da área de turismo. Diante da significativa importância do turismo no estado do Ceará e do IFCE como formador de mão-de-obra neste setor, pioneiro no ensino técnico de turismo e do ensino superior gratuito em turismo, foi realizado um estudo de caso do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo. A pesquisa teve como objetivo geral estudar o caso do curso de Turismo no IFCE em 2011 e como objetivos específicos descrever a trajetória deste curso, que passou de ensino técnico para superior, descrever as mudanças que aconteceram nas matrizes curriculares, identificar os fatores mais recentes que culminaram no processo de mudança de curso tecnológico em turismo para bacharelado em turismo. A pesquisa é descritiva-explicativa, segundo seus objetivos, utilizando-se do método de estudo de caso do Instituto Federal do Ceará. Foi realizada pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de campo para coletar a opinião de alunos e professores do curso de Turismo do IFCE, através do questionário como instrumento de pesquisa. A aplicação de questionários se deu no período de 2010.2 e 2011.1, realizada pessoalmente dentro do IFCE aos professores e alunos do curso. Os resultados apontaram que apesar de haver diferenças no perfil, entre curso tecnológico e bacharelado em turismo, tanto professores como alunos são favoráveis a introdução do bacharelado.

**Palavras-Chave:** Institutos Federais de Educação. IFCE. Educação Tecnológica. Cursos de Turismo.

## 1. INTRODUÇÃO

O tema escolhido para ser apresentado neste artigo foi a educação tecnológica, através do estudo de caso do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFCE, por ser uma instituição de ensino público e gratuito com destaque e pioneirismo no ensino de turismo no cenário regional e nacional, da rede dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia do Brasil. Daí surgiu o questionamento de estudar esse curso, visto a importância que o turismo ganha cada vez mais no cenário mundial, atingindo mercados e por isso necessitando de mão de obra especializada que é formada nos cursos superiores em turismo.

O Brasil oferece três graduações de nível superior: licenciatura, bacharelado e tecnológica, cada uma com características próprias definidas pela contribuição que cada egresso desempenhará em sua vida social e profissional. Além disso, tais cursos podem ser oferecidos em duas modalidades: presencial ou à distância. As diferentes metodologias e abordagens são necessárias para que cada graduação dê à ciência, à tecnologia e à cultura sua contribuição na construção diferenciada do perfil profissional. Os cursos são coerentes com as demandas sociais, mas ainda necessitam de aprimoramento para melhor posicionamento do perfil profissional enquanto cursos superiores de tecnologia, pois se acredita que ainda não está claro o perfil profissiográfico do tecnólogo em turismo e sua diferença com o bacharel em turismo. Ambos são muito semelhantes embora o tecnólogo seja formado mais para as áreas operacionais e o bacharel para o planejamento e pesquisa na área.

A grande extensão territorial brasileira, os regionalismos, a diversidade socioeconômica e cultural e as divergências geoeducacionais são fatores relevantes no momento de se planejar e gerir a educação superior da mão-de-obra que atuará na linha de frente do turismo nacional. Daí a importância de estudar o curso de turismo do IFCE como modelo de estudo de caso do turismo que insere na sociedade profissionais qualificados e adequados as necessidades das demandas no mercado de trabalho. Este artigo tem por objetivo geral estudar o caso do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFCE e como objetivos específicos descrever a trajetória deste curso que começou como técnico e foi verticalizado, descrever as significativas mudanças que aconteceram nas matrizes curriculares e identificar os fatos mais recentes que culminaram no recente processo de mudança de curso tecnológico em turismo para bacharelado em turismo.

A pesquisa deste artigo pode ser definida, como um estudo descritivo-explicativo que foi desenvolvida em várias instâncias, para atingir os objetivos propostos e responder às questões formuladas, baseando-se em fontes diretas e indiretas através de pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Para estudar o caso do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal do Ceará, foram levantadas informações oficiais de criação e reconhecimento do curso junto ao departamento de Artes, Turismo e Lazer. Foram coletados e analisados alguns documentos institucionais, bem como o projeto pedagógico do curso de turismo. Também foram feitas entrevistas com o reitor do Instituto Federal do Ceará, com o pró-reitor de ensino, com a chefe de departamento da área de Turismo, Artes e Lazer do Instituto no *Campus* Fortaleza. Posteriormente foi realizada uma pesquisa com os alunos do curso de turismo e com os professores das áreas específicas do curso visando investigar o posicionamento em relação ao curso de turismo e suas mudanças dentro do IFCE. O material coletado na pesquisa de campo foi submetido a um tratamento descritivo-analítico em função dos objetivos da pesquisa.

O trabalho está dividido na primeira parte em introdução, com os objetivos e metodologia do trabalho. A segunda parte apresenta o referencial teórico. Na terceira parte há uma breve descrição do IFCE. A quarta parte descreve a área de turismo do IFCE. Na quinta parte descreve-se a pesquisa de campo com professores da área de turismo e alunos do curso Tecnológico em Gestão de Turismo do IFCE.

## 2. EDUCAÇÃO E PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL

As pesquisas e publicações que tratam do tema da educação superior no Brasil estão numa fase inicial de reflexões sobre a área. Destacam-se alguns autores de publicações nessa área como Trigo (1998), Ansarah (2002), Rejowski (2002), Ruschmann (2002), Dencker (1998, 2000 e 2002), Matias (2002), Panosso Netto (2003), Leal (2011) entre outros, mas muito ainda precisa ser feito até que se possa dizer que se atingiu a fase da maturidade do ensino superior de turismo num país tão vasto, cheio de riquezas naturais e culturais, com diversidades inerentes a sua estrutura socioeconômica e geopolítica.

A abordagem do tema, que começou a aparecer nas teses de doutorado e suas publicações a partir do ano 2000 (por exemplo: DENCKER, 2000; REBELO, 1998; TRIGO, 1998) e dissertações de mestrado (como BURATO, 2000; BINATTI 2001; GAETA 2001; KRAUSE, 2001; SCHILINDWEIN, 2001; CARLOS, 2002; TOMASULO 2002; NASCIMENTO, 2002) provenientes, em sua maioria, dos cursos de pós-graduação da ECA/USP, UNIVALI, UCS e UESC, confirmam essa afirmação. Outros estudos foram surgindo depois disso e num desses estudos, foi observado como conclusão que “comprovou-se a necessidade de análise da formação e definição de um projeto pedagógico para o turismo que leve em conta as características geoeconômicas e socioculturais das regiões em que se situam as escolas” (NASCIMENTO, 2002, p. 100).

Além disso, o contexto mundial vem exigindo novos estudos e adaptações das políticas vigentes de modo que se possa caminhar na mesma direção dos novos paradigmas. A nova LDB veio ao encontro desse novo contexto, abrindo espaço para uma concepção mais ampla e ao mesmo tempo mais coerente com as diversidades sociais e culturais brasileiras. Observa-se que o pluralismo de idéias e de concepções dos cursos de turismo e áreas afins são, notadamente, bem vindos diante das particularidades de cada região do Brasil. Ressalta-se ainda que é a diversidade que faz com que o turismo seja tão intrigante e impulse mais de 900 milhões de pessoas a se movimentarem anualmente ao redor do mundo (EMBRATUR, 2008).

A educação e formação de recursos humanos em turismo são consideradas um fator chave em um mundo onde a informação, a criatividade e o *know-how* se configuram como a mais importante fonte de criação de valor. Entretanto, essa qualificação não está livre das “regras do jogo” da competitividade, pois precisa se desenvolver de acordo com as necessidades e expectativas dos usuários, otimizando seus recursos. Assim, é preciso dispor de uma educação turística com qualidade e eficiência para a qualidade e eficiência do próprio setor de turismo (OMT, 1997).

Dessa forma, a formação do profissional em turismo precisa estar adequada aos regionalismos existentes, para que a eles seja atribuído seu real valor e possam perdurar no decorrer do tempo e das interações entre sujeito e objeto provocadas pela própria atividade do turismo nos núcleos receptores, especialmente em um país vasto e complexo como o Brasil. Desse modo, esses profissionais poderão promover um desenvolvimento sustentável do turismo em suas comunidades, competindo à altura dos níveis de qualidade exigidos na sociedade em que se vive.

### **3. INSTITUTO DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ – IFCE**

O IFCE iniciou suas atividades como escola de Aprendizes Artífices no ano de 1909. Em 1937, a Escola de Aprendizes Artífices foi transformada em Liceu Industrial de Fortaleza. Em 1942, ocorreu a mudança de institucionalidade, para Escola Industrial de Fortaleza, que passou a oferecer formação profissional com bases industriais. Em 1952, a Escola Industrial de Fortaleza começou a funcionar no endereço da atual sede na Avenida 13 de maio, n. 2081. Em 1965, foi criada a Escola Industrial Federal do Ceará. Em 1968, a então Escola Industrial do Ceará foi transformada em Escola Técnica Federal do Ceará que passou a ofertar cursos técnicos de nível médio nas áreas de edificações, estradas, eletrotécnica, mecânica, química industrial, telecomunicações e turismo em detrimento da antiga escola com atribuições de formar apenas profissionais da área industrial (IFCE, 2010).

Em 1999, a Escola Técnica Federal do Ceará passou a ser Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará (CEFET/CE). Em 26 de maio do mesmo ano foi aprovado, por meio da Portaria nº 845, o Regimento Interno da Instituição. No ano de 2009, foi sancionada a Lei 11.892/2008, pelo Presidente Luis Inácio Lula da Silva, onde foram criados trinta e oito Institutos Federais de Educação,

Ciência e Tecnologia por todo o Brasil. O Instituto Federal do Ceará já nasceu, então, com nove *Campi*. No final de 2010 conseguiu ganhar destaque nacional, pelo seu reitor ser nomeado o presidente do Conselho das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica (CONIF), que reúne todas as Instituições Federais de Educação Profissional e Tecnológica do Brasil. Além disso, o IFCE mantém articulação com os IF's do Norte e Nordeste através da *red net*, com estrutura virtual, segundo informou o próprio reitor.

#### 4. ÁREA DE TURISMO DO IFCE

É no IFCE que está ofertada a maior quantidade de cursos da área de Turismo do Nordeste, representando em 2011, 61,5% dos cursos em oferta (oito dos treze) na região, em vários *campi*. Ao longo dos anos essa ampliação da oferta de cursos foi importante para a colocação dos profissionais egressos da área de turismo no mercado de trabalho cearense e para fortalecer o turismo de modo geral. No campus Fortaleza do IFCE, o departamento de Artes, Turismo e Lazer é responsável pela gerência dos cursos técnicos em música, guia de turismo, os cursos superiores em artes visuais, artes cênicas, e na área de turismo os cursos superiores de Tecnologia em Hotelaria; Tecnologia em Gestão de Turismo e Tecnologia em Gestão Desportiva e de Lazer, além da pós graduação em políticas públicas do turismo. A área ainda envolve o curso superior de tecnologia em hotelaria ofertado à distancia, pela Universidade Aberta do Brasil (UAB).

##### 4.1. Histórico da área de Turismo do IFCE

A oferta dos cursos na área de turismo e hospitalidade do IFCE teve início com a inauguração do primeiro curso, pioneiro do estado do Ceará, na década de setenta. Segundo Vasconcelos (1995), O primeiro curso na área de turismo, surgido em 1972 (deliberação no. 109 de 8 de dezembro de 1972 do Conselho de Representantes da Escola Técnica do Ceará), foi o curso colegial técnico de turismo, que havia surgido para atender à demanda por profissionais da área de turismo devido ao potencial turístico do estado do Ceará. A então Escola Técnica Federal do Ceará (ETFCE) foi escolhida para ser pioneira neste curso tanto no estado do Ceará, como na rede federal das escolas técnicas, devido à qualidade e reconhecimento da instituição perante a sociedade.

O curso surgiu com características técnico-industriais, objetivava formar profissionais para atuar nas áreas de administração e organização turística no Estado. A organização curricular inicial do curso de turismo era composta por 2.640 horas aula, em três séries, com dois semestres cada, sendo a primeira série básica, comum a todos os cursos da escola. O estágio não era componente curricular, mas o aluno precisava elaborar e apresentar um relatório de atividades desenvolvidas por ele numa empresa de turismo para requerer o diploma. Em 1990, por exigências da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e da Associação de guias de turismo do Brasil (AGTURB-CE), novas adaptações foram feitas no currículo para permitir que os egressos deste curso fossem credenciados à EMBRATUR e filiados à AGTURB-CE nas categorias de “guia local” e “guia de excursão”. A essa época, o curso tinha funcionamento noturno, com duas mil horas distribuídas em cinco semestres, sendo o último deles dedicado ao estágio em empresas de turismo (Vasconcelos, 1995). A partir de 2002 o curso passou a ser oferecido também em nível superior, além do nível técnico na área de turismo. Em 2011, o IFCE tem tradição de cerca de 40 anos de cursos na área de turismo, guiamento e agenciamento, foi o pioneiro em formar e acomodar no mercado profissionais qualificados, o que tornou possível a credibilidade e o respaldo entre o *trade* turístico e a sociedade cearense (Mota, 2011).

##### 4.2. Projeto Pedagógico, Organização Curricular e Objetivos do curso de Turismo

Os cursos da área do eixo tecnológico de hospitalidade e lazer no IFCE foram criados buscando atender à necessidade do mercado no setor de turismo, que busca profissionais mais especializados em determinadas funções. Para isso, os cursos oferecem esta formação em cursos de tecnologia, mais específica, com formação em menos tempo que cursos de bacharelado ou licenciatura, sendo três anos a duração média dos cursos desta área no IFCE. Em 2011 se ofertam, no eixo tecnológico de Hospitalidade e Lazer, os cursos: de Gestão Desportiva e de Lazer, com 2.100 h/a legalizado pela

portaria n 616,de 19-12-2007-MEC; o curso de Hotelaria com 2.620 h/a legalizado pela Portaria n 337,de 27-04-2007-MEC e o curso de Gestão de Turismo, com 2.880 h/a e legalizado pela portaria n 577,de 29-11-2007-MEC.

#### **4.2.1 Histórico do Curso superior de tecnologia em Gestão de turismo**

O curso técnico de agenciamento e guia oferecido pelo IFCE até início dos anos 2000 deixou de ser ofertado para dar espaço à formação superior. Em 2001 houve a necessidade de fazer a verticalização do curso de Turismo do IFCE devido às necessidades mercadológicas do setor turístico, para um curso com foco em empreendedorismo. Dessa forma foi proposto em julho de 2001 o “Projeto de Verticalização do Curso de Turismo” e através dele apresentado o primeiro curso superior de tecnologia na área de turismo do IFCE, o então curso de Gestão em Empreendimentos Turísticos (GET), aproveitando a infra-estrutura física e o corpo docente disponível na época (ano de 2002).

O objetivo geral do curso de GET visava atender à demanda na área de turismo e Hospitalidade, na média e macro Gestão dos Empreendimentos Turísticos, em agências de turismo, agências de transportes, empresas de receptivos, empresas de eventos, hotéis, motéis, spas, locadoras de veículos, comércio turístico, centros de lazer, empresas restaurativas e gastronômicas, instituições de qualificação e empresas de planejamentos turísticos. O curso possibilitava a certificação intermediária por módulos: I módulo introdutório, II comercialização de produtos e serviços turísticos, III coordenação da produção de serviços. O perfil profissional traçado para o egresso do curso de gestão de turismo era de formar o profissional apto a criar; organizar; tomar decisões; ser empreendedor; desenvolver projetos; guiar turistas. O estágio era opcional, mas havia a necessidade de práticas profissionais e do trabalho de conclusão de curso.

Ocorreram várias mudanças na matriz do curso de Gestão de Empreendimentos Turísticos. Em 2007 foi criado o curso de Tecnologia em Agenciamento de Viagens (TAV), uma verticalização do curso de guiamento, atendendo às exigências do mercado, com características semelhantes ao curso técnico, porém em nível superior. Em 2008, houve novas mudanças e este curso foi extinto e sua matriz curricular foi integrada ao curso de Gestão de Turismo, passando este a ter habilitação em guiamento nacional. Estas mudanças foram optativas para os alunos que já estavam nos dois cursos visto que poderiam migrar para a nova matriz curricular do curso de Gestão de Turismo. Alguns alunos optaram por permanecer com a antiga matriz curricular, para não perder tempo na formação e outros optaram pela nova matriz, por ser mais completa e abrangente. Após essas alterações, o curso permaneceu em 2011, como curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, com carga horária total de 2880h/a em 7 semestres. Seu objetivo geral era de promover a formação profissional para atender à demanda na área de turismo, através da educação tecnológica voltada para a média e macro gestão em empresas privadas e públicas na área turística e instituições e empresas de planejamento turístico, habilitando em guia de turismo regional e nacional.

#### **4.2.2. Processo de mudança do curso de tecnologia para bacharelado em turismo**

O curso Tecnológico de Gestão em turismo do IFCE está passando novamente por um processo de mudança, pois será ofertado em 2012, como bacharelado em turismo. O processo de decisão para extinguir o curso de turismo como curso tecnológico e passar a ser ofertado como bacharelado passou por várias etapas que levaram cerca de quatro semestres. Os profissionais com graduação tecnológica em Gestão de turismo, segundo os alunos do IFCE, são bastante discriminados por terem uma graduação que é comparada a nível técnico no Ceará e que passam constrangimentos, pois em muitos concursos públicos não são aceitos. Depois de pedido formal dos alunos, foram realizadas reuniões entre o colegiado dos alunos e os professores do curso de gestão de turismo do IFCE para discutirem as mudanças do tipo de curso de tecnológico para bacharelado.

Houve posicionamentos contra essa mudança por parte dos professores, após várias reuniões e discussões, a votação do corpo docente e discente foi favorável à criação do novo curso como bacharelado. Dessa forma, optou-se pelo curso de turismo na modalidade de bacharelado,



permanecendo os demais cursos tecnológicos (Hotelaria e Gestão desportiva e de lazer), técnico e de pós-graduação. As estruturas físicas e humanas atendem aos requisitos para ao bacharelado, além de estar prevista a formação de bacharéis pelos institutos federais. A previsão é de que o curso entre em vigor no ano de 2012 e que seja oferecido anualmente alternando sua oferta com o curso técnico em turismo do IFCE, para não haver desequilíbrio na oferta de cursos técnicos e de graduação, não saturar o mercado, nem sobrecarregar os professores disponíveis para a área específica.

A proposta do novo curso, recentemente aprovado, foi elaborada por uma comissão de docentes do IFCE, compreende uma matriz curricular bem atualizada e coerente com a legislação e demandas regionais, com disciplinas, línguas estrangeiras e estágios obrigatórios, atividades complementares e disciplinas optativas que totalizam uma carga horária de quase 3000 horas aula, em oito semestres letivos. O curso terá foco nas áreas de Gestão de Negócios e Empreendedorismo, Planejamento Turístico e Políticas Públicas, Agências de Viagens e Eventos.

## 5. PESQUISA DE CAMPO COM ALUNOS E PROFESSORES DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

Nesta parte investigaram-se as opiniões de professores e alunos do curso superior de Gestão em Turismo do IFCE, ofertado em 2011, sobre aspectos do curso e da mudança de tecnológico para bacharelado em turismo. A seguir apresentam-se os resultados das duas pesquisas.

### 5.1 Pesquisa com os alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo

A pesquisa com o corpo discente do IFCE foi realizada no mês de março de 2011 e pretendeu investigar a opinião dos alunos sobre as mudanças ocorridas no curso superior de Turismo do IFCE, diante do contexto atual. Existia, na época da pesquisa, o total de 178 alunos matriculados no curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, entretanto nem todos eram assíduos no curso e 30,61% já concluíram as disciplinas teóricas do curso, faltando apenas a monografia. Elaborou-se um questionário com questões fechadas e abertas que versaram sobre o perfil do aluno, a motivação para o curso e para a profissão, a inserção no mercado de trabalho e a opinião quanto às mudanças do curso tecnológico para o bacharelado. Obteve-se uma participação de 56 alunos, o que representa 31,46% do total de alunos matriculados.

Os resultados da pesquisa quanto ao perfil do discente apontaram que 74,55% dos alunos entrevistados são do sexo feminino. A faixa etária dos alunos entrevistados variou de 19 a 28 anos, sendo, a maioria, situada entre 20 a 23 anos 72,55%. A maioria dos entrevistados (81,81%) era da cidade de Fortaleza/CE, *campus* onde se realizou a pesquisa. Os resultados da pesquisa, no que se refere à motivação dos alunos em fazer o curso de turismo do IFCE, apontaram que a maioria de 72,73% se motivou a fazer o curso devido à facilidade na oferta de empregos na área. Quando se abordou se o curso correspondeu às expectativas dos alunos as respostas apontaram em sua maioria como parcialmente para 60,72% dos alunos entrevistados.

A pesquisa apontou que 44,64% dos alunos já estão trabalhando na área de turismo, mesmo enquanto estudante, principalmente em locais (71,45%) históricos, aeroporto, companhia aérea, eventos e pesquisas (iniciação científica). Foi perguntado se os alunos encontraram dificuldades de inserção no mercado de trabalho e a pesquisa apontou que não houve dificuldade para 55,10% dos alunos entrevistados. Daqueles alunos que não estavam trabalhando na área, foi perguntado em que área pretendia atuar no mercado em turismo depois de formado pelo curso do IFCE e as respostas apontaram principalmente para planejamento turístico (público) municipal e estadual (30%). A seguir está a figura com a opinião dos alunos sobre o perfil do curso tecnológico para bacharelado em turismo do IFCE.

Modalidade	Diferenças	Diferenças que	Perfil desejado do	Competências	Habilidades do
------------	------------	----------------	--------------------	--------------	----------------

de curso		deveriam aparecer na matriz curricular	egresso	do egresso	egresso
Curso Tecnológico	Mais rápido e um curso mais prático (27,65%)	As disciplinas deveriam ter maior aprofundamento, serem mais voltadas para a área acadêmica com maior foco em pesquisas tecnológicas, a matriz curricular de um modo geral é boa (53,58%)	As atividades em campo deveriam ser específicas, proporcionando conhecimento amplo do aluno com perfil maior de fluência em línguas, solucionador de problemas do dia-a-dia na área e capaz de estabelecer contato com o público (63,64%)	Como ter atuação mais específica, saber identificar oportunidades, ser flexível e pontual nos horários, ter maior conhecimento geográfico e teórico além de maior nível técnico (75%)	o profissional ser qualificado em idiomas e ter maior conhecimento prático, exercer liderança, saber falar bem, ser extrovertido e gostar de pessoas além de ter atuação nos mercados de viagens, hotelaria, meios de transporte e eventos (68%)
Curso Bacharelado	Possui maior profundidade de conhecimentos, é mais abrangente (aborda também pesquisa, administração e planejamento) e voltado para o lado acadêmico, não somente para o mercado de trabalho (53,20%)	Haver maior carga horária nas disciplinas chaves do curso, a oferta de mais disciplinas optativas, disciplinas voltadas para a pesquisa, guiamento, eventos, maior conhecimento operacional, mais aulas práticas em campo, proporcionando foco mais amplo no turismo (45,16%)	O curso deva ser mais teórico e possibilita carreira acadêmica, pesquisas e pós-graduação (45,45%)	Ter habilidades estratégicas e administrativas, saber identificar as oportunidades, planejar e solucionar problemas, ter domínio de idiomas e conhecimentos em sociologia e mercado.(70%)	Ter maior conhecimento técnico e saber mesclar os conceitos de turismo com história, geografia e sociologia, ser pesquisador e qualificado para a criação de produtos e processos no turismo (66,66%)

**Figura 1. Opinião dos alunos sobre a mudança do curso tecnológico para bacharelado em turismo do IFCE.**

Fonte: pesquisa direta, 2011.

As opiniões dos alunos quanto ao posicionamento em relação à introdução do curso de bacharelado em substituição ao tecnológico em turismo do IFCE podem ser observadas na figura a seguir.

Aspectos positivos da introdução do bacharelado em substituição ao tecnológico	Aspectos negativos da introdução do bacharelado em substituição ao tecnológico	Opinião dos alunos acerca da <b>política da educação brasileira</b> que admite as diferentes modalidades (tecnológico, bacharelado, licenciatura) para a formação do turismólogo	<b>Opinião dos alunos</b> para saber por que muitos professores e alunos preferiram que o IFCE ofertasse o curso de turismo em nível superior como bacharelado e não como tecnológico	<b>Fatores que influenciaram a opção</b> dos alunos pelo bacharelado
Aprofundamento, abordagem no turismo com maior campo de atuação, verticalização e amadurecimento do curso com a ampliação da carga horária, a possibilidade atuação como professor, possibilidade de complementação da formação acadêmica (43,19%)	Perca do foco em negócios do curso, o mercado de trabalho terá profissionais muito qualificados em postos de trabalho operacionais com baixos salários, além poder haver falta de mão-de-obra devido à perda da identidade tecnológica do curso, as dificuldades e prejuízos aos alunos que não migraram para a nova grade, o acréscimo de disciplinas ao curso (64,87%)	Manter as diferentes modalidades da formação do turismólogo, pois o mercado exige diferentes perfis, assim como os alunos também tem necessidades diferentes dentro da mesma área de atuação. Ambos são necessários já que a área do turismo é diversificada (66,08%)	Maior reconhecimento e valorização do curso no mercado (26,92%)	Maior matriz curricular, a oportunidade para os alunos de obterem a graduação de bacharelado, maior qualificação profissional, devido ao melhor salário dos bacharéis em relação aos tecnólogos e devido às exigências do MEC (65,79%)

**Figura 2. Posicionamento dos alunos em relação à introdução do curso de bacharelado em turismo em substituição ao tecnológico em Gestão de turismo no IFCE. Fonte: pesquisa , direta 2011**

## 5.2 Pesquisa com professores do Curso de Gestão de Turismo

A pesquisa com o corpo docente do IFCE foi realizada no mês de Abril de 2011 e pretendeu investigar a opinião dos professores sobre as mudanças ocorridas no curso superior de Turismo do IFCE, diante do contexto atual. Existia, na época da pesquisa, o total de 30 professores efetivos no Departamento de Artes e Turismo para atuar nos cursos de turismo e áreas afins. Alguns professores estavam de licença ou pertenciam a outros *campi*, sendo então o total de 27 professores nos cursos. Todos foram interrogados, entretanto obteve-se a participação de 13 professores na pesquisa, o equivalente a 48,15% dos docentes do IFCE dessa área. Os professores pesquisados tinham formação acadêmica em diferentes áreas das ciências sociais e humanas e tinham, em sua maioria, mais de 16 anos no IFCE (70%).

Elaborou-se um questionário com questões fechadas e abertas que versaram sobre a política educacional brasileira no contexto atual e sobre as mudanças do curso tecnológico em turismo para bacharelado em turismo. Os professores foram solicitados a preencher os questionários no local de trabalho, antes das aulas e durante o horário de intervalo das aulas, período vespertino e noturno.

Na opinião da maioria dos professores (92,30%), é bom que permaneça na política da educação Brasileira a possibilidade de oferta de diferentes modalidades (tecnológico, bacharelado, licenciatura) de cursos superiores na área de turismo. Além disso, os cursos tecnológicos oferecidos pelo IFCE para o mercado de trabalho e a sociedade cearense são importantes, pois atendem às demandas, proporcionam ao mercado egressos com visão operacional e de gestão e promovem a qualificação em diferentes especialidades. Na opinião dos pesquisados, muitos professores e alunos preferiram que o IFCE ofertasse o curso superior de turismo como bacharelado e não como tecnológico devido ao não reconhecimento do tecnólogo no mercado (50%). Na figura a seguir serão apresentados os resultados das opiniões dos professores sobre as mudanças do curso tecnológico para o bacharelado em turismo no IFCE.

Modalidade de curso	Diferenças	Diferenças que deveriam aparecer na matriz curricular	Perfil desejado do aluno egresso	Competências do aluno egresso	Habilidades do aluno egresso
Curso Tecnológico	Curso mais técnico, mais específico, tempo menor (36,36%),	Voltadas para a gestão e para a prática (80%)	Foco na pesquisa e inovação (37,50%)	Mais técnica, tecnológica e de interação com os setores produtivo e acadêmico (55,56%),	Geração de conhecimento (87,50%)
Curso Bacharelado	É mais acadêmico e mais teórico (45,46%)	Disciplinas de planejamento, pesquisa e docência (66,66%),	Um perfil voltado para mercado, planejamento, pesquisa e políticas públicas (71,43%)	Articulação das políticas públicas com o Planejamento e organização do turismo (75%)	Voltadas para o planejador e mais estratégicas (75%)

**Figura 3. Opinião dos professores sobre o perfil do curso tecnológico para bacharelado em turismo do IFCE.**  
Fonte: Pesquisa direta, 2011

Os professores também apontaram quais os aspectos positivos e negativos da introdução do bacharelado em turismo em relação ao tecnológico, como seguem na figura.

Introdução do curso de bacharelado em turismo em substituição ao tecnológico em Gestão de turismo no IFCE (pontos positivos)	Introdução do curso de bacharelado em turismo em substituição ao tecnológico em Gestão de turismo no IFCE (pontos negativos)
Ser mais uma opção para os estudantes e a sociedade (45,45%)	Tecnologia como parte da identidade institucional (36,37%)

**Figura 4. Posicionamento dos alunos em relação à introdução do curso de bacharelado em turismo em substituição ao tecnológico em Gestão de turismo no IFCE.** Fonte: pesquisa direta, 2011

## 6. CONCLUSÃO

Através do estudo de caso do curso superior de turismo do IFCE, demonstrou-se a importância do Instituto Federal do Ceará para a formação do profissional da área de turismo no estado do Ceará. Formam observados os aspectos institucionais, demonstrou-se o como funciona o curso superior de turismo como um todo. Além disso, as recentes mudanças no curso Tecnológico em Gestão de turismo provocaram reflexões entre alunos e professores sobre o bacharelado, modalidade a ser implantada.

A pesquisa de campo apontou que a maioria dos alunos do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo e dos professores vê que existem diferenças significantes entre o curso tecnológico e o bacharelado em turismo, principalmente quando se refere ao campo de atuação no mercado de trabalho, o tempo de duração, o conteúdo programático dos cursos, aceitação pela sociedade e mercado no geral.

Os entrevistados também apontaram que, de um modo geral, são favoráveis à introdução do bacharelado e vêem essa mudança de forma positiva tanto para a instituição que diversifica sua oferta de cursos, por oferecer o único curso de bacharelado gratuito em turismo no Estado, os professores e principalmente os alunos, pois a realidade da atividade turística permite essa flexibilidade do ensino no turismo, a extensão do conhecimento para se adequar às demandas do mercado, que se atualizam cada vez com mais frequência. Além disso, há espaço para os bons profissionais se destacarem, independente de curso tecnológico, bacharelado, técnico, ou outra modalidade de curso, já que diferentes competências e habilidades são requeridos pelo mercado.

O mais importante é que a educação em turismo seja palco de mudanças com qualidade, para atender a todos os profissionais que estão em atividade, os egressos dos cursos, o mercado de trabalho e a sociedade como um todo. A qualidade e a sustentabilidade do processo começa pelo ensino, por isso a importância de se ter um *feedback* contínuo entre ensino-aprendizagem, mercado e sociedade na área do turismo.

## REFERÊNCIAS

- ANSARAH, M. **Formação e Capacitação do profissional em turismo e Hotelaria**. São Paulo, Aleph, 2002.
- BINATTI, M DE L. V. **Qualificação dos recursos humanos para o turismo Rural: um instrumento para o desenvolvimento sustentável na serra catarinense**. Qualificação para Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2001.
- BURATO, M. **Centro de excelência em estudo do turismo: Tramas da história da criação do Centro de Educação Superior II**. 2000. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2000.
- CARLOS, D. O. **Diagnóstico da qualificação dos recursos humanos nas empresas hoteleiras de Curitiba**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2002.
- DENCKER, A. de F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998
- \_\_\_\_\_. **A pesquisa e a Interdisciplinaridade no Ensino Superior: uma experiência no curso de turismo**. 2000. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Pesquisa e interdisciplinaridade no ensino superior: uma experiência no curso de turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- EMBRATUR. Anuário estatístico EMBRATUR. Vol. 35. Brasília, Ministério do Turismo, 2008.

- GAETA, M. C. D. **Diagnóstico da atuação docente dos professores universitários em Turismo e Hotelaria: Uma perspectiva de otimização.** 2001. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação Currículo Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2001.
- INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ. 2010. Disponível em <[www.ifce.edu.br](http://www.cefetce.br/instituicao/sobre-nos.html#>.Acesso</a> em: 14 de agosto de 2010</p><p>IFCE. <b>Plano de desenvolvimento Institucional do IFCE 2009 – 2013.</b> Fortaleza, CE: IFCE, 2011. Disponível em: <a href=) Acesso em: 10 de março de 2011.
- LEAL, S. R. **Pesquisa em Turismo no Brasil: uma Revolução Silenciosa?** Revista Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 4, n. 1, p. 144-147, abril de 2011. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/turismo/article/viewFile/21387/14104>> Acesso em 09 de maio de 2011.
- KRAUSE, R. W. **Educação superior em gastronomia no Brasil: da universidade ao projeto pedagógico do curso da UNIVALI.** 2001. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2001.
- MATIAS, M. **Turismo: formação e profissionalização.** São Paulo, Manole, 2002.
- MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Educação Superior em Turismo no Brasil: Análise dos cursos no contexto contemporâneo e a oferta tecnológica nos Institutos Federais no Nordeste.** Tese de Doutorado do Programa de pós-graduação em Administração. Curso de Doutorado em Administração e Turismo. 2011. Universidade do Vale do Itajaí. 2011.
- NASCIMENTO, R. C. do. **Visão estrutural da evolução dos cursos superiores de turismo: a realidade atual.** 2002. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introducción a Tedqual: una metodología para la calidad en educación y formación turísticas.** Madrid (Espanña), OMT, 1997.
- REBELO, S. M. **Plano municipal de educação turística (PMET): um modelo para os municípios brasileiros de potencial turístico.** 1998. *Extracto de la Tesis Doctoral - Universidad Pontificia de Salamanca. Facultad de ciencias de la educación.* Salamanca: KADMUS, 1998.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira.** 6.ed. (Coleção Turismo) Campinas, SP: Papyrus, 2002.
- RUSCHMANN, D. V de M. **Turismo no Brasil: Análise e Tendências.** São Paulo: Manole, 2002.
- SCHILINDWEIN, C. M. **O projeto pedagógico no ensino superior em turismo.** Qualificação para Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2001.
- TOMASULO, S. B. **Plano de desenvolvimento turístico municipal: uma proposta interdisciplinar?** 2002. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2002.
- TRIGO, L. G. G. **A Sociedade Pós-industrial e o Profissional em Turismo.** Campinas, SP: Papyrus, 1998.
- VASCONCELOS, Amilton Nogueira de. **A importância do curso de turismo da ETFCE para o desenvolvimento turístico de Fortaleza.** Universidade Estadual do Ceará. Monografia. Curso de especialização em administração e direção escolar. Fortaleza-Ceará, 1995.

## EDUCAÇÃO PATRIMONIAL E CONHECIMENTO: UM ESTUDO A PARTIR DA VISÃO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO EM BOA VISTA – RR

C. V. Albuquerque<sup>1</sup>, R. L. Sarmiento<sup>2</sup>, S. S. L. Aguiar<sup>3</sup>, I. B. Costa e H. L. S. Melo<sup>4</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Roraima - Campus Boa Vista e <sup>4</sup>Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia – INPA

### RESUMO

A educação patrimonial se configura como um processo de suscitar o aprendizado através da sua cultura (material e imaterial), proporcionando no aluno sentimentos de conhecer e perceber a importância do seu passado, para compreender o presente e projetar o futuro. Dessa forma, esse artigo tem como objetivo identificar o conhecimento dos alunos à respeito do patrimônio histórico da cidade de Boa Vista, capital do estado de Roraima. A metodologia adotada baseou-se em levantar referências bibliográficas a respeito de trabalhos locais sobre o patrimônio histórico-cultural de Boa Vista, com o objetivo de vislumbrar o que já havia sido realizado sobre a temática e a educação patrimonial. Após esse processo foram aplicados questionário (um total de 46) em duas turmas de Ensino Médio da Escola Estadual Ayrton Senna da Silva localizada no centro de Boa Vista, às questões enfocaram o conhecimento, a valorização e as políticas governamentais sobre o patrimônio da cidade. Os resultados da pesquisa demonstraram que os alunos ainda estão confusos em entender o que é patrimônio, trocaram nomes dos mesmos e citaram prédios comerciais como, por exemplo, o único cinema do estado, porém possuem certa noção a respeito dos Patrimônios Históricos de Boa Vista identificando o grande número de monumentos pertencentes ao centro histórico de Boa Vista e outros localizados em alguns municípios e reconhecem que a população de Boa Vista e as autoridades não valorizam os Bens Patrimoniais. A partir do que foi abordado, conclui-se que os alunos investigados possuem um conhecimento, apesar de ainda fragmentado e mediano a respeito do objeto investigado, cabendo assim as autoridades investirem no currículo escolar através educação patrimonial de forma consolidada, já que se constitui em um tema transversal, o que poderá contribuir para a promoção do ensino e aprendizagem a respeito desta temática, bem como o processo de valorização da cultura local.

**Palavras-chave:** educação patrimonial, patrimônio histórico, conhecimento, Boa Vista.

## INTRODUÇÃO

A memória é formada como um meio central pelo qual as identidades são constituídas, é um fenômeno que deriva do coletivo. As lembranças são sempre coletivas, pois nós nunca estamos sós, na coletividade está contida a individualidade. Cultura, memória e tradição estão ligadas ao fator identidade. Existe quem afirma que através da história há um caminho para compreender as rupturas e as mudanças que ocorreram ao longo dos anos, adquirindo esse conhecimento através de grupos de famílias, de amizade e profissionais (FREIRE E PEREIRA, 2005).

Quanto aos bens patrimoniais a memória é formada através da identificação no patrimônio, essa interpretação é de suma importância para o resgate da memória. Le Goof (1994) afirma que a memória pode ser representada de duas formas: através dos monumentos e documentos sendo os dois subsídios da memória. Patrimônio esta diretamente conectado com a história, com as pessoas, com o local, a preservação dos bens patrimoniais seja material ou imaterial visa a consolidação da identidade da comunidade (PORTUGUEZ, 2004). A importância do patrimônio se faz presente na vida de cada um de nós, pois é o referencial e representante de nossos antepassados, portanto, de nossas raízes. Conforme o patrimônio é incorporado ao cotidiano, sua história é redescoberta e sua memória se mantém viva, fortalecendo a cultura e afirmando a identidade local. O patrimônio como um bem material é o símbolo de que pessoas contribuíram de alguma forma para a história de uma localidade. Ao olharmos para o patrimônio enxergamos a história da comunidade, que se integra por meio da memória social.

Reaprender-se a olhar para o patrimônio como um bem que representa identidade e que exterioriza o valor de uma cultura, de algo que pode ser a característica de uma conjuntura histórica, a leitura de uma concepção social ou a manifestação de uma tradição (COSTA; FERREIRA; ROCHA, 2010).

Porém, como fazer com que estudantes que são o nosso público-alvo, percebam e se identifiquem com a história local através dos bens patrimoniais? O presente artigo tem como finalidade principal desenvolver, estimular a valorizar a memória histórica de Boa Vista, a partir da elaboração da educação patrimonial com um roteiro educativo e turístico do Patrimônio Histórico local. Demonstrando que o conhecimento histórico local se constrói com o estudo dos fatos, vivências do cotidiano e outros elementos patrimoniais, tendo em vista que estes nos revelam a cultura das gerações passadas. “Passado é uma dimensão permanente das instituições, valores e outros padrões da sociedade humana” (HOBBSAWM, 1997).

Dessa forma, cada vez que atribuímos valor a um bem e esse nos remete a memória de algum fato do passado, simbolizando e dando identidade a um povo e a história desse bem, ou suas tradições são passadas a diante, estamos praticando a educação patrimonial. Ainda segundo HORTA (1999), o “conhecimento crítico e a apropriação consciente pelas comunidades de seu patrimônio são fatores indispensáveis no processo de preservação sustentável desses bens, assim como no fortalecimento dos sentimentos de identidade e cidadania”.

A necessidade de se trabalhar a educação patrimonial nas escolas é poder despertar nas crianças e adolescentes a importância que se tem em preservar e conservar o patrimônio histórico e cultural da cidade de Boa Vista, em Roraima, que é uma das primeiras capitais planejadas do país, traçada pelo engenheiro Darcy Aleixo Derenusson, com seu formato em leque, no governo do Capitão Ene Garcez, entre 1944 e 1946. Hoje com 121 anos e mais de 450 mil habitantes, a cidade é composta por pessoas vindas de todas as partes do Brasil, atraídas por uma oportunidade de trabalho e qualidade melhor de vida, a cidade é um celeiro cultural, com tradições e costumes de todas as regiões do país.

Conhecer sobre o patrimônio histórico, é conhecer e entender um pouco da história de cada um de nós, saber um pouco da origem, o significado e o porquê de certos costumes e tradições. É como um álbum de família, que pegamos para ver as fotos, rir, lembrar histórias do passado, se identificar com alguns membros da família que não existem mais e tê-los como referência e motivo de orgulho, só que o patrimônio histórico cultural é um bem coletivo, ou seja, diz respeito identidade cultural de todo um povo.



## 1. PATRIMÔNIO HISTÓRICO E EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

A palavra patrimônio é de origem latina (*patrimonium*) e seu significado remete a tudo que pertencia ao pai, ao pater ou pater famílias, pai de família, com o passar do tempo, a palavra patrimônio foi expandindo o seu significado, passando a definir bem coletivo de símbolos que identificam um povo. O patrimônio só foi pensado a partir da Revolução Francesa, quando seus símbolos estavam em risco de serem destruídos e o Estado protegeria sua história, que de certa forma remetiam algum significado para a memória de sua nação. A partir daí, em convenções internacionais, foram elaborados documentos com diretrizes gerais para a proteção de bens culturais, as chamadas cartas patrimoniais, como a Carta de Burra (1980), Carta de Veneza (1964), e a Carta de Atenas (1931/33), que tratam de alguns conceitos, que vão desde a manutenção, preservação no caso de degradação do patrimônio histórico e que foram elaboradas em épocas diferentes da história.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), é o órgão que define as regras de proteção do patrimônio histórico e cultural da humanidade e se propõe a promover a identificação, proteção e a preservação do patrimônio cultural e natural de todo o mundo, considerado especialmente valioso para a humanidade (UNESCO, 2011). No Brasil, o patrimônio foi pensado pela primeira vez na década de 30 através das políticas populistas de Getúlio Vargas, numa tentativa de identificar e fortalecer os símbolos culturais que ressaltassem a brasilidade. Assim, foi elaborado por Mario de Andrade um dossiê para a criação do SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), que teve como um de seus primeiros feitos, o tombamento da cidade de Ouro Preto em Minas Gerais. De acordo com o Artigo 1, Decreto Lei 25/37 com a Constituição Brasileira : “É patrimônio cultural e ambiental, o conjunto dos elementos históricos, arquitetônicos, ambientais, paleontológicos, arqueológicos, ecológicos e científicos, para os quais se reconhecem valores que identificam e perpetuem a memória e referências do modo de vida e identidade social.” Preservar o patrimônio histórico é reconhecer seus valores pelo próprio povo, que também é parte integrante do contexto.

A educação patrimonial é um tema transversal, podendo ser abordado de diferentes maneiras dentro de várias disciplinas e principalmente nas que a questão flui com mais naturalidade, como nas disciplinas de história, geografia, filosofia, literatura e estudos sociais, isso faz com que os alunos enxerguem de diferentes maneiras e por várias abordagens a importância do patrimônio e suas práticas de valorização (FIGUEIREDO, 2002). De acordo com o Ministério do Turismo (2011), considera-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressa ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais e de valor histórico, artístico, científico simbólico, passíveis de atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas; museus e outros espaços destinados a apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais; manifestações, como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e outras. O patrimônio histórico cultural como representante da identidade local, torna-se um atrativo turístico cultural e uma ferramenta a favor da preservação dos monumentos, agregando valores ao local. Em contrapartida, o turista deve levar em consideração, que a comunidade, o morador local, faz parte da paisagem da cidade que este está visitando, que cada pessoa carrega consigo uma parte da história do local visitado. Assim, a comunidade entende que sua história, seja ela contada através de monumentos, esculturas, música, ou paisagens naturais, de alguma forma se faz importante para o visitante, que por sua vez, agregará valor a esse bem.

A educação patrimonial é uma ferramenta fundamental nesse processo, pois nos leva a refletir sobre o que temos feito para proteger nossos bens, o que vemos em nós nos monumentos e a partir desse reconhecimento, sentir orgulho da cultura e identidade local. A educação patrimonial surgiu no Brasil em 1983, através do 1º Seminário sobre o “Uso Educacional de Museus e Monumentos”, no Museu Imperial de Petrópolis no Rio de Janeiro. O termo educação patrimonial é originário da expressão inglesa *Heritage Education*.

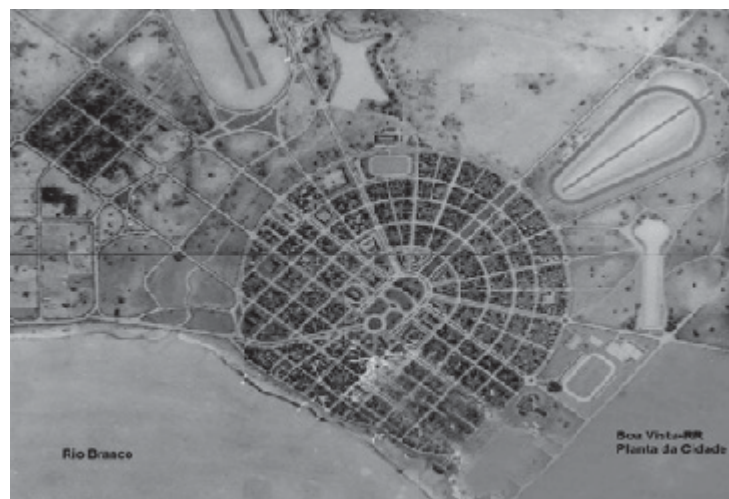
Trata-se de um processo permanente e sistemático de trabalho educacional centrado no Patrimônio Cultural como fonte primária de conhecimento individual e coletivo. A

partir da experiência e do contato direto com as evidências e manifestações da cultura, em todos os seus múltiplos aspectos, sentidos e significados, o trabalho de educação patrimonial busca levar as crianças e adultos a um processo ativo de conhecimento, apropriação e valorização de sua herança cultural, capacitando-os para um melhor usufruto desses bens e propiciando a geração e a produção de novos conhecimentos num processo contínuo de criação cultural” (HORTA; GRUMBERE; MONTEIRO, 1999.p.06).

Após o ápice do turismo de massa, que atrai muitos turistas sem a devida informação e mal-educados, que no lugar de observar, apreciar o local visitado o que fazem é depredar, o turismo cultural veio como alternativa para a preservação dos patrimônios (GOODEY 2005). Os patrimônios são divididos em duas esferas: Patrimônio Histórico Material e Patrimônio Histórico Imaterial. Segundo o IPHAN (2011), Patrimônio Histórico Material é o conjunto de bens culturais classificados conforme sua natureza nos quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. Eles estão divididos em bens imóveis como os núcleos urbanos, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; e móveis como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, vídeo, gráficos, fotográficos e cinematográficos. E Patrimônio Histórico Imaterial são as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas, junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados e que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

### 3. PATRIMÔNIO HISTÓRICO DE BOA VISTA

A cidade de Boa Vista começou como a “Fazenda Boa Vista”, fundada em meados de 1830, por Inácio Lopes de Magalhães. Em 09 de julho de 1890, Boa Vista passou à condição de cidade, sendo criado o recém município de Boa Vista. Ao se tratar de Boa Vista destaca-se o planejamento da cidade, obra do engenheiro Darcy Aleixo Derenusson, no governo do Capitão Ene Garcez entre 1944 e 1946 (Figura 1). Segundo Darcy Romero Derenusson (2011), arquiteto e filho do engenheiro “a ideia de ruas convergindo para o centro, que é o poder constituído no Estado, tinha o propósito de chamar atenção de todos para a existência de uma ordem, de um governo em Boa Vista, uma vez que naquela época existiam alguns conflitos familiares e pessoas que andavam armadas nas ruas”. O traçado urbanístico de Boa Vista a coloca entre as capitais planejadas do Brasil, que em meados dos anos 50, tornou-se a capital do então Território Federal de Roraima



**Figura 1 – Planta da Cidade de Boa Vista, 1944. Fonte: IPHAN- RR.**

A capital de Roraima, Boa Vista nasceu às margens do Rio Branco, hoje seu centro histórico quase não é habitado por aqueles que fizeram a história da cidade ou por seus descendentes, suas residências deram lugar a prédios comerciais e mesmo alguns, sendo tombados pelo município, tiveram suas características originais parcialmente ou mesmo totalmente modificadas, fazendo com que parte

da história de Boa Vista passasse despercebida.

Não se pode negar a importância desse traçado arquitetônico como um patrimônio para a sociedade Roraimense. “Pensar o espaço turístico a partir de suas formas arquitetônicas antigas significa um esforço de interpretação do mundo vivido pelos grupos sociais que antecederam a vida moderna (urbana pós-industrial) e, que sem sombra de dúvidas, desperta o interesse e a curiosidade dos turistas” (PORTUGUEZ, 2004). O Patrimônio está diretamente ligado às pessoas, origens e histórias. Precisa ser evidenciado que a preservação patrimonial é para consolidar a identidade da comunidade e do lugar, para depois se for percebido que existe um potencial turístico poderá então ser trabalhado o segmento do turismo cultural (PORTUGUEZ, 2004). O turismo de forma sustentável é uma alternativa de preservação e desenvolvimento local, juntamente com a educação patrimonial que é um tema transversal.

#### 4. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do projeto, foi realizado um levantamento bibliográfico a cerca de todo o material existente sobre o Patrimônio Histórico de Boa Vista e da literatura referente à história de Boa Vista, conceitos de patrimônio histórico e turismo cultural. Posteriormente foram selecionados artigos científicos, legislações e decretos específicos, sobre o assunto e trabalhos de conclusão de curso, foi elaborada uma tabela para a organização dos títulos, dividida por publicação, tipo de documento, instituição/ local encontrado, autor, ano, observações e editora, a fim de desenvolver um estudo mais aprofundado sobre o assunto.

Inicialmente, devemos realizar uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto em questão. Tal estudo nos informará a situação atual do problema, sobre os trabalhos já realizados a esse respeito e sobre as opiniões reinantes; permitirá um estabelecimento de um modelo teórico inicial de referência, auxiliará no estabelecimento das variáveis e na própria elaboração do plano geral da pesquisa. (RUIS, 2006, p.51).

Em seguida, foi realizada uma pesquisa a respeito dos documentos históricos que referem-se ao tombamento de prédios residenciais e comerciais, examinado o Livro de Tombo do Estado e registros fotográficos históricos. Depois foram feitas visitas *in loco* nas instituições responsáveis pela proteção do patrimônio histórico cultural da cidade de Boa Vista. Todos os representantes das instituições se mostraram receptivos e abertos a colaborar com o projeto e até mesmo fazer parcerias e desenvolver projetos maiores que tratem da educação patrimonial. A partir da aproximação com esses órgãos e das reuniões com seus representantes, elaborou-se dois questionários, sendo o primeiro direcionado para os estudantes do ensino médio-técnico e outro para os órgãos públicos em todas as suas esferas. Sendo, o municipal representado pela FETEC, o estadual representado pela Divisão do Patrimônio Histórico, e federal representado pelo IPHAN. Todos com o objetivo de identificar o conhecimento que tanto os estudantes, quanto os responsáveis pela preservação do patrimônio histórico tem sobre o assunto.

Na entrevista, o informante fala; na técnica do questionário, o informante escreve ou responde por escrito a um elenco de questões cuidadosamente elaboradas. Tem a vantagem de poder ser aplicado simultaneamente a um grande número de informantes; seu anonimato pode representar uma segunda vantagem muito apreciável sobre a entrevista. (RUIS, 2006, p. 51)

A aplicação de questionário foi importante para identificar o grau da situação problema a ser analisada e dessa maneira contribuir de forma mais direta com as soluções para a valorização e preservação do patrimônio histórico. Para desenvolvermos o projeto de educação patrimonial, foram escolhidas duas turmas de 1º ano do Ensino Médio do Curso Técnico em Hospedagem da Escola Estadual Airton Senna, localizada no centro de Boa Vista, esses futuros profissionais da área do turismo serão atores importantes na divulgação e preservação do patrimônio histórico, no trato direto com o turista. A etapa de palestras foi a mais importante do projeto, por tratar-se dos encontros com os alunos, pois foi neste momento que realizou-se a conscientização e os debates sobre o que é patrimônio, tombamento, história de Boa Vista e a importância de se preservar o patrimônio. Essa

atividade foi realizada utilizando apresentações em slides, debates, conversas informais, depoimentos e a troca de informações. Com base no artigo “Roteiro Turístico Histórico Cultural para a Cidade de Boa Vista” (NOGUEIRA; SILVA; GHEDIN; MAIOR, 2011) foi posto em prática o roteiro proposto nesse referido artigo, passando pelos principais monumentos históricos de Boa Vista, com o intuito de colocar em prática o conteúdo proposto pelo projeto.

### ROTEIRO TURÍSTICO EM BOA VISTA



Figura 1: Roteiro Turístico.

Fonte: Google Earth

Organização do Roteiro: Elizabete Nogueira , Janderson Gomes e Saula Oliveira

Esse roteiro teve início às margens do Rio Branco, onde começou a história da cidade de Boa Vista, passando pela Igreja Matriz, a primeira escola do município e por diversos imóveis que contam um pouco sobre as pessoas e fatos que contribuíram para o desenvolvimento da cidade.

Um novo questionário foi aplicado no final da pesquisa, como “*feedback*” sobre o desenvolvimento do projeto e se os alunos aprenderam a respeito do patrimônio histórico do município de Boa Vista, se iram transmitir o conhecimento adquirido, através da prática cotidiana com a preservação, valorização e reconhecimento dos Bens. Tais resultados poderão contribuir com a produção de material didático voltado a educação patrimonial, e contribuir com pesquisas a respeito do assunto em Boa Vista.

## 5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Foram aplicados questionários na escola estadual de rede pública Ayrton Senna da Silva, em duas turmas do primeiro ano do ensino técnico em hospedagem integrado ao ensino médio, totalizando 46 questionários aplicados. Devido ao grande fluxo de migrantes, Roraima é considerado um estado

multicultural, porém nas salas pesquisadas, cerca de 71,7% dos alunos são naturais do estado.

Segundo o Censo IBGE (2010) 49,4% da população não são naturais da federação, o que pressupõe-se que estes já são filhos da terra, são roraimenses. Perguntados se já tinham ouvido falar a respeito do patrimônio histórico de Boa Vista 93,4% afirmaram sim. Procuramos indaga-los perguntado sobre quais patrimônios eles já haviam visitado, alguns citaram os patrimônios que ficam em torno da sua escola localizada no centro histórico de Boa Vista, o que ficou evidente que os alunos que possuem contato visual com esse centro histórico sabe que os prédios e monumentos são pontos histórico e turístico para o município de Boa Vista e a população em geral (figura 2). Há um equívoco dos alunos ao citarem a praça do garimpeiro no lugar de praça do centro cívico, o erro dar-se, pois o “objeto central” desta praça é o monumento ao garimpeiro.

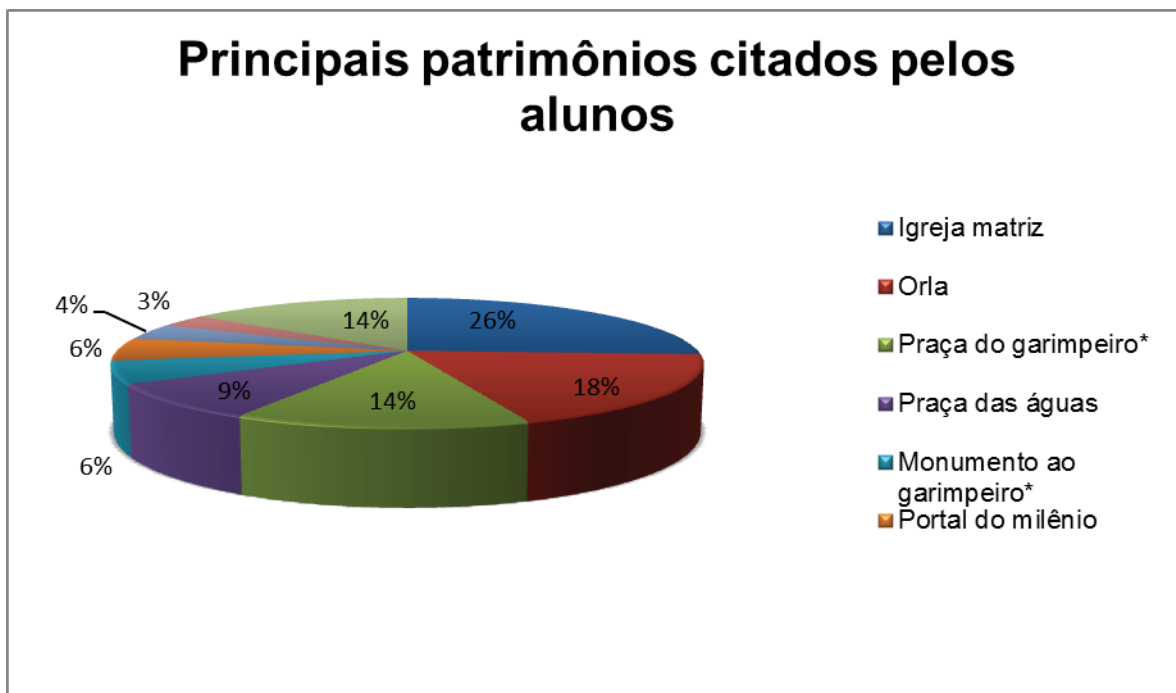


Figura 2 - Porcentagem dos Patrimônios Citados por Alunos

A degradação e o descaso com os monumentos e a paisagem local são percebidos através da situação atual dos nossos patrimônios, seja por parte da sociedade e/ou devido a falta de comprometimento dos governantes (SILVA, 2010). Cerca de 93,4% dos alunos afirmaram que a própria sociedade não valoriza os bens existentes (Figura 3) e 84% não acreditam que o governo nos âmbitos (estadual, municipal) fazem sua contribuição com a valorização do patrimônio). Acreditando que o turismo sustentável é uma das formas de preservação destes bens, indagamos se o patrimônio teria importância para o turismo e na sua totalidade: 100% confirmaram a nossa hipótese. Foi Perguntado ainda, que ações os governantes poderiam realizar para que o Patrimônio Histórico de Boa Vista fossem mais conhecidos pelos moradores e visitantes, um dos alunos destaca “deveriam divulgar mais, incentivando a população conhecer mais esses patrimônios talvez até promover alguns eventos culturais, que é muito pouco e fazer a conservação desses locais que muitos não tem esse cuidado”.

Quando questionados sobre o conhecimento dos alunos a respeito do IPHAN, 17% ressaltaram que conhecem e sabem para que serve, como por exemplo “serve para cuidar do patrimônio histórico, artístico nacional”, já 83% relatam não sabem o que é e para que serve o IPHAN, o que demonstra que a educação patrimonial não está sendo bem trabalhada na cidade, então a importância deste tipo de atividade (Figura 4).

### Valorização do patrimônio através da sociedade de Boa Vista

■ 43 (Não) ■ 3 (Sim)

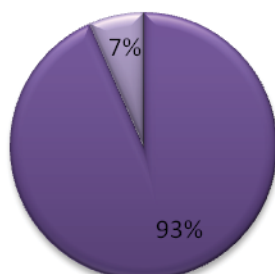


Figura 3- Porcentagem a respeito da valorização do Bens Patrimoniais pela sociedade

### Nível de conhecimento dos alunos a respeito do IPHAN

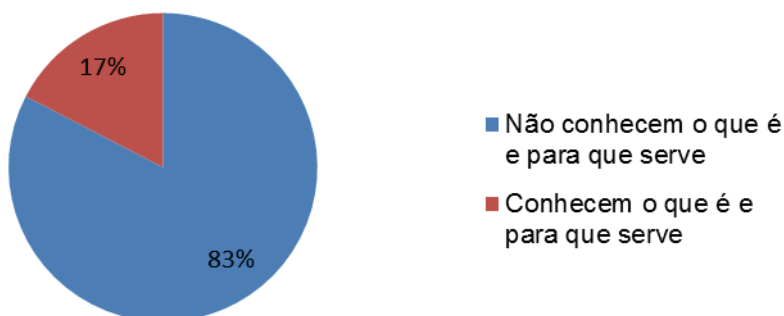


Figura 4 - Porcentagem dos Alunos que Conhecem o Significado de IPHAN

Em contato com a superintendente do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional), Monica Padilha, respondeu que tem buscado parceria junto ao governo do estado e prefeitura do município afim de elaborar projetos para restauro para casa da cultura e a para a realização de seminários de Educação patrimonial junto a escolas públicas. A respeito da relação entre Iphan e o governo ressalta “em Roraima ainda estamos construindo uma relação no que diz respeito ao conhecimento desses bens tombados pelo Estado. A secretaria de educação tem se mostrado aberta para realizar trabalhos em conjunto nas escolas, onde iremos pela primeira vez ter um contato com alunos e professores. Com a prefeitura estamos com o mesmo pensamento, estamos no processo de construção identificando onde o IPHAN pode atuar e de que forma.”

Para se realizado o processo de tombamento são necessárias algumas medidas tais como o levantamento e produção de material sobre o objeto, estudos técnicos para subsidiar o parecer, parecer da Regional sobre o tombamento, e um material encaminhado para o Conselho Consultivo do IPHAN, Portaria Iphan (16/1986). Os bens tombado são 27 municipais, cinco estaduais e nenhum patrimônio tombado a nível federal. Segundo a superintendente do IPHAN, que afirma não ter

conhecimento dos procedimentos adotados, apenas um que está em andamento sendo este o Forte São Joaquim que segue todos os trâmites normais e usuais para o processo do tombamento.

## 6. CONCLUSÃO

A pesquisa está em fase de conclusão, pode-se perceber que o campo está propício para ação da educação patrimonial no estado, que se mostra disposto ao analisar a presente pesquisa e solicitar para que ela se estenda atendendo as demais escolas públicas. Juntamente o IPHAN- RR representado pela Superintendente Monica Padilha que diz esta em busca de parceria para desenvolver a educação patrimonial nas escolas propôs um termo de colaboração entre o Instituto Federal de Roraima- IFRR , por intermédio do projeto Ensinando e Aprendendo História Através do Patrimônio Histórico de Boa Vista.

A pesquisa demonstrou que os alunos mostraram que o grau de informação que eles possuem sobre o assunto ainda é mediano, pois ao responderem seus questionários sentiram relativa dificuldade e em alguns momentos mostraram-se confusos a respeito de quais bens poderiam ser identificados como patrimônio, para eles, o cinema de Boa Vista foi considerado como um bem e por várias vezes foi citado, o nome dos patrimônios foram trocados e a grande maioria não conhece o único órgão federal responsável pela preservação e conservação do Patrimônio na esfera federal, o IPHAN.

Ressalta-se, portanto a importância deste artigo em prol da educação patrimonial que visa chamar a atenção, tanto da população estudantil, órgãos públicos, gestores escolares e população em geral, para a importância e o comprometimento que deve-se ter com a preservação do patrimônio histórico cultural da cidade de Boa Vista.

O roteiro turístico proposto neste artigo através do centro-histórico de Boa Vista tem a finalidade de aguçar a curiosidade dos alunos em aprender um pouco da história, do surgimento e desenvolvimento da cidade, fazendo com esses futuros profissionais e cidadãos maiores e responsáveis, cuidem e disseminem a história da cidade. O roteiro turístico a ser utilizado para a prática da educação patrimonial com características de turismo pedagógico, também poderá ser aproveitado para diferentes tipos de passeios turísticos, como práticas de turismo cultural e turismo receptivo. É importante ressaltar que palestras e encontros serão realizados com os alunos para discutir, o que é patrimônio histórico, quais são os patrimônios históricos de Boa Vista, a história de cada um deles e a importância que eles possuem para a vida de cada cidadão boa-vistense.

## 7. REFERÊNCIAS

- COSTA, Jaciara Karolyne Bezerra da; FERREIRA, Roberta Celestino; ROCHA, Andreia Magalhães da. **Reconhecimento e Valorização do Patrimônio Histórico-Cultural para o desenvolvimento do Turismo em Teresina.** Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br>. Acesso em: 09/09/2011
- FREIRE, D; PEREIRA, L.L. **História Oral, Memória e Turismo Cultural.** MURTA M.S; ALBANO C, 2005, p.121
- FIGUEIREDO, B.G. **Patrimônio Histórico e Cultural: um novo campo de ação para os professores.** In: GRUPO Gestor do Projeto de Educação Patrimonial. Reflexões e contribuições para a Educação Patrimonial. Belo Horizonte: SEE/MG (Lições de Minas. 23), 2002.
- GOODEY, Brian. **Turismo cultural: Novos viajantes, novas descobertas.** MURTA M.S; ALBANO C, 2005, p.131.
- HOBBSAWM, E. **Sobre Histórica.** São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- HORTA, M.L.P.; GRUNBERG, E.; MONTEIRO, A.Q. **Guia básico de Educação Patrimonial.** Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Museu Imperial, 1999

LE GOFF, Jacques. *Historia e Memória*. 3ª Ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1994.

MAGALHÃES, D. *Roraima, Informações Históricas*. Rio de Janeiro: Mapa, 1986.

Ministério do Turismo. *Segmentação do Turismo*. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/turismo/programas\\_acoes/regionalizacao\\_turismo/estruturacao\\_segmentos/turismo\\_cultural.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estruturacao_segmentos/turismo_cultural.html) Acesso em 11/09/2011

NOGUEIRA E.M; SILVA G.P; GHEDIN L.M; MAIOR E.S; *ROTEIRO TURÍSTICO HISTÓRICO CULTURAL PARA A CIDADE DE BOA VISTA*. Anais de Congresso. XIII Encuentro de Geógrafos de América Latina, 2011.

Patrimônio Histórico Imaterial  
<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginalphan> Acesso em: 10/09/2011

Patrimônio Histórico Material.  
<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=12297&retorno=paginalphan> Acesso em: 10/09/2011

PORTUGUEZ, A.P. *Turismo, Memória e Patrimônio Cultural*. São Paulo, Roca, 2004.

RUIS, J.A. *Metodologia Científica: Guia para a eficiência nos estudos*. 6ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SILVA, G.P. **A DESVALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL: o caso e o descaso na cidade de Boa Vista- RR**,.VII Seminário ANPTUR, 2010.

SOUSA, R. Patrimônio Histórico Cultural. **Brasil Escola**. Disponível em: <http://www.brasilecola.com/curiosidades/patrimonio-historico-cultural.htm>. Acesso em: 20 set. 2011.

UFRR Notícias: Ano: IV Edição 33- Agosto/Setembro-2011- p.04

UNESCO. Patrimônio Mundial no Brasil. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/> Acesso em: 09/09/2011



## EDUCAÇÃO AMBIENTAL, RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO PARA O ECOTURISMO: ESTUDO DE CASO DA REGIÃO TURÍSTICA DE PEDRO II, PIAUÍ

M. A. Oliveira<sup>1</sup>, S. Panis<sup>2</sup>, M. O. V. Verçoze<sup>3</sup>, J. S. Brito<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal do Piauí - Campus Teresina-Central  
miriam\_eric@hotmail.com – simonewebber86@hotmail.com  
maryangel@hotmail.com – jacqueline\_sbrito@yahoo.com.br

### RESUMO

Em muitos municípios do Brasil, o turismo ocupa um espaço importante na economia, contribuindo para o desenvolvimento local, como uma alternativa para a geração de renda e empregos. Nos últimos anos surgiram diversas modalidades de turismo, dentre elas o Ecoturismo ou turismo Ecológico, que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural e acontece promovendo atividades de baixo impacto ambiental que devem ser integradas a uma atividade de Educação Ambiental. A Educação Ambiental é importante ferramenta para a promoção do desenvolvimento sustentável do Ecoturismo sem que, contudo, essa atividade deixe de ser valorizada economicamente. Dessa forma este trabalho busca analisar o desenvolvimento da Educação Ambiental na região turística do município de Pedro II – Piauí, Brasil e de que forma contribui, ou pode contribuir na solução de impactos ambientais oriundos do turismo como também identificar quais são os programas ou atividades de Educação Ambiental realizados em conjunto com a sociedade, verificando as ações dos órgãos públicos responsáveis pela preservação ambiental na região em estudo e identificar o nível de conhecimento da população sobre os impactos do turismo na região, usando como metodologia entrevistas à órgãos públicos e privados além da aplicação de questionários à população. O município de Pedro II possui belezas naturais exuberantes e o fluxo turístico aumenta gradativamente, no entanto não oferece à população subsídios para a conservação do patrimônio natural e histórico da cidade. Um turismo sustentável é possível, no entanto é preciso uma sinergia de interesses tanto da gestão municipal quanto da própria população para a execução dessa atividade.

**Palavras-chave:** Educação Ambiental, Ecoturismo, Pedro II

## 1. INTRODUÇÃO

Em muitos municípios o turismo tem ocupado um espaço na economia, contribuindo para o desenvolvimento local, como uma alternativa para a geração de renda e empregos. Está entre os segmentos que têm apresentado maiores taxas de crescimento na economia mundial. Atualmente, a atividade turística oscila entre o 2º e o 3º segmento de maior movimentação econômica em escala mundial (MARIANI; AMARILIO E ARRUDA, 2009). Em decorrência desse crescimento é que surgem diversas modalidades de turismo, dentre elas o Ecoturismo ou turismo Ecológico, que acontece promovendo atividades de baixo impacto ambiental que devem ser integradas a uma atividade de Educação Ambiental.

Nesse contexto, a Educação Ambiental é importante ferramenta para a promoção do desenvolvimento sustentável do Ecoturismo sem que, contudo, essa atividade deixe de ser valorizada economicamente. O caráter educativo do Ecoturismo baseia-se no fato de que esta atividade, comprometida com a conservação da natureza, prevê o seu desenvolvimento a partir da participação responsável dos ecoturistas em ambientes de elevada importância tanto para essa atividade quanto para a humanidade.

De acordo com Tomazello e Ferreira (citado por MENDES *et al*, 2001), a educação para o ambiente é a parte mais relevante no processo de gestão ambiental, pois objetiva a conservação e melhoria do meio, além do conhecimento e capacidades que os indivíduos desenvolvem na própria construção da consciência e, na busca por soluções para os problemas ambientais, que a partir de então passa a ser uma busca coletiva.

O presente trabalho busca analisar o desenvolvimento da Educação Ambiental no município de Pedro II – Piauí e de que forma contribui, ou pode contribuir na solução de impactos ambientais oriundos do turismo, como também identificar quais são os programas ou atividades de Educação Ambiental realizados em conjunto com a sociedade, verificando as ações dos órgãos públicos responsáveis pela preservação ambiental na região em estudo e identificar o nível de conhecimento da população sobre os impactos do turismo na região.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Turismo – Conceitos, características e tipos

Turismo indica movimento de pessoas que não estão a trabalho em contextos diferentes do de origem, seja este o lar, a cidade ou o país. Trata-se, geralmente, de visitação a lugares onde poderão ser desempenhadas as mais variadas formas de atividades práticas e/ou subjetivas desde que não o trabalho (GRÜNEWALD, 2003 citado por GOMES e CORTEZ, 2009).

A atividade turística devido à globalização, esta presente na vida do ser humano e cresce substancialmente ao longo dos anos em virtude do dinamismo da atividade, trazendo novos segmentos turísticos que evidenciam alternativas ao turismo convencional, dentre eles: turismo participativo, turismo responsável, turismo suave/brando, turismo ambiental, turismo sustentável, turismo ecológico, turismo baseado na natureza, Ecoturismo e turismo rural (RIBEIRO E STIGLIANO, 2010).

### 2.2. Turismo e Impactos Ambientais

Segundo o que define a Resolução do CONAMA 306 de julho de 2002, impacto ambiental é:

Qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetam a saúde, a segurança e o bem-estar da população, as atividades sociais e econômicas, a biota, as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos ambientais.

A atividade turística tem como base o aproveitamento dos recursos naturais, condicionando o interesse por sua preservação e proteção, podendo contribuir para a consciência ambiental, assim como também na educação para o consumo sustentável desses recursos. No entanto, assim como outras atividades, o turismo também ocasiona diversos impactos negativos ao meio ambiente.

Os impactos negativos do turismo podem ocorrer sobre o ambiente natural como também o ambiente erguido pelo homem, afetando o ar, a água, a vegetação, o solo, a fauna e ecossistemas inteiros, alterando a paisagem e o patrimônio material do homem, como sítios e parques de relevância histórica.

### **2.3. Ecoturismo – Conceitos e características**

O Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do meio ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (EMBRATUR, 1999). O Ecoturismo envolve ainda a geração de renda e emprego, surgindo como um dos mais importantes instrumentos de viabilização econômica para o gerenciamento correto dos recursos naturais, oferecendo aos indivíduos uma alternativa digna de conquistar seu sustento e uma vida melhor, ao mesmo tempo em que assegura às gerações futuras, o acesso aos legados da natureza. (BRASIL, 1994).

Entre os segmentos do Ecoturismo estão: Ecoturismo Étnico, Ecoturismo Esportivo, Ecoturismo de Aventura, Ecoturismo Lúdico e Recreativo, Ecoturismo Educativo e Ecoturismo Científico (MARIANI; AMARILIO E ARRUDA, 2009).

### **2.4. Ecoturismo e Educação Ambiental**

O Ecoturismo deve ser visto como uma forma de proteção ambiental, com ênfase nas análises de capacidade de suporte, ou seja, o número ideal de visitantes que não cause impactos ecologicamente negativos, havendo um equilíbrio entre os aspectos econômico e ecológico. Se o fator econômico não se sobrepusesse aos demais para a proteção do patrimônio ambiental e cultural das regiões, pois poderia aproximar o turista dos elementos naturais (LAYRARGUES, 2004). Mas, infelizmente algumas experiências desse setor têm focado apenas o lucro, trazendo prejuízos para o meio ambiente

Diante dos impactos negativos causados pela visitação de massa, práticas de Educação Ambiental se transformam em veículo do Ecoturismo, sendo vistas como uma forma de garantir a sustentabilidade do empreendimento. Assim, a Educação Ambiental torna-se primordial para articular os mecanismos relacionados ao Ecoturismo, inclusive envolvendo e sensibilizando os turistas, no que se refere à proteção ambiental e cultural dos espaços visitados (LAYRARGUES, 2004).

Para Mariani, Amarilio e Arruda, (2009), a interação da Educação Ambiental com o turismo aprofunda a análise do espaço, demonstrando de que maneira a ação antrópica interfere nos processos modificadores do ambiente causando o seu desequilíbrio. Quando o turista passa a conhecer o espaço, cria-se uma identidade com o meio ambiente promovendo sua valorização, afinal só se preserva o que se conhece.

A partir desse ponto, incentivando a valorização e o apego pelo meio ambiente, pode se criar laços afetivos entre cidadão e a natureza, sensibilizando os cidadãos quanto à importância da construção de um equilíbrio de convivência entre ambos.

## **3. METODOLOGIA**

### **3.1 Área de Estudo - Pedro II- PI: Terra da Opala. Suíça Piauiense.**

O município de Pedro II, segundo o IBGE (2010), apresenta uma área de 1.518,186 km<sup>2</sup>, com uma população estimada de 37.496 habitantes. Pedro II inclui-se na APA da Serra da Ibiapaba, criada pelo Decreto Federal s/nº, de 26 de novembro de 1996, que abrange uma área de enorme biodiversidade e distintos ecossistemas. Está localizado a uma latitude 04º25'29" sul e a uma longitude 41º27'31" oeste, estando a uma altitude de 603 metros a 220 km da capital Teresina, região norte do Estado. A cidade está situada na Serra dos Matões e é privilegiada naturalmente com um clima ameno.

A região possui jazidas de opala, uma gema encontrada apenas na Austrália e no Brasil. Além de diversos pontos turísticos como o Mirante do Gritador, diversos sítios arqueológicos e cachoeiras que oferecem belíssimas paisagens. A cidade ostenta alguns casarões com traços da arquitetura do período colonial, a exemplo do Memorial Tertuliano Brandão, uma das referências culturais do município. Pedro II dispõe ainda de um rico artesanato como a confecção de redes, a arte em fibras vegetais e madeira, destacando também as jóias artesanais.

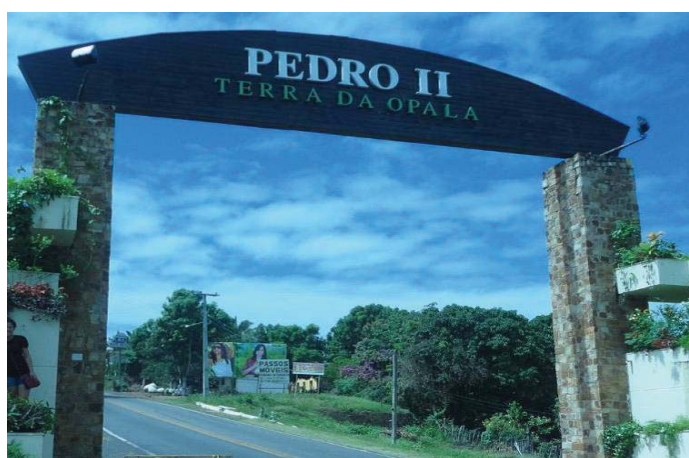


Figura 01: Entrada da Cidade de Pedro II. Fonte: Pesquisa Direta

### 3.2 Procedimentos Metodológicos

Para o desenvolvimento desse trabalho foram realizados inicialmente estudos bibliográficos e documentais em livros, monografias, revistas especializadas, trabalhos científicos e sítios de internet visando à complementação do conteúdo tendo como base estudos já realizados.

Foram entrevistados os profissionais das secretarias públicas de Turismo e de Meio Ambiente, como também de instituições privadas: Fundação Cultural Grande Pedro II e Espaço Cultural e de Negócios Banco do Nordeste; e Associação dos condutores de turistas - ACONTUR-PII, para verificar suas ações relacionadas à Educação Ambiental atreladas ao turismo.

Aplicou-se ainda 32 questionários à população, especialmente a estudantes e visitantes dos espaços de cultura da cidade, com faixa etária entre 15 e 36 anos, buscando a compreensão dos mesmos quanto aos temas: "Turismo", "Ecoturismo", "Educação Ambiental" e "Impactos Ambientais" e sua preocupação com o patrimônio ambiental existente.

## 4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

É importante incentivar a integração da comunidade no planejamento, na implementação, execução e avaliação das atividades turísticas, tornando-as economicamente viáveis, sustentáveis, mas,

sobretudo, ambientalmente corretas (PELICIONE E TOLEDO, 2010). Dessa forma, apresenta-se a percepção da população quanto aos temas que norteiam este trabalho.

#### 4.1 Percepção da População quanto ao Conceito de Turismo e Ecoturismo:

Questionados a respeito do seu conhecimento sobre o turismo, os entrevistados relacionaram o turismo com o lazer. De forma geral definiram-no como o conhecimento de novos lugares onde se encontrem diversas manifestações naturais, culturais e históricas, havendo ainda espaço para opiniões que ressaltavam a importância econômica da atividade e a forma como é praticada. Quanto ao Ecoturismo, o termo foi considerado especificadamente como prática realizada exclusivamente em áreas naturais, ocorrendo de forma correta, sem provocar impactos negativos significantes.

#### 4.2 Conhecimentos sobre Educação Ambiental e sua Relevância para o Turismo:

Neste item foram analisadas a percepção da população entrevistada quanto ao conceito de Educação Ambiental e ainda a noção da importância desta para o desenvolvimento da atividade turística no município em estudo.

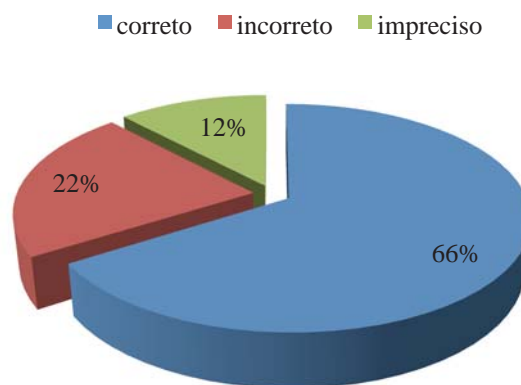
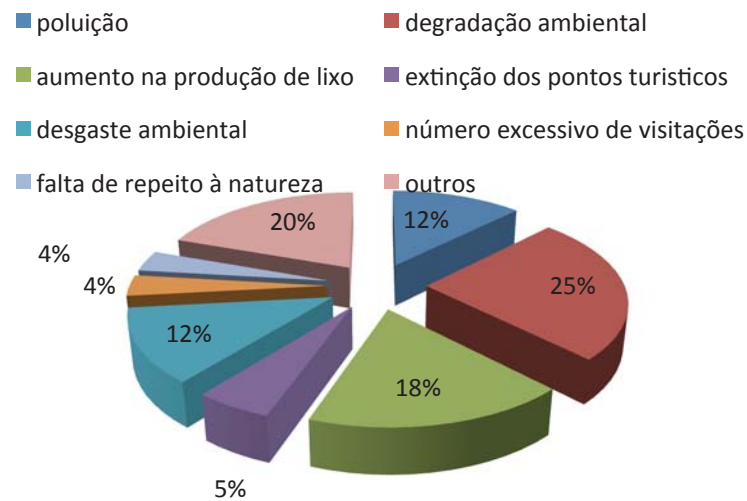


Figura 02: Conceito de Educação Ambiental; Fonte: Pesquisa Direta.

Através da figura 02, observa-se que a população entrevistada, possui um nível considerável de conhecimento sobre o que é Educação Ambiental, dentre os conceitos citados, foram constantes as afirmativas que relacionaram a Educação Ambiental como ferramenta para a preservação, conservação e cuidado com a natureza além da conscientização e sensibilização de pessoas. No entanto, uma boa parcela dos entrevistados não soube responder corretamente (22%), ou afirmaram conhecimentos inerentes à questão (12%), o que relata uma deficiência significante.

Quanto à relevância da Educação Ambiental para o turismo, a situação se inverte, o número de respostas corretas, é inferior ao de incorretas ou imprecisas demonstrando que a temática não é abordada constantemente. Uma vez que se compreende a função da Educação Ambiental para o turismo, para que este exista de forma sustentável, surge à necessidade de um conhecimento maior da comunidade onde existam atividades turísticas, como na região em estudo.

#### 4.3 Impactos Ambientais oriundos do Turismo



**Figura 03: Impactos do Turismo. Fonte: Pesquisa Direta**

Dentre os impactos mais citados, destacou-se: o crescimento na produção de lixo; a poluição dos pontos turísticos; degradação e desgaste ambiental e ainda depredação e extinção dos recursos naturais disponíveis para a atividade, conforme ressaltado na figura 03. É válido ressaltar que a visão geral dos entrevistados é que o turismo ocasiona apenas impactos negativos e significativos, não reconhecendo como impacto positivo, a importância econômica da atividade para o município.

Nesta situação, observou-se que existe, por parte da população, a visão degradante do turismo aos recursos naturais, no entanto não se evidencia que a comunidade disponha de projetos que incluam a Educação Ambiental no eixo do turismo.

Quando indagados sobre os projetos ou atividades de Educação Ambiental no município, ou seja, se conheciam e participavam dos mesmos, 50% dos entrevistados, declararam conhecer, no entanto, dentre esses uma pequena parcela alegou participar, e neste caso o projeto referia-se a uma escola ecológica (Ecoescola Thomas a Kempis), da qual são alunos. Os demais citaram projetos que existem na cidade como: Fundação Mandacaru, Projeto Pirapora, Escola Família Agrícola (EFASA), todos esses de cunho ambiental, contudo, não se referem à educação para o turismo.

#### **4.4 Projetos de Educação Ambiental realizados no Município de Pedro II- Piauí**

Inicialmente discutiram-se as atividades da secretaria de Turismo. Segundo relatado pela atual secretária de Turismo, as ações que a secretaria executa são realizadas apenas no período de maior fluxo turístico que acontece entre maio e julho, e que se resumem em distribuição de sacolas plásticas, no intuito de reduzir o lixo nos pontos turísticos e ainda na revitalização de placas sinalizadoras no percurso dos principais pontos de atividade turística. Afirma ainda que não existem projetos permanentes durante o restante do ano e que não há propostas para a execução de projetos desta proporção, mas, que há a preocupação com o desenvolvimento do turismo para que este não ocorra degradando os recursos naturais e patrimoniais disponíveis.

A secretaria de Meio ambiente, conforme referido pelo então secretário, possui uma gestão autônoma, que não recebe subsídios da prefeitura para a execução de projetos. No âmbito do turismo, a secretaria alega ter entregue à prefeitura projetos que veiculem a Educação Ambiental, no entanto, até o presente momento não foram realizados ou não obtiveram respostas sobre a aprovação dos mesmos.

Dispondo do interesse de aprofundar a pesquisa foram analisadas as ações de duas instituições privadas através de entrevistas com seus responsáveis, foram elas: Fundação Cultural Grande Pedro II

em conjunto com o Espaço Sociocultural e de Negócios Banco do Nordeste, e a Associação dos condutores de turistas de Pedro II (ACONTUR).

Analisaram-se as atividades exercidas pela Fundação Cultural Grande Pedro II que trabalha em parceria com o Espaço Sociocultural e de Negócios Banco do Nordeste. Conforme explicitado pela organização da Fundação, a mesma realiza anualmente projetos de Educação Ambiental seja este voltado para o turismo local ou não, ou seja, a fundação trabalha exercendo projetos que estimulem o interesse pela conservação e preservação do patrimônio cultural, histórico e ambiental da cidade. Estes projetos são executados tanto na zona rural quanto urbana a fim de alcançar toda a população. É válido ressaltar ainda a disponibilidade do Espaço Sociocultural e de Negócios do banco do Nordeste para a execução de projetos, além da gestão deste banco oferecer aos clientes incentivos para a conscientização e sensibilização ambiental dos mesmos.

Segundo a Fundação o último projeto exercido realizou-se através de um curso de Educação Ambiental com duração de 01 (um) ano cujo objetivo final é a produção de uma cartilha educativa, curso este financiado pelo IPHAN e realizado inicialmente em comunidades da zona rural. Houve ainda outro projeto em novembro de 2010, cujo tema abrangia tanto Educação Ambiental quanto patrimonial, conhecido como Fórum de Educação Ambiental e Patrimonial, em sua quarta edição.

Por fim, foram verificadas as competências desempenhadas pela ACONTUR concernentes à Educação Ambiental aliada ao turismo. Por se tratar de uma instituição autônoma, a ACONTUR recebe poucos recursos para a execução de suas atividades, entretanto, segundo a presidência da associação a mesma realiza diversas atividades durante todo o período em que a cidade recebe visitas. Essas iniciativas ocorrem durante o percurso dos pontos turísticos, orientando o turista sobre o modo de como comportar-se em um ambiente natural, assim como também ocorrem em comunidades no entorno dos pontos visitados por meio de palestras ou conversas informais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término deste apanhado científico, compreendem-se as dificuldades existentes na região turística de Pedro II, Piauí, de se desenvolver projetos de Educação Ambiental, tanto por parte da população quanto pela administração municipal. Apesar dos esforços das instituições privadas, ainda não existe a consciência da relevância da Educação Ambiental ser implantada de forma permanente no município, embora a mesma possa contribuir de maneira significativa para a sensibilização dos cidadãos quanto às degradações ambientais, levando os indivíduos e grupos a perceberem suas responsabilidades e necessidades de ação imediata para a solução ou mitigação dos problemas ambientais.

Há uma necessidade de vincular a Educação Ambiental com o turismo, de maneira que a população consciente da importância sociocultural e econômica desta atividade possa ser responsável, junto aos poderes públicos, pela preservação e conservação das áreas turísticas aplicando o desenvolvimento sustentável ao contexto particular do turismo.

É possível obter um turismo sustentável, no entanto é preciso uma sinergia de interesses tanto da população quanto da própria gestão municipal. Caso contrário, o processo degradativo do turismo na região em estudo pode intensificar em proporções irreversíveis, ameaçando o possível uso dos recursos turísticos pelas gerações futuras e extinguindo o patrimônio natural e cultural da cidade.

## 6. REFERENCIAS

BRASIL. MICT/MMA. Grupo de Trabalho Interministerial. **Diretrizes para uma política nacional de Ecoturismo**. Brasília: EMBRATUR/IBAMA, 1994.

BRASIL. [Resolução Nº 306/2002](#) de 05 de julho de 2002. **Conselho Nacional De Meio Ambiente**. Disponível em < <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=306> >. Acesso em setembro de 2011.

EMBRATUR. **Estudos do turismo Brasileiro; ecoturismo nas regiões sul e centro oeste**. Brasília 1999.

GOMES, D. de O. B.; CORTEZ, A. T. C., **Impactos Ambientais Ocorrentes Em Áreas Com Potencial Turístico Em Pedro li, Piauí**. Teresina, IFPI, 2009

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE Cidades@**. 2010. Disponível em<<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em setembro de 2011.

LAYRARGUES, P.P. A função social do Ecoturismo. **Boletim Técnico do Senac**. Volume 30, nº 1. jan/abr. p. 39-45, 2004.

MARIANI, M. A. P.; AMARILIO, F. L.; ARRUDA, D. O. Pescadores profissionais urbanos de Corumbá/MS e suas relações com a atividade turística sustentável. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.2, n.3, 2009, pp.205-238.

MENDES, S. M. V.; LIMA, P. V.; ALMEIDA, R. da C.; COSTA, D. de. M. V. da; GOMES, D. de O. B., **Educação Ambiental E Patrimonial Em Comunidades No Entorno De Sítios Arqueológicos De Pedro li, Piauí**. Teresina. IFPI, 2009

PELICIONI, M. C. F.; TOLEDO, R. F.; Educação para o turismo: turistas e comunidade. **Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo**. Barueri, SP: Manole, 2010. Coleção ambiental v. 09, pag.301-312

RIBEIRO, H.; STIGLIANO, B. V.; Desenvolvimento turístico e sustentabilidade Ambiental. **Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo**. Barueri, SP: Manole, 2010. Coleção ambiental v. 09, pag.63-82



## ECOTURISMO: UM MODELO DE GESTÃO SUSTENTÁVEL

Fagner dos Santos Bomfim<sup>1</sup>; Jorgenaldo Calazans dos Santos<sup>2</sup> e Carla Simone Alves<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju, <sup>2</sup>Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju e <sup>3</sup>Instituto Federal de Sergipe - Campus Aracaju  
bsfg19@hotmail.com - jorgenaldoc@hotmail.com – eco\_cs@hotmail.com

### RESUMO

O presente estudo tem por objetivo apresentar uma análise sobre o Ecoturismo como um novo modelo de gestão, o qual visa contribuir para uma ampla discussão a respeito do tema, tomando-se por base as análises já desenvolvidas por grandes especialistas do turismo. Assim, o Ecoturismo apresenta-se como um segmento do turismo que prima traçar novas perspectivas sobre a dinâmica sócio-produtiva e cultural da atividade turística, as quais tem se tornado palco das principais discussões em relação ao desenvolvimento do turismo, como também suscitado projeções para a construção de novos modelos de gestão comunitária e de economia solidária que privilegiam a promoção da diversidade, a integração harmônica entre os povos e a sustentabilidade. Para efeito desta análise utiliza-se de uma pesquisa bibliográfica com base nos dados coletados, analisados e esquematizados conforme a temática apresentada pelo referido estudo, sistematiza-se um conjunto de considerações finais que apresentam as principais nuances e perspectivas apresentadas pelo Ecoturismo, visando construir novas discussões a respeito do tema. Desta feita, conclui-se que o Ecoturismo se apresenta como uma atividade econômica que visa despertar propostas de participação popular, que prima o bom relacionamento entre os turistas, meio ambiente e a preservação da estética do cotidiano de cada destino turístico.

**Palavras-chave:** Ecoturismo, modelo de gestão, desenvolvimento, comunidade local.

## 1. INTRODUÇÃO

É fato afirmar que o turismo é uma atividade econômica que mobiliza grandes fluxos em todo o mundo e que, por sua vez, gera altíssimos índices de trocas comerciais e negócios entre regiões de emissão e recepção de turistas. Tanto é importante o aspecto econômico da atividade quanto à dimensão social e cultural que a abriga.

O desenvolvimento turístico, por ser uma atividade multissetorial e por causar relevantes impactos ambientais, sociais e econômicos, requer um planejamento considerável para ser bem sucedido e sustentável. Baseando-se nessa afirmativa, o Ecoturismo surge como um modelo de gestão que relaciona sustentabilidade do ambiente, geração de divisas e envolvimento das comunidades anfitriãs e confere a esperança de fortalecer esse modelo nos destinos trabalhados hoje turisticamente.

Nesta perspectiva, o Ecoturismo apresenta-se como um modelo de gestão que prima traçar perspectivas de um “novo olhar” sobre a dinâmica sócio-produtiva e cultural da atividade turística, as quais tem se tornado palco das principais discussões em relação ao desenvolvimento do turismo, como também suscitado projeções para a construção de novos modelos de gestão comunitária e de economia solidária que privilegiam a promoção da diversidade, a integração harmônica entre os povos e a sustentabilidade.

Tardiamente no Brasil começou-se a identificar as comunidades locais como um grupo social distinto e, sobretudo, a reconhecê-las como um dos agentes coletivos do processo de desenvolvimento do Ecoturismo. Contudo, os desenvolvimentos das práticas do Ecoturismo podem gerar benefícios econômicos para as comunidades locais que o exploram, bem como ampliar as relações de comprometimento social. As ações se refletem nos modelos de desenvolvimento alternativos, destacando-se o desenvolvimento endógeno, eco-desenvolvimento, desenvolvimento sustentável e, mais recentemente o da economia solidária, que prevê uma diversificação dos setores existentes da atividade turística e no fomento da capacidade de união dos membros de um grupo social. Entretanto, para que esses benefícios sejam potencializados deve-se assegurar através do seu planejamento a boa relação entre os turistas e as comunidades tradicionais, pelo fortalecimento da conservação da diversidade ambiental e pelo respeito à identidade cultural - despertar sentimentos de pertencimento do lugar.

Nessa perspectiva, se justifica a proposta aqui desenhada na busca de se obter uma elucidação sobre a dinâmica socioeconômica e cultural do turismo e seus reflexos na comunidade local. Isso revelado traduz-se em respostas e ícones representativos a respeito da participação popular mediante os princípios do Ecoturismo e como novas vias de possibilidades.

## 2. O ECOTURISMO: UM MODELO DE GESTÃO

O ecoturismo desponta em decorrência da insatisfação com as formas convencionais de turismo que, num sentido geral, ignoram os elementos sociais e ecológicos das regiões, em favor de um enfoque mais antropocêntrico e concentrado estritamente no lucro dos produtos de turismo oferecidos.

Parece haver uma aceitação quase universal de que o ecoturismo está em processo de indução desde os anos 1980, onde em muitos lugares, as pessoas respondem independentemente das necessidades de maiores oportunidades de viagens à natureza com esforços da sociedade de se tornar ecologicamente mais responsável. Para uma compreensão científica do que seja o ecoturismo Ziffer *apud* Fennell (2002, p.49) aponta a seguinte afirmativa:

É uma forma de turismo inspirada principalmente na história natural de uma área, inclusive de suas culturas nativas. O ecoturista visita áreas relativamente não-desenvolvidas com o espírito de apreciação, participação e sensibilidade. O ecoturista utiliza os recursos naturais e de vida selvagem de forma não-predatória e contribui

para a área visitada por intermédio de meios financeiros ou com seu esforço pessoal com o objetivo de beneficiar diretamente a conservação do local e o bem-estar econômico dos habitantes. (...) O ecoturismo também pressupõe a prática de uma gestão pelo país ou região anfitriã, que se compromete a planejar e manter os locais com a participação dos habitantes locais, realizando um marketing apropriado, reforçando os regulamentos e usando os lucros do empreendimento para investir na gestão da área e no desenvolvimento da comunidade.

Em outras palavras e reafirmando a opinião do estudioso acima citado, o ecoturismo é uma forma sustentável de turismo baseado nos recursos naturais, que focaliza principalmente a experiência e o aprendizado sobre a natureza; é gerido eticamente para manter um baixo impacto, é não-predatório e localmente orientado para promover o controle, os benefícios e minimizar os impactos ambientais e sociais. Ocorre tipicamente em áreas naturais e deve contribuir para a conservação ou preservação destas.

Particularmente no Brasil, as preocupações inerentes a respeito da atividade ecoturística começaram em agosto de 1994, em Goiás Velho (GO), um grupo de trabalho interministerial MA-MICT, integrado pelos setores público e privado, reuniu-se com o objetivo de desenvolver e propor as Diretrizes para a Política do Programa Nacional de Ecoturismo. Naquele momento histórico, estabeleceu-se o marco conceitual brasileiro do ecoturismo, a partir de então definido como: "segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas" (FENNEL, 2002, p. 52).

Segundo Dias (2003, p. 123), com base no cenário identificado durante a realização da oficina de planejamento das Diretrizes para a Política do Programa Nacional de Ecoturismo, no Brasil foram direcionados ao atendimento dos seguintes objetivos básicos:

- (i) fortalecer a cooperação inter-institucional;
- (ii) compatibilizar a atividade com a conservação de áreas naturais;
- (iii) possibilitar a participação efetiva de todos os grupos de interesse do setor;
- (iv) promover e estimular a capacitação de recursos humanos para o ecoturismo;
- (v) promover o aproveitamento da atividade como veículo de educação ambiental; e
- (vi) empreender, incentivar e estimular a criação e melhoria da infra-estrutura para a atividade de ecoturismo.

## 2.1 Ecoturismo e comunidade local: interações

A prática turística contemporânea resulta de uma complexa teia de interações entre os fatores condicionantes das motivações turísticas, do *marketing* e dos geradores do imaginário do homem que o levaria a ser um *homo turisticus*, as condições de estruturação da globalidade dos meios de acolhimento no espaço turístico de destino. Há uma virtual diluição das fronteiras geográficas, culturais e nacionais.

O lugar turístico é principalmente o espaço de alteridade. Em si o lugar turístico não existe. Ele é uma invenção pelo e para o turismo, invenção que é feita no bojo de uma expectativa alimentada pela fantasia, pela busca de ação, nostalgia e exotismo. O lugar deve corresponder, portanto, às imagens e ao imaginário daquele que é turista (ALMEIDA, 1998, p.122). O lugar tornando-se turístico tem a sua população transformada em a "outra", aquela que às vezes emperra, incomoda o turismo e se torna estranha em seu próprio território. O lugar, tanto manifesta como oculta a realidade. Surgindo-se assim os produtos a serem comercializados, no caso da atividade turística os "produtos turísticos".

Assim, a destinação, portanto não é "um produto único e homogêneo, porém um *kit* composto de muitos separados" (BARRETTO, 2001, p. 35). Cada turista junta esses produtos separados e monta suas

próprias atratividades. A acepção turística de um produto é dada na lógica de quem o utiliza, visto que a clientela pode ser composta de turistas ou dos habitantes do lugar, assim alguns produtos são consumidos também pelos próprios moradores do lugar, outros estão mais restritos ao consumo do turista.

No tocante à comunidade como agente fundamental na cadeia produtiva do turismo, especificamente no ecoturismo podemos caracterizar a comunidade (habitantes que dependem ou não do turismo) como a que possui maior importância, pois o turismo se desenvolve usufruindo recursos que estão em seu território. Por ser o turismo uma prestação de serviço, também não podem ser negligenciadas as influências que o turista exerce. Ele, além de estar entre os atores principais, está presente em grande parte das etapas de produção e suas necessidades afetam as comunidades.

As comunidades anfitriãs se beneficiam da atividade turística através da geração de recursos diretos, além de elevar os padrões de moradia, e ao mesmo tempo evitar enormes despesas de infraestrutura pública e propicia um contato mais próximo com os visitantes (FENNELL, 2002).

É preciso considerar a necessidade de as comunidades planejarem seu desenvolvimento turístico, já que esta maneira de ocupação do solo transforma o meio rapidamente. Assim a convivência favorável ou contrária à atividade turística, por parte da população local depende da política implementada pelos agentes econômicos e sociais e pelo poder público, incentivador e regulador, sem perder de vista que devem ser considerados os aspectos sociais e culturais do povo.

Como caracteriza Coriolano (1996, p.5), “as comunidades devem ser preparadas para integrar-se à atividade turística, de forma que sintam orgulho e exaltem seus valores culturais, exigindo capacitação técnica e financeira para as atividades turísticas locais (...) e adotando atitude positiva face ao turismo, e isto significa preparar-se para participar”. A participação requer desde o fortalecimento dos fatores culturais até o estabelecimento de unidades de hospedagem e comércio.

## 2.2 Os interesses comunitários no cenário do ecoturismo

Por seu efeito multiplicador na economia, o turismo envolve muitos segmentos que só indiretamente estão ligados à atividade, coloca a par do planejamento e desenvolvimento de uma forma totalmente nova a participação de diversos atores no processo, pela sua própria característica de envolver amplos setores.

Discutir os interesses dos atores que compõem o cenário turismo reporta-se diretamente a participação comunitária, essa se configura como um dos principais agentes de desenvolvimento da atividade turística. É o que podemos sinalizar como planejamento participativo. O questionamento ganha novas vertentes quando examinamos como será desenvolvido esse planejamento de participação popular, pois se iniciam as discussões sobre de que maneira essa participação se dará dentro da realidade do turismo (DIAS, 2003).

Embora existam mecanismos institucionais pelos quais essas massas podem expressar-se e que devem ser utilizados, tais como os partidos políticos, representantes no parlamento, organizações representativas da comunidade, organizações não governamentais etc. (idem).

Na opinião de Coriolano (1996, p. 15), a participação popular:

“... Não pode substituir um setor público opaco e desfalecente, socialmente ineficaz, administrativamente improdutivo, organicamente caótico, economicamente perdulário e politicamente burocratizado, (...) que pelo contrário, uma administração justa e ativa, com programas ambiciosos destinados a melhorar o bem estar dos cidadãos, são condições prévias ao desenvolvimento da participação. Sem esses investimentos político e econômico os chamados a participar estão condenados ao fracasso”.

Em outras palavras, a participação pra ser efetiva, deve estar acompanhada de boa administração pública, preocupada com o bem-estar da comunidade, e envolvida em projetos e programas voltados

para a melhoria da qualidade de vida dos moradores da localidade. A participação precisa ser construída, forçada, referida e recriada.

Um dos mecanismos de participação e interesse comunitário se reflete na formação do ecoturismo que se pretende gerir. É o que afirma Weschenfelder (2007) em seu ensaio sobre “Ecoturismo e o Desenvolvimento Regional”, este se torna um novo caminho para a promoção e elevação do nível econômico da população local num todo, eleva a qualidade de vida, diminui as diferenças sociais, os conflitos, a violência. Justificando-se com isso a participação da comunidade no processo do desenvolvimento socioeconômico sustentável de uma região, com a preocupação premente em gerar benefícios locais.

Layrargues (2002) em seu estudo sobre a “Função Social do Ecoturismo” apresenta a afirmativa de que diante das condições sociais brasileiras, o ecoturismo se sobressai como uma importante função social a cumprir, o de que ele pode ser um relevante instrumento de distribuição de renda, mais engajado do que as tímidas menções que se referem à geração de emprego e renda ou melhoria da qualidade de vida das populações das populações envolvidas, como benefícios econômicos indiretos do ecoturismo.

Então se torna viável apresentar o ecoturismo dentro de uma base comunitária que almeja:

A comunidade local é a própria operadora do negócio ecoturístico, permitindo o desenvolvimento comunitário local, a emancipação política e favorecendo a distribuição de renda, onde esta permanece na comunidade local e é distribuída entre os trabalhadores da atividade. Há espaço para inclusão e inclusive ascensão social, já que a própria comunidade é responsável pela gestão da atividade. Além de o pacote ecoturístico envolver múltiplas dimensões: natureza, história e cultura como variáveis indissociáveis, [...] o turista imerge na realidade local real, se impregna da vida cotidiana da coletividade, vivencia o envolvimento profundo e legítimo da rotina da comunidade local naquele espaço [...] o turista experimenta a alteridade de si com o outro como comunidade da natureza, bem como experimenta um contato direto com a realidade com pouca mediação do guia (LAYRARGUES, 2002).

Este quadro que expõe um novo olhar sobre a atividade turística, principalmente com o cunho da participação popular, ou seja, transforma os fatores socioeconômicos em favor da mudança social.

### **2.3 A comunidade local e sua posição no debate sobre a (in) sustentabilidade do turismo**

A definição de comunidade local embora seja um termo bastante simples, que sugere homogeneidade, cobre, de fato, um tópico muito diferente. A sugestão parece ser que a comunidade local seja composta de todas as pessoas que vivem numa destinação turística. Porém existam alguns pontos e discussões sobre o que seja comunidade local: quais as complexidades que a configuram?

Conforme Swarbrooke (2000, p. 60) comunidade local está no centro da discussão, onde sofre a influência dos seguintes compostos:

- (i) a área geográfica – os indivíduos que contribuem e fazem parte dessa região, pois exercem o seu poder de voto, das políticas de turismo, das questões sócio-ambientais;
- (ii) os nativos *versus* imigrantes – pessoas que compraram a segunda residência, que vieram viver na localidade, operários imigrantes;
- (iii) comunidades majoritárias e minoritárias – etnias minoritárias que mantêm sua cultura e seus idiomas, em equivalência com as novas comunidades que se transformam ao longo do tempo;
- (iv) residentes externos com interesses na comunidade – que legitimam direito de opinar sobre o que acontece, pois possuem uma área, são donos de empresas, empresas relacionadas com o turismo, nasceram e se mudaram, mas tem um vínculo com a área;

- (v) elite e os seus sistemas democráticos – as elites que dominam o poder e ditam as diretrizes para o povo;
- (vi) uma população e muitos grupos de interesses diferentes – são os proprietários de empresas de turismo, empregados na indústria de turismo local, empresário que atuam no ramo do turismo, os que não estão empregados na indústria do turismo, e que, por isso, não são por ela afetados e aqueles cuja vida sofre o efeito adverso do turismo, seus impactos negativos, por exemplo.

A idéia de comunidade é uma idéia aconchegante, confortável, na qual pessoas que vivem numa área compartilham de propósitos e identidade. Ela sugere estabilidade e consenso, um conceito atraente num mundo em que talvez a mudança e o conflito sejam muito mais comuns.

A maior parte da maneira de pensar convencional do turismo sustentável enfoca como a comunidade pode influenciar os sistemas de controle do planejamento e do desenvolvimento do turismo pelo setor público. Todavia, se as comunidades locais realmente maximizarem os benefícios que ganham com o turismo, e minimizarem os seus custos, será necessária, então uma abordagem mais radical.

Embora em meio a essa afirmativa, Swarbrooke (2000), assegurar que enquanto o conceito de comunidade é o assunto central na maioria dos debates sobre o turismo sustentável, a idéia de “comunidade” é mais um mito. De fato, as populações locais normalmente consistem em diferentes grupos de interesses, alguns dos quais podem estar em conflito entre si. O envolvimento da comunidade no turismo perpassa por vários tipos de planejamento, os quais devem ser usados e adotados de acordo com o perfil da comunidade em análise, e que esta esteja disposta a conquistar influência e que assuma um papel ativo no mercado do turismo, por meio de diversos modos, em vez de tentar influenciar a política do setor público apenas.

### 3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este estudo consiste de uma análise teórica sobre um novo modelo de gestão para atividade turística: o Ecoturismo, especialmente no tocante aos estudos destinados à prática ecoturística, onde estabelece a necessidade de informações sobre os pilares desta atividade, ou seja, a comunidade anfitriã deve está inserida no contexto desse desenvolvimento, primando pela preservação do meio ambiente e a pela fomentação da atividade turística como geração de renda e divisas.

A proposta da presente pesquisa implica em apresentar um recorte teórico a respeito do ecoturismo, ou seja, uma pesquisa de bibliográfica, a qual toma como base como base grandes autores que discutem essa nova segmentação turística. O que segundo Gil (2007, p. 45), são as bases teóricas os canais que permitem ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente, essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muitos disperso ou até mesmo onde existe a escassez de documentos referentes à temática estudada.

Somando-se a afirmativa de Gil, temos Ada Dencker (1998), que identificam a pesquisa bibliográfica como àquela que explicita e constrói hipóteses acerca do problema evidenciando, aprimorando as idéias, fundamentando o assunto em questão abordado na pesquisa. Para tanto, esse tipo de pesquisa envolve um vasto levantamento bibliográfico.

Nesta intenção, Lakatos & Marconi (2005), abrangem o universo da pesquisa bibliográfica, como toda produção já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicações orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão.

Desta feita, com base nos dados bibliográficos coletados, analisados e esquematizados conforme a temática apresentada pelo referido estudo, sistematiza-se um conjunto de considerações finais que

apresentam as principais nuances e perspectivas apresentadas pelo Ecoturismo, visando construir novas discussões a respeito do tema.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas discussões apresentadas pelo recorte teórico sobre o Ecoturismo como um novo modelo de gestão para a atividade turística, podemos sinalizar as principais considerações a respeito do tema:

- O Ecoturismo se apresenta como uma atividade econômica que visa despertar propostas de participação popular, que prima o bom relacionamento entre os turistas, meio ambiente e a preservação da estética do cotidiano de cada destino turístico.
- Entender que o ecoturismo não se constitui na salvaguarda da população, mas sim como um novo modelo de gestão que prime pela igualdade, equidade e sustentabilidade cultural e ambiental.
- Que o turismo, enquanto produtor do espaço pode mercantilizar a cultura local, tornando-a objeto de consumo, causando danos irreversíveis à identidade da comunidade. Daí a importância de se criar uma harmonia entre a atividade turística e a identidade cultural, essa permeada pelo simples respeito à diversidade cultural de um povo – diretrizes apontadas pelo ecoturismo.
- Visualizar no ecoturismo uma porta de inserção, que privilegia a participação efetiva de todos os grupos de interesse do setor turístico, e que o mesmo promova e estimule a capacitação de recursos humanos para o turismo.
- Para que haja o desenvolvimento do ecoturismo é preciso existir a constante avaliação do processo de implantação e operação da atividade turística, a partir de um sistema de confirmações e ou negações sobre os problemas por ele promovidos.
- Visualizar através do ecoturismo propostas de manutenção da identidade cultural local, ou seja, auxiliar na conservação da cultura tradicional de cada povo, mas sem em nenhum momento torná-la um mero produto a ser vendido, mas sim apreciado e respeitado.
- Fortalecer políticas públicas de fortalecimento das pequenas ações de desenvolvimento para o turismo como: capacitação para jovens – Agentes de Desenvolvimento Turístico Local; projetos educacionais voltados para o conhecimento da sua cidade, município e Estado.

Nesta perspectiva, compreende-se que a atividade turística não deve ser encarada como uma “tábua de salvação” para as questões sociais, políticas e econômicas de um povo, tanto porque ela se apresenta como uma alternativa, ora mitigadora, ora esmagadora dos desejos e anseios de um povo. Deve-se, entretanto, perceber que quando esta é utilizada de forma sistemática, controlada e organizada, torna-se um verdadeiro instrumento de luta para despertar as vozes sufocadas de um povo, seja através de suas potencialidades paisagísticas ou pela simples construção do ser.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Maria G. de. Refletindo sobre o lugar turístico no global. In: CORIOLANO, Luzia N. M. T (org). **Turismo com ética**. 2. ed. Fortaleza: UECE, 1998.
- BATISTA, Cláudio Magalhães. Memória e Identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**. vol 5. n. 3. 2005, 27-33 p. Instituto Virtual de Turismo. Disponível em: <<http://www.ivt-r.net/sapis/2005/pdf>> Acesso em: 10 de maio 2008.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação turística**. 10. ed. Campinas-SP: Papyrus, 2001.
- BOMFIM, Luiz F. C, GOMES, da C, BENVENUTI, Sara M. P. **Projeto cadastro da Infra-estrutura Hídrica do Nordeste**: Estado de Sergipe. Diagnóstico do Município de Laranjeiras. Aracaju: CPRM, 2002.

- CORIOLOANO, Luzia Neide M.T. Planejamento integrado do turismo: necessidade e tendência. **Revista Ciência Geográfica**, AGB – Seção Bauru, n.5, dez. 1996, p. 4-6.
- DENCKER, Ada de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 8.ed. São Paulo: Futura, 1998.
- DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003. p.242.
- \_\_\_\_\_. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.
- FENNELL. David. A. **Ecoturismo: uma introdução**. Tradução de Inês Antônia Lohbauer. São Paulo: Contexto, 2002.
- GIL, Antônio Carlos, **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LAKATOS, Eva, MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- LAYRARGUES, Philippe Pomier. 2002. **A Função Social do Ecoturismo**. Disponível em: <<http://www.senac.br/informativo/BTS/3001/boltec301e.htm>> Acesso em: 08 de maio 2008.
- SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impactos ambientais**, vol. 1 / John Swarbrooke: (tradução Margarete Dias Pulido). – São Paulo: ALEPH, 2000.
- WESCHENFELDER, Wilson Junior. **Ecoturismo e o Desenvolvimento Regional**. Artigo apresentado à disciplina de Organização do Espaço e Territorialidades, ministrada pela profª Drª. Virgínia Etges, do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional/Unisc. Rio Grande do Sul, 2007.



## DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA O ETNOTURISMO NA RESERVA INDÍGENA SÃO MARCOS – RORAIMA

Sydnan Souza Lima Aguiar<sup>1</sup>, Márcia Teixeira Falcão<sup>1</sup>, Carolina Viana Albuquerque<sup>1</sup>, Maria Aparecida Ferreira Barbosa Fernandes<sup>1</sup>, Tomiris Kátia Souza Duarte<sup>1</sup>.  
Instituto Federal de Roraima – IFRR<sup>1</sup>  
sydnanlima@hotmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar os desafios e perspectivas para o desenvolvimento do etnoturismo na Reserva Indígena São Marcos em Roraima, visando o desenvolvimento da localidade de forma sustentável. A área estudada localiza-se na região de campos e serras do Estado de Roraima, demarcada pela Fundação Nacional do Índio – FUNAI em 1976 e homologada por Decreto Presidencial em 1991, representa uma extensão total de 654.110 hectares e sua população em sua maioria de etnia Macuxi. Para realização da pesquisa utilizou-se a pesquisa participante através da interação entre os indivíduos, acentuando aspectos importantes, como a presença da fala dos envolvidos, a preservação e a divulgação da cultura local. Os resultados demonstram que um dos maiores desafios hoje para a comunidade, está “no querer” desenvolver o turismo, pois nesse tipo de atividade, a comunidade terá que se abrir para o público externo, mostrando sua cultura material, imaterial e natural. Outro desafio está no processo de capacitação da comunidade, no qual esta deverá estar aberta para novos aprendizados, o que demonstra que nem todos os membros ainda não estão e nem se sentem preparados para tal atividade.

**Palavras-chave:** Etnoturismo. Desenvolvimento Sustentável. Cultura.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo, nos últimos anos, tem evoluído em passos longos, principalmente no turismo alternativo, para aquelas pessoas que buscam experiências diferentes das quais vivenciam no seu cotidiano. O turismo tem se definido a partir de diversas perspectivas, em virtude de que é considerado como um fator que influencia econômica, social, cultural e politicamente em diversas regiões.

No Brasil, a prática do turismo destaca-se devido ao grande consumo de produtos turísticos variados, resultando na significativa movimentação de capital e desenvolvimento sociocultural. A atividade do turismo pode ser considerada uma atividade humana intencional, que serve como meio de comunicação e como elo de interação entre povos, tanto fora como dentro do país.

Definir o turismo não é fácil, por sua característica ser multifacetada, e cada área do conhecimento que tem relação com o turismo define-o de acordo com seus interesses específicos. Algumas acentuam os aspectos sociais, outras, os econômicos, os antropológicos, os geográficos, e assim por diante. Uma das definições mais utilizadas e que atende as necessidades de várias áreas de estudo é a divulgada pela Organização Mundial de Turismo - OMT, que busca universalizar uma definição para facilitar o controle estatístico e outras operações no âmbito do turismo em todo mundo. Para a OMT (SANCHO, 2001 p.38)

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócio ou outras.

O turismo tem-se relevado um grande consumidor de espaço, especialmente aqueles que apresentam elevado valor ambiental, e particularmente apresenta uma tendência marcante. O novo tipo de turismo é o alternativo que é resultado de uma mudança de valores e hábitos, em que as pessoas buscam melhorar sua qualidade de vida, o que inclui a procura por ambientes saudáveis emoldurados por natureza exuberante. Para Magalhães (2002 p. 8):

O turismo alternativo foi desenvolvido na Europa com o intuito de satisfazer as necessidades de uma clientela com aspirações e motivações, decorrentes de uma nova realidade contemporânea, bem como de tentar atender as exigências do meio ambiente.

Na linha do turismo alternativo temos o etnoturismo que é conceituado por Faria (apud MELO, 2005), como “um tipo de turismo cultural que utiliza como atrativo a identidade, ou seja, a cultura de um determinado grupo étnico (japoneses, alemães, ciganos, indígena, etc)”. Dentro dessa definição encontra-se o conceito de turismo indígena, segmento ainda recente do que o etnoturismo.

O turismo indígena é caracterizado como aquele realizado em terras indígenas ou em locais com base na identidade cultural e na gestão do grupo/ etnia indígena envolvido. Trata-se de um ramo do turismo que utiliza, dentre outros fatores os recursos naturais, as tradições culturais e as identidades regionais para o desenvolvimento sustentável.

O contato entre os índios e qualquer outra etnia, quando bem planejada pode gerar inúmeros benefícios às aldeias, como valorização da sua cultura, verbas para proteção à suas terras, entrada de alguns itens utilizados hoje pelos índios, entre outros. Além de respeito mútuo e sensibilização para uma educação ambiental aos visitantes.

O etnoturismo em aldeias indígenas merece atenção especial, e muito estudo na área e nossa pesquisa identificou entre outros, os inúmeros benefícios que podem ser gerados pela atividade e os desafios para ser colocado em prática está atividade na região. Basta planejar e criar restrições particulares a cada caso de aldeia, e assim observar se a atividade é ou não viável para essa região.

## 2. O TURISMO EM ÁREAS INDÍGENAS

A região da Reserva Indígena São Marcos está situada nas áreas de campos e serras do estado e foi demarcada pela FUNAI em 1976 e homologada pelo Decreto Presidencial 312 de 29/10/1991. Conforme Andrello (2010) a região é composta por 28 aldeias situadas em seus limites, é formada pelas etnias: macuxi, taupéang (filiação lingüística Carib) e wapixana (filiação arawak).

Os indígenas em muitas classificações do senso comum da nossa sociedade são visto como selvagem, exótico, primitivo e gentil. Diante desse contexto é necessário entender as diferenças culturais, principalmente relacionadas ao turismo que envolva comunidades indígenas, no qual uma das principais preocupações é evitar a perda da identidade cultural, que pode ser trabalhada como atrativo ou mesmo como o próprio motivo da visita.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) muitas pessoas estão dispostas a pagar para visitar áreas que estão bem conservadas e praticar atividades turísticas não predatórias, facilitando a adoção de estratégias para implementar o turismo sustentável.

Embora para diversos autores o turismo indígena é identificado dentro do segmento do ecoturismo, ainda possui um conceito que o defina claramente, conforme Ceballos-Lascurain (1987, apud BRITO, 2009, p.27):

O ecoturismo é o turismo que consiste em viajar para as áreas naturais não degradadas ou não poluídas, com o objetivo específico de estudar, admirar e fruir a paisagem e suas plantas e animais, tanto quanto manifestações culturais (do passado e do presente) encontradas nessas áreas.

Brito (2009) ressalta que se considerarmos que a etnia é a coletividade de indivíduos que se diferencia por sua especificidade sociocultural, que pode ser refletida na sua língua, religião e maneiras de agir, podemos dizer que o turismo realizado nas áreas indígenas pode ser classificado como etnoturismo.

Assim corroborando com Faria (2007) a implantação do turismo em áreas indígenas deverá considerar os seguintes aspectos:

- A tradição cultural deve prevalecer os interesses turísticos;
- Deverá considerar o grau de contato com a comunidade indígena;
- Valorizar os aspectos culturais;
- A comunidade envolvida deve participar de todo o processo de implantação da atividade;
- Caberá a comunidade gerenciar a atividade;
- Deverá gerar recursos, visando o desenvolvimento e a melhoria na qualidade de vida da comunidade;
- Viabilizar o uso dos recursos naturais de forma sustentável;
- Apoiar os projetos comunitários;

- Viabilizar o acesso às políticas de saneamento básico;
- Promover programas de capacitação.

A partir do exposto ressalta-se que o turismo é definido segundo Cavaco (1996, p. 56), como sendo ligado ao desenvolvimento local, possui plena capacidade de fixar e atrair a população com êxito, no sentido de assegurar melhores condições de vida tendo como aspecto basilar a revitalização e a diversificação econômica do lugar.

Nascimento e Carvalho (2008) reforçam que a atividade turística é capaz de liderar este processo de transformação estrutural. As ações que emergem a partir deste processo de inovação resultam em uma realidade territorial nova que se origina da ação contínua das forças internas.

Nesse sentido Coriolano (2003) ressalta que o turismo comunitário quando desenvolvido pela própria comunidade, onde seus membros passam a ser ao mesmo tempo articuladores e construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro permanecem na comunidade contribuindo para melhoria de qualidade de vida, proporciona o sentimento de cooperação e organização das estratégias do desenvolvimento do turismo. Além de requerer a participação de toda a comunidade, considera os direitos e deveres individuais e coletivos elaborando um processo de planejamento participativo.

Souza e Santos (2008) que afirmam que algumas organizações indígenas são resistentes perante o fenômeno turístico, pois temem os impactos que a atividade poderá promover junto à comunidade.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Localização e características da área

A área pesquisada compreende a região de Pacaraima que está incluído na Terra Indígena São Marcos, situada na região de campos e serras do Estado de Roraima, demarcada pela Fundação Nacional do Índio – FUNAI em 1976 e homologada por Decreto Presidencial em 1991, representa uma extensão total de 654.110 hectares e sua população em sua maioria de etnia Macuxi (Figura 01). A pesquisa “*in loco*” considerou as potencialidades naturais da área no qual se utilizou a pesquisa participante através da interação entre os indivíduos, acentuando aspectos importantes, como a presença da fala dos envolvidos, a preservação e a divulgação da cultura local.

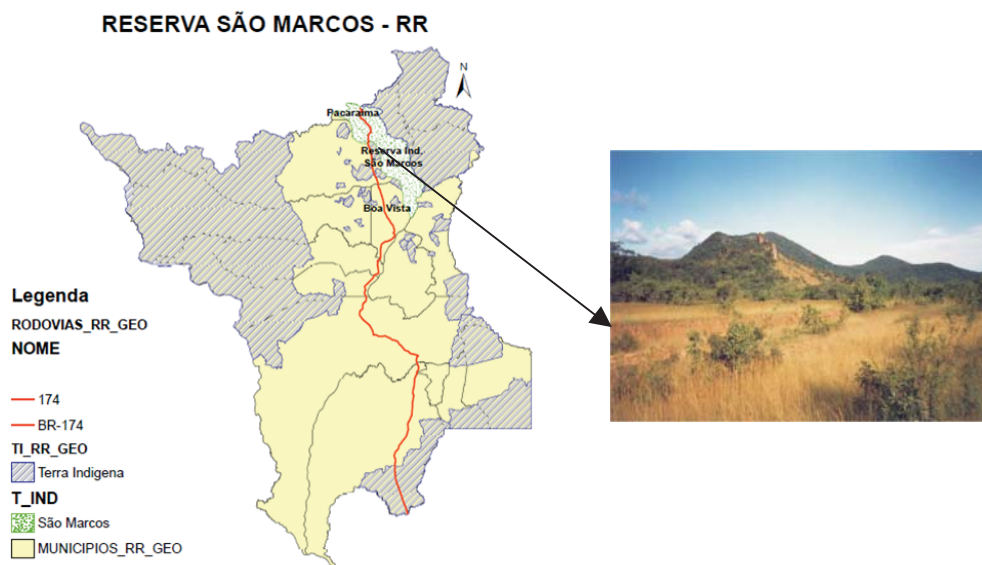


Figura 01: Mapa de localização da Reserva São Marcos, em detalhe vista parcial da região, 2011.

Em relação aos aspectos naturais da região o tipo climático corresponde à classificação de Koppen “Am”. Para Barbosa et al. (1997), no qual se estabelece em um corredor florestal que, ao sofrer influência das savanas, das florestas úmidas e dos altos relevos do norte de Roraima, transforma-se num clima intermediário entre Aw e o Af, com estação seca bem definida. A quantidade de chuvas varia entre 1.700 a 2.000 mm/ano, onde o máximo pluviométrico está entre maio-junho, congregando cerca de 40% do total precipitado em todo ano. O relevo da região caracteriza-se por ser elevado, com altitudes que ficam acima de 250 metros, chegando a atingir 1100 metros, essa topografia pouco acentuada, são regionalmente conhecidas como tesos, e em geral estão associadas à presença de horizonte laterítico concrecionário, conhecido como piçarra.

### 3.2 Procedimentos

A pesquisa é do tipo pesquisa participante, pois durante o processo de desenvolvimento houve a participação da comunidade, que fez análise da inserção do etnoturismo em sua comunidade, e de que forma essa atividade poderá trazer benefícios a comunidade. A pesquisa foi realizada por meio de reuniões periódicas com os líderes da comunidade (tuxaua) e demais membros, no qual foi exposto a proposta por meio de slides e posteriormente debatido junto aos membros, no qual estes expuseram suas opiniões e responderam ao questionário. Posteriormente as conversas foram sistematizadas de forma descritiva e os dados foram tabulados em forma de gráficos.

## 4. RESULTADOS

Os resultados obtidos através da pesquisa demonstram que a atividade turística na região é insipiente e pontual, principalmente devido às questões de homologação da terra, mas também a forma como a comunidade se isolou e tornou-se dependente da política assistencialista governamental.

É importante ressaltar que durante a pesquisa, conforme informações obtidas na comunidade, no que se refere a preocupação com os saberes da comunidade e de que forma esse conhecimento é repassado, portanto, 47% ressaltaram que o conhecimento tradicional e ambiental é repassado pela escola, 28% ressaltaram que é de responsabilidade da família, 13% falaram que esse conhecimento provem dos rituais, 7% pelo tuxaua e 5% pelas práticas de cultivo (Figura 02).



Figura 02: Formas de repasse do conhecimento ambiental na região São Marcos.

No que se refere às potencialidades para o desenvolvimento da atividade turística, durante a pesquisa “in loco” conforme relato dos líderes das comunidades na região, percebe-se o potencial

natural, cultural e das identidades regionais como alternativa para o desenvolvimento do turismo sustentável.

Dessa forma, vislumbra-se que as comunidades vêem o turismo como fonte de renda e demonstram que atualmente possuem interesse no desenvolvimento da atividade de forma regulamentada. Ressalta-se que o turismo nas áreas indígenas surge como alternativa econômica viável com possibilidade de gerar benefícios diretos e indiretos, e também como instrumento de valorização cultural, pois conforme Martins e Coutinho (2007) a diversidade cultural das comunidades são os principais atrativos para o ecoturista, desde que sejam definidas em conjunto com as entidades representativas, quais as diretrizes e estratégias do turismo que se pretende realizar.

Nesse sentido, um dos maiores desafios hoje para a comunidade, está “no querer” desenvolver o turismo, pois nesse tipo de atividade, a comunidade terá que se abrir para o público externo, mostrando sua cultura material, imaterial e natural. Nesse sentido Bahl (2009) reforça que um dos aspectos fundamentais da atividade turística nas áreas indígenas é evitar a perda da identidade cultural, pois esta pode ser trabalhada como atrativo ou mesmo como o próprio motivo da visita. Outro desafio está no processo de capacitação da comunidade, no qual esta deverá estar aberta para novos aprendizados, o que demonstra que nem todos os membros ainda não estão e nem se sentem preparados para tal atividade.

Sabe-se que hoje, não existe ainda a garantia de uma legislação indígena sobre o desenvolvimento do turismo em territórios indígenas, o que constitui uma temática bastante discutida nas academias, mas ainda sem efeito efetivo nas políticas públicas.

Com relação às perspectivas para o desenvolvimento da atividade turística na região, sabe-se que Roraima no que se refere à paisagem, possui uma realidade bastante distinta e particular aos demais estados brasileiros, pois possui grande quantidade de atrativos naturais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As populações indígenas na região amazônica possuem uma rica herança histórica - cultural, e geograficamente essas comunidades estão localizadas em um meio ambiente diversificado, proporcionando a atividade cultural, social e econômica que através do etnoturismo poderá contribuir para o desenvolvimento do turismo sustentável de base local.

Nesse sentido Roraima, possui cerca de 46% em Terras Indígenas, o que poderia ser aproveitado para o desenvolvimento econômico de forma sustentável, mas acaba sendo subaproveitado em decorrência principalmente devido a carência de informações sobre os aspectos sócio-econômicos, ambientais e culturais da etnia macuxi.

Nesse contexto etnoturismo em comunidades indígenas pode ser um exemplo de turismo sustentável, na medida em que todos os envolvidos no processo possam obter resultados positivos: o turista viverá uma experiência única que nenhuma agência de viagem poderá lhe proporcionar e a comunidade manterá viva para as futuras gerações sua cultura, suas tradições e sua história, além dos benefícios econômicos.

Cabe salientar, que é importante não massificar o etnoturismo, deve se planejar e regulamentar a atividade, estabelecendo níveis de capacidade de carga, buscando dessa forma a manutenção da cultura e preservando o ambiente natural.

## REFERÊNCIAS

ANDRELLO, G. Fazenda São Marcos: do próprio nacional a terra indígena. In: BARBOSA, R.I.; MELO, V.F. (Org.). **Roraima: homem, ambiente e ecologia**. Boa Vista: FEMACT, 2010.

- BAHL, Miguel. Dimensão cultural do turismo étnico. In: PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marilial. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009.
- BARBOSA, R. I. Distribuição das chuvas em Roraima. In: BARBOSA, R. I.; FERREIRA, E. J. G.; CASTELLÓN, E. G. (Ed). **Homem, ambiente e ecologia no estado de Roraima**. Manaus: INPA, 1997. p. 325-334.
- CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (org.) Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 94 - 121.
- CORIOLOANO, Luzia Neide M.T. (2006). **Reflexões sobre o Turismo Comunitário**. <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=11164>. Acesso em: 05 ago 2008.
- BRITO, Telma Medeiros. Turismo e povos indígenas. **Anuário da Produção Acadêmica Docente**. Vol. III, N<sup>o</sup> 4, 2009, p. 23-36.
- FARIA, I.F. **Ecoturismo indígena território, sustentabilidade, multiculturalismo**: princípios da autonomia. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Geografia Física, Universidade de São Paulo, 204 p.
- MAGALHÃES, Cláudia Freitas. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002
- MARTINS, Idânia Rita dos; COUTINHO, Helen Rita Menezes. Turismo em áreas indígenas. **Revista Aboré**. 03/2007. p.1-9. Disponível em: < <http://www.revistas.uea.edu.br> > Acesso em 20 set 2011.
- MELO, Maria José Gonçalves. A inserção do ecoturismo no Brejo de Serra Negra/Bezerros/PE: uma proposta concreta de desenvolvimento socioespacial. 2005. 124 p. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.
- NASCIMENTO, Antonio Ciro Neves do, CARVALHO, Jairon Costa. **O Turismo Comunitário como Fator de Desenvolvimento Local: O caso da Comunidade Barro Vermelho – Parnaíba/PI**. Anais II Seminário Internacional de Turismo Sustentável, Fortaleza: 2008.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- SANCHO, Amparo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca 2001.
- SOUZA, N.N.S.; SANTOS, R.B. Comunidades indígenas e o turismo local. In: SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICO. **Cadernos temáticos**. Brasília: Secretaria de Educação Profissional e Tecnológico. v.1 2008. p.55-59

## CONSERVAÇÃO E PROPAGAÇÃO DA GASTRONOMIA DE CAUCAIA NAS BARRACAS DE PRAIA DO CUMBUCO

Ferreira, Síntique Siqueira - Instituto Federal Ceará  
Braga, Cristiane Borges - Instituto Federal Ceará

### RESUMO

Este artigo analisa as mudanças engendradas pelo turismo nas barracas de praia do Cumbuco, no qual o crescimento dos negócios turísticos tem agregado e transmitido culturas gastronômicas diversas. Neste estudo são apresentados, brevemente, fatos históricos do município de Caucaia e da Praia do Cumbuco, bem como da gastronomia de ambos. O percurso metodológico dessa pesquisa envolveu uma revisão bibliográfica e documental, além da aplicação de questionários e entrevistas os moradores nativos e estrangeiros, além de entrevistar donos de barracas de praia. As entrevistas foram utilizadas com o intuito de averiguar se ocorreram mudanças nos hábitos alimentares dos nativos do Cumbuco em virtude do crescente aumento de moradores oriundos de outros países. À vista de tudo o que foi pesquisado e devidamente analisado, salienta-se que a cultura gastronômica pesquisada e analisada neste artigo propõe uma conscientização Global quanto à importância da sua preservação, ainda que propagada através do forte turismo ali existente, das muitas culturas observadas, especialmente a gastronômica, que, neste caso, fala pelos próprios nativos do Cumbuco acerca de seus costumes e conceitos alimentares.

**Palavras-Chave:** Barracas, Culinária, Cumbuco, Gastronomia e Hotelaria



## INTRODUÇÃO

A influência da gastronomia regional nas inovações atuais do setor gastronômico universal tem obtido uma atenção especial por parte dos dirigentes do mesmo. Em contrapartida, há uma constante preocupação quando o foco é o comércio e sua abrangência, ou seja, a globalização econômica e cultural, processo esse iniciado nos anos de 1950, irreversível, mas não incontrolado.

Uma prova crucial disto é a atuação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) que protege o papel intelectual indígena da crescente Globalização, fazendo valer as características intrínsecas do nosso povo, cuja formação é essencialmente formada por índios. Sendo assim, sobrepõe-se que os saberes tradicionais formam uma parte importante das inovações e da criatividade fundadas sobre a tradição, incluindo-se a gastronomia; ocupam cada dia mais a atenção dos dirigentes que tomam as decisões em setores tão diversos como a alimentação e a agricultura, o comércio e o desenvolvimento econômico, o meio ambiente, a saúde, os direitos do homem e a política cultural. O papel da propriedade intelectual indígena, em relação à proteção dos saberes tradicionais, Globalização, diversidade cultural e desafios para a sociedade foi o tema de uma conferência promovida pela Organização da Propriedade Intelectual (OMPI) em Genebra, em 1999 (WIPO/OMPI, 2001).

Nunca o mundo esteve tão sensível à diversidade cultural. Afinal, o maior formador de opiniões, a mídia, encontra-se em todos os lugares, levando e formando valores e gostos. A Praia do Cumbuco não é exceção. Novas culturas gastronômicas nacionais e estrangeiras têm sido apreciadas pelos seus moradores. Um bom exemplo nacional é o “Açaí na Tigela” (polpa do açaí acompanhado de castanha-de-caju, amendoim, leite em pó, banana e guaraná em pó), oriundo do Estado do Pará. Vindo da Itália tem o café expresso, saboreado pelos nativos do Cumbuco. Ressalta-se ainda que, dentre as muitas culturas que estabelecem a identidade de um povo, a gastronomia<sup>1</sup> busca, por gerações, transmitir os gostos e prazeres através de visões, sabores e cores.

A gastronomia é o estudo da *alimentação humana*, atingindo desde a culinária<sup>2</sup> às bebidas, todo um aparato que gira em torno da confecção de pratos incluindo os aspectos sócio-culturais a ela relacionados. É o conhecimento teórico e/ou prático acerca de tudo que diz respeito à arte culinária, às refeições apuradas, aos prazeres da mesa, à degustação e origens dos pratos. O cozinheiro faz, e o gastrônomo prova e analisa.

Estudaremos, portanto, a influência da gastronomia de outros povos, especialmente os europeus, que são os maiores freqüentadores da Praia do Cumbuco, na alimentação dos cumbucoenses. O que mudou e o que permanece após a “invasão” do turismo no local.

## METODOLOGIA

Para a concretização deste trabalho científico foi realizada uma pesquisa qualitativa, utilizando-se os preceitos da pesquisa bibliográfica, documental e de campo acerca da história do Cumbuco e sua gastronomia. Flick (2009) e Gil (1999) ressaltam que a utilização da pesquisa exploratória proporciona uma visão ampla sobre determinado fato ou assunto investigado. Além disso, justifica-se seu uso neste estudo em virtude da escassez de literatura que subsidiasse essa pesquisa.

---

<sup>1</sup> O termo “**gastronomia**” vem do grego γαστήρ ["estômago"] e νομία ["lei"/"conhecimento"]. A palavra apareceu pela primeira vez no livro "Hedypatheia" (Tratado dos Prazeres) de Arkhestratus, um contemporâneo de Aristóteles, aonde ele ensinava acerca do preparo de peixes. (CAMPOS, 2010)

<sup>2</sup> De acordo com o dicionário Aurélio, disponível no endereço [www.dicionarioaurelio.com/caucaia](http://www.dicionarioaurelio.com/caucaia), Culinária é a arte e a ciência do preparo de alimentos para a mesa, em geral pelo aquecimento, até modificar seu sabor, consistência, aparência e composição química.

Após a definição das hipóteses desta pesquisa, realizou-se um estudo bibliográfico e documental acerca da história do Cumbuco e sua gastronomia. Posteriormente foram aplicadas entrevistas e questionários com três moradores nativos, uma corretora caucaiana, um turista nacional e dois estrangeiros, dois proprietários de barracas e uma autoridade municipal.

Além das entrevistas foi aplicado um questionário contendo questões objetivas para averiguar a situação socioeconômica dos entrevistados, e subjetiva, com o intuito de averiguar a história da criação e evolução do local, bem como de sua gastronomia.

## CAUCAIA E A CULINÁRIA LOCAL

Caucaia é um município do Estado do Ceará que recebeu as raízes da colonização dos Jesuítas. Em 1735 estes missionários, designados pela Carta Régia de 22 de outubro do mesmo ano, passaram à plena atividade catequética dos índios que habitavam a região, os 'Caucaia'. De acordo com fontes obtidas no site do Instituto Brasileiro de História e Geografia (IBGE), em 1755 o povoado se torna Vila, inaugurada em 15 de outubro de 1759 com o nome de Vila Nova de Soure, sendo a mesma designada como a Data Comemorativa de criação da cidade. O nome sofreu muitas mudanças devido a questões políticas até tornar-se, em 20 de dezembro de 1938, o Município de Caucaia, seu nome atual.

O município limita-se ao norte com o Oceano Atlântico, ao sul com a cidade de Maranguape, ao leste com a capital Fortaleza e ao oeste com as cidades de Pentecostes e São Gonçalo. Está situado na zona litorânea a 10 km de Fortaleza, sendo banhado pelos rios Ceará, Cauípe e parte leste pelo rio São Gonçalo. Sua extensão territorial é de 1293km<sup>2</sup>. (GADELHA, 2009)

Caucaia é hoje considerada o portão de entrada do turismo no Estado, situando-se na Costa Oeste de Fortaleza, Região Turística II – Área de intervenção do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR-CE. Caucaia oferece 25 km de litoral, tendo suas praias mais visitadas pelos turistas. Fazem parte do seu extenso litoral as praias: Dois Coqueiros, Iparana, Pacheco, Icaraí, Tabuba e **Cumbuco**, sendo esta a mais conhecida e freqüentada por turistas nacionais e estrangeiros.

Vale ressaltar que o clima de Caucaia é "fresco" tanto nas praias quanto na cidade. Sua temperatura é de 25°C no verão a 35°C, com chuvas no inverno, sua média anual pluviométrica é de aproximadamente 10007 mm. Ela se encontra a 29 metros acima do nível do mar.

Quanto a gastronomia, o município tem em sua história a influência dos índios, colonizadores europeus e negros africanos. Entre os citados, os índios de várias etnias (*Potiguares, Tremembé, Cariris e Anacés*) são os principais influenciadores da culinária caucaiana. De acordo com site da UOL, Ecoviagem- Turismo fácil e interativo, os *Potiguares* habitavam a região que hoje é o centro da cidade, cujo bairro leva o nome de Caucaia; os *Tremembé* ficavam mais para as cercanias do Município; os *Cariris*, mais próximos ao Litoral; e, os *Anacés* na atual região de Japua, Camará, Mangabeira atingindo parte da região litorânea. Quanto aos principais alimentos, de acordo com a Prefeitura Municipal de Caucaia<sup>3</sup>, Podemos citar aqui os pratos que tiveram sua origem na cultura desses índios e que são tão apreciados, não somente pelos nativos do Cumbuco, mas por todos que o visitam: paçoca, tapioca, bolo de macaxeira, bolo de batata, bolo de grude, baião-de-dois, bolo de milho, canjica, pamonha, pé-de-moleque, peixada etc. (Prefeitura de Caucaia, 2010)

Podemos citar ainda, uma forte influência da culinária européia. Nesse contexto destaca-se galinha à cabidela (originário da França, mas trazido pelos portugueses) e a rapadura (trazida pelos Portugueses, mas de origem Espanhola).

Os escravos negros africanos não tiveram a mesma influência que os índios e europeus. A principal iguaria utilizada por eles e que passou a fazer parte da culinária caucaiana, assim como de todo o Estado, foi a cachaça, extraída da cana-de-açúcar e fortemente apreciada mundo afora. Pode-se citar ainda a feijoada que resultou da fusão de costumes europeus (senhores dos escravos) com a dos próprios escravos que aproveitavam as partes do porco (depreciadas pelos seus senhores e as cozinhava

<sup>3</sup> [www.caucaia.ce.gov.br](http://www.caucaia.ce.gov.br)

junto com o feijão, especiaria tão apreciada por eles. O *cuscuz*, originário da África Setentrional e trazido pelos portugueses, era a base da alimentação dos escravos africanos.

## A VILA DO CUMBUCO E A CHEGADA DO TURISMO

Há pouco relato acerca da Vila do Cumbuco. Na realidade, o que se sabe dela é através de testemunhas vivas e alguns *sites* na Internet, não sendo encontrado livro que relate especificamente a sua história.

O significado do nome “Cumbuco” é bem interessante. De acordo com a Entrevistada 01, uma das primeiras moradoras da vila e a primeira educadora, o nome passou a ser chamado “Cumbuco” devido às dunas que se formavam tão altas e íngremes no formato de uma **cumbuca**. *“Não havia estrada, somente as dunas. Para ir até a cidade, Caucaia, era necessário atravessar as altas dunas que fechavam a pequena vila, como se tivessem protegendo-a de invasores, pois não havia entrada e nem saída do local”, relata.*

Vila do Cumbuco, por ser a moradia de pescadores, nasceu pequena, com a habitação de seis famílias, à beira da praia, no ano de 1920, em casas de palhas de coqueiro. Não havia escolas, igrejas ou cemitérios; somente dunas, coqueirais, olhos-d’água, chamados de “vazantes”, que favoreciam à plantação de mandioca, milho, jerimum, feijão, arroz etc. e também serviam para demarcar a moradia de cada um. De acordo com os moradores mais antigos, muitos deles já idosos pertencentes à faixa etária entre 75 a 91 anos, o local era de completa paz e harmonia entre os que ali habitavam. Porém, na década de 80 Cumbuco foi “descoberto” por um empreiteiro imobiliário visionário, que viu no local uma excelente oportunidade para negócios turísticos, com a construção de casas de veraneio.

Continua relatando que muitos nativos relutaram em aceitar as condições que lhes impuseram para a construção das casas de veraneio, que seria sair da beira mar para mais próximo das dunas. Foram, então, levantadas 80 casas, com uma sala, um quarto e um banheiro, aprovadas pela maioria dos moradores. Também foram trazidas outras famílias para habitar o local que se transformou oficialmente na Vila do Cumbuco no ano de 1976. Este foi o início do fim da pequena vila, que, aos poucos, passou a ser conhecida simplesmente por “Praia do Cumbuco.”

Vila do Cumbuco, ou simplesmente “Praia do Cumbuco”, está situado a 30 km de Fortaleza, com acesso pela CE-090 e CE-085. Pode-se chegar de carro, ônibus ou táxi. A Vila tem uma posição geográfica privilegiada. Seu clima é agradável devido à presença de fortes ventos que favorecem prática de esportes, como o *kite surf*, *wind surf* e a famosa “Corrida das Jangadas”, que ocorre no local uma vez por ano.<sup>4</sup> Cumbuco possui hoje mais de 20 restaurantes com gastronomias diversas: alemã, italiana, francesa, portuguesa, eslovênia, israelense, regional, dentre outras.(SILVA, 2010)

A culinária do Cumbuco conta com uma grande diversidade gastronômica. A mistura de ingredientes locais, nacionais e estrangeiros faz da gastronomia cumbuquense rica em todos os sentidos, pela sua apresentação colorida e aroma suave.

À beira da praia do Cumbuco, hoje, encontram-se restaurantes, pizzarias, creperias, cafeterias e churrascarias que são *points* jovem do local. Vale ressaltar que Cumbuco é o bairro cosmopolita de Caucaia por ser tanto moradia como receptor de turistas do mundo inteiro.

Nos três anos que antecederam à formação do Cumbuco para Vila do Cumbuco, mais especificamente nos anos de 1973, 1974 e 1975 o local começou a ser freqüentado por turistas nacionais. Os poucos estrangeiros que visitavam a praia eram mais para acampar. Os principais freqüentadores vinham de Fortaleza e levavam em torno de duas horas e meia a três horas para se

---

<sup>4</sup> Essas informações estão citadas no Portal do Cumbuco (<http://www.portalcumbuco.com.br/>)

locomover, de carro, via Fortaleza/Cumbuco. Se optassem por vir de ônibus era bem mais dificultoso, pois só havia uma linha via Caucaia/Cumbuco, e a mesma de difícil acesso.

A Entrevistada 02, a mais antiga corretora de imóveis da região, salienta que:

Nas décadas de 80 (oitenta) a 90 (noventa) as casas de veraneio já ocupavam mais de 30% da área total do Cumbuco, e foi por volta exatamente desta época que Cumbuco começou a ser freqüentado por turistas estrangeiros, com alguns permanecendo no local como integrante da comunidade. Tanto é que hoje há dentre eles proprietários de hotéis, pousadas, restaurantes, estúdios fotográficos, barracas de praia etc.

É surpreendente a rapidez do progresso da pequena Vila do Cumbuco! Ainda hoje a praia é alvo de novos empreendimentos turísticos, principalmente nestes últimos três anos que antecedem à **Copa do Mundo de Futebol**, tendo a cidade de Fortaleza como receptora, e o Cumbuco como principal reduto turístico.

### AS BARRACAS DE PRAIA DO CUMBUCO

A história do Cumbuco se divide em **antes** e **depois** da construção das suas barracas. Foi o que narrou a Entrevistada 03, nascida e criada na Vila do Cumbuco. Aos 72 anos, mãe de oito filhos, bordadeira há quarenta anos, fala da pobreza econômica local antes de serem instaladas as barracas de praia. Segundo esta última, a primeira barraca surgiu em baixo de um coqueiro, quando um morador observou que a chegada dos turistas poderia lhe render ajuda no sustento da família. Daí, outros passaram a fazer o mesmo, construindo palhoças que evoluíram com o tempo.

Com a descoberta outros vieram a se instalar no Cumbuco trazendo consigo pequenos negócios, como as “bodegas”<sup>5</sup>, os mercadinhos e venda ambulante.

A Entrevistada 04, 43 anos, lembra-se que quando adolescente, passeava com familiares vindos de Belém do Pará e, na barraca pertencente à Entrevistada 05, comiam deliciosos e inesquecíveis bolinhos de peixe, que, afirma, não encontrou iguais em parte alguma do Brasil.

Juntamente às mudanças ocorridas com a chegada do turismo ao Cumbuco, naturalmente a gastronomia também seria afetada, positiva e/ou negativamente. Em contrapartida, novos horizontes floresceriam para a comunidade, pois com ele veio o progresso. Se tudo já estava sendo facilitado, economicamente falando, agora está ainda melhor: novos focos de comércio rentável, com turistas do mundo todo procurando desfrutar das delícias naturais do Cumbuco. Quem procura o local encontra não somente uma bela natureza, mas, também, uma cultura gastronômica rica em diversidade.

Para a entrevistada 05 a mudança ocorrida na preparação dos pratos, em geral, deu-se pela chegada dessas “facilidades”. Para que pescar se o peixe pode ser comprado e transportado até a barraca? Assim, economizou-se tempo e dinheiro, pois para a despensa seria necessária a contratação de ajudantes de embarcação e investimentos em materiais de pescaria, criação e conservação do pescado. Digamos que o peixe e mariscos servidos hoje nas barracas de praia do Cumbuco sejam “terceirizados”, ou seja, comprados no Mercado São Sebastião, em Fortaleza.

Infelizmente nem tudo são flores. Quando o *macro* empresário chega, o *micro* empresário se vê em dificuldades. Imigrantes nacionais e estrangeiros vão ao Cumbuco com a finalidade de estabelecer ali negócios, como é o caso de Resorts internacionais. Olhando o lado positivo da Globalização, vemos isto como algo promissor para as barracas de praia, esperando mais turistas e, conseqüentemente, crescimento econômico.

Nesse sentido, Celso Furtado (1991) afirma que

Devemos nos empenhar para que essa seja a tarefa maior dentre as que preocuparão os homens no correr do próximo século: estabelecer novas prioridades para a ação

---

<sup>5</sup> Pequenos armazéns de secos e molhados. (Mini Aurélio Escolar - Século XXI, pg.102)

política em função de uma nova concepção do desenvolvimento, posto ao alcance de todos os povos e capaz de preservar o equilíbrio ecológico.

Porém, o esperado não tem ocorrido. O aumento do turismo está acarretando preocupação para os barraqueiros que estão sendo ameaçados de retirada do local. Alega-se a insustentabilidade das mesmas por estarem muito próximas à praia, impossibilitando a passagem e vista para o mar.

## OS CARDÁPIOS: COMPOSIÇÃO E CARRO-CHEFE

O carro-chefe das barracas de praia do Cumbuco é o Peixe Frito com Baião de Dois. *“Ninguém fazia esse prato com a destreza de meu falecido marido”* – afirma a Entrevistada 05.

O peixe era pescado por ele mesmo, geralmente Pintado, Cavala ou Pargo, os mais apreciados pelos turistas. O Baião de Dois era feito no leite de coco; o feijão, as verduras, a macaxeira etc. eram de plantação própria, nas antigas vazantes, que hoje não mais existem.

A entrevistada foi cozinheira por trinta anos na barraca pertencente ao seu falecido esposo. Ela conta que o cardápio e a maneira de servir os pratos foram sempre os mesmos, com a diferença, hoje, da origem e apreciação dos ingredientes utilizados na confecção dos mesmos.

Com a chegada da Psicultura semi-intensiva<sup>6</sup> atualmente vem sendo muito apreciado, tanto por nativos quanto por turistas, o peixe Cará-tilápia, oriundo de água doce. Ele é assado em brasa, enrolado numa folha de alumínio com verduras e sal grosso, sendo servido com baião de dois, salada, batata frita e farofa.

A ostra e a lagosta são os pratos mais apreciados pelos estrangeiros que ali residem ou visitam. A Entrevistada 06 (proprietária de uma barraca de praia) salienta que:

Os turistas estrangeiros são os principais freqüentadores do Cumbuco, deixando uma contribuição considerável para a comunidade. Aqueles que resolveram ficar por aqui montaram seu negócio e matem uma excelente ligação com os cumbuqueiros<sup>7</sup>.

Outra Entrevistada, denominada de Entrevistada 07, também proprietária de barraca de praia, relata que a presença dos estrangeiros muito tem corroborado para o progresso do Cumbuco. *“Eles chegam interessados no “vento” para a pratica do kite surf.”* O Cumbuco é considerado pelos praticantes do esporte o melhor local do mundo pela constância de fortes ventos. O entrevistado 08, amante do *kite surf*, complementa que se mudou de sua terra natal, Israel, com o único propósito de conhecer a melhor praia do mundo para a prática do esporte. O lugar e seus habitantes o atraíram a tal ponto que ele resolveu mudar-se definitivamente para o Cumbuco, abrindo um restaurante especializado em comida natural bem próximo à praia. Ele conhece muito pouco da gastronomia local e afirmou que em seu país ela não é muito apreciada devido à diferença cultural. *Chef espanhol, o Entrevistado 09 está no Cumbuco há três meses montando um restaurante especializado em comida natural do seu país de origem. Seu objetivo é também aprender mais da gastronomia cearense. Para ele, a riqueza gastronômica local é surpreendente, em especial o baião-de-dois com peixe frito. “Em meu país há muitos restaurantes brasileiros, oriundos da região Sul, servindo baião de dois.”*

O baião de dois é um prato tipicamente da região rural do Ceará, mas o Brasil é rendido ao mesmo. Quase todos os pratos nas barracas de praia do Cumbuco acompanham baião de dois, que pode ser feito com outros ingredientes acrescentados ao feijão com arroz, como: toucinho, queijo, nata, creme de leite, leite de coco etc.

<sup>6</sup> Psicultura semi-intensiva é uma das áreas da *aqüicultura* (= *aquacultura*), cujo objetivo é a criação de peixes, plantas e moluscos aquáticos em locais como viveiros e barragens nos quais o criador fez algumas alterações para aumentar a produtividade e renda da criação de peixes. Uma das melhorias na criação seria o aumento de alimentos naturais na água com adição de adubo e milho. (Gregório, 2006)

<sup>7</sup> Termo nativo para designar seus habitantes naturais.

Na sua composição os cardápios também levam: bolinhos de peixe, lagosta, camarão frito no alho e óleo, camarão cozido, macaxeira frita e cozida, vinagrete, peixada ( peixe cozido em legumes e verduras, acompanhando o pirão de peixe), caranguejo etc.

Quanto às bebidas, servem: água de coco, caipirinha, cachaça, caipirosca, sucos de frutas variados, whiskys nacionais e importados.

## ANÁLISES DE RESULTADOS

No que tange à sua conservação a gastronomia regional local tem sido preservada nas barracas de praia do Cumbuco. Apesar das mudanças observadas na cultura dos nativos com a chegada do turismo, observa-se também que, quando se trata da gastronomia, dificilmente haverá mudanças. As preferências culinárias se dão pela história que cada prato carrega na sua confecção e modo de servi-lo á mesa.

Quanto à propagação, faz-se nítida a apreciação por turistas nacionais, que vêm de toda parte do Brasil e levam um pouco do “cardápio vivo”<sup>8</sup>, dos sabores e das cores apresentadas à mesa nas barracas do Cumbuco.

Os turistas estrangeiros maravilham-se com as comidas apresentadas em sua variedade e simplicidade. Ao provarem os sabores exóticos dos pratos servidos nas barracas do Cumbuco, não resistem em pedir as receitas dos mesmos.

## CONCLUSÃO

Portanto, em fase de conclusão da pesquisa científica em pauta, observa-se que a preservação dessas barracas para a comunidade do Cumbuco é deveras importante, não somente quanto à propagação e a conservação da gastronomia caucaense, como também para o turismo gastronômico cearense, que conta com a Praia do Cumbuco como um dos principais redutos para turistas no Estado.

O Turismo Sustentável visa agregar meios de sobrevivência humana toleráveis à conservação do meio ambiente. Não se deve desprezar um em prol do outro, mas uni-los em um só propósito.

Deve-se, portanto, buscar meios favoráveis e sustentáveis à permanência das barracas de praia no Cumbuco. E cabe isto à SPU (Superintendência de Patrimônio da União) em conjunto com a Prefeitura Municipal de Caucaia.<sup>9</sup>

À vista de tudo o que foi pesquisado e devidamente analisado, salienta-se que a cultura gastronômica pesquisada e analisada neste artigo propõe uma conscientização Global quanto à importância da sua preservação, ainda que propagada através do forte turismo ali existente, das muitas culturas observadas, especialmente a gastronômica, que, neste caso, fala pelos próprios nativos do Cumbuco acerca de seus costumes e conceitos alimentares.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Aquacultura.** Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Aquacultura>. Acesso em: 8 de junho de 2011.

BRASIL. **DECRETO Nº 5.300 DE 7 DE DEZEMBRO DE 2004.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5300.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5300.htm). Acesso em: 30 de junho de 2011.

CAMPOS, Barbara. **Origem da palavra gastronomia.** Disponível em: <http://barbaraccamposbh.blogspot.com/2010/02/origem-da-palavra-gastronomia.html>. Acesso em: 29 de junho de 2011.

---

<sup>8</sup> “Cardápio vivo” é a apresentação do peixe ao freguês para que este escolha o que mais lhe agrada.

<sup>9</sup> Decreto Nº 5.300 de 7 de dezembro de 2004 – Art. 21; Parfº 1º, Incisos I, II e III. –

**Cana de Açúcar.** <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/cana-de-acucar/cana-de-acucar-7.php> - 1 de julho de 2011.

**Caucaia.** Disponível em:

<http://www.secultazer.caucaia.ce.gov.br/sis.interna.asp?pasta=1&pagina=112>. Acesso em: 30 de junho de 2011.

CELSO, Furtado. **O Capitalismo Global.** São Paulo: Paz e Terra, 1991

**Cumbuco.** Disponível em: <http://www.portalcumbuco.com.br/>. Acesso em: 5 de maio de 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5ed. São Paulo: Atlas, 1999.

**Município de Caucaia.** Disponível em: <http://www.caucaiaec.com.br/conteudo/o-municipio-de-caucaia>. Acesso em: 22 de junho de 2011.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa Qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

SILVA, Marina. **Sol, mar, dunas e ventos: uma combinação perfeita no litoral do Ceará.** 2010. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/guiadolitoral/materias/cumbuco-2831-2010.shtml>. Acesso em: 30 de julho de 2011.

## AS IMPLICAÇÕES DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO NA GESTÃO MUNICIPAL

**Evandro Bezerra MENDONÇA NETO**

Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza

evandro.tur@hotmail.com

### RESUMO

Em meio a tantas formas distintas de realizar uma gestão pública voltada para o desenvolvimento do turismo, o planejamento do mesmo surge como um dos maiores suportes aos órgãos públicos no momento de organizar e realizar ações na área. Os diversos estudos do planejamento turístico mostram que há uma grande abrangência de utilização do mesmo relacionado ao objetivo que se quer focar, como a gestão municipal. Cabe a esta realizar um planejamento direcionado tanto ao desenvolvimento econômico, quanto à preservação da cultura local e à participação da comunidade no processo de fortificação do turismo. O gestor, atuando em conjunto com outros profissionais e a própria comunidade, possui uma grande responsabilidade frente aos objetivos que o planejamento deseja atingir. Sendo assim, o planejamento turístico na gestão pública municipal surge como meio modificador tanto do produto turístico, quanto da vida das pessoas, podendo gerar melhorias para os mesmos. O presente trabalho, de base exploratória, e de fontes de dados bibliográficos, objetiva o esclarecimento das implicações do planejamento turístico na gestão municipal.

**Palavras-chave:** Planejamento Turístico, Gestão Municipal, Desenvolvimento Turístico.



## 1. INTRODUÇÃO

As ações municipais de desenvolvimento turístico ao direcionar seu processo organizacional para que sejam atingidos objetivos pré-estabelecidos em relação ao setor utilizam o planejamento turístico como ferramenta fundamental de organização, tomada de decisões e de estratégia operacional para efetivar o sucesso do seu propósito. Porém, há questões que devem ser levadas em consideração no processo de planejamento, pois variáveis como o as questões sócio-culturais em meio à finalidade do desenvolvimento econômico da atividade podem se chocar e ocasionar malefícios diversos à comunidade e ao próprio turismo. Frente a uma necessidade de esclarecimento do propósito e do modo em que o planejamento deve ser utilizado pelo meio público esta resenha, portanto, tem como objetivo esclarecer as implicações do planejamento turístico na gestão municipal. O estudo torna-se essencial para que haja uma conscientização por parte do meio público da necessidade de realizar um planejamento que atue não somente com vistas à incrementação da atividade turística, mas também na proporção de benefícios à comunidade em que a atividade está sendo realizada.

## 2. ESTUDOS DIVERSOS SOBRE O PLANEJAMENTO

Tendo em vista um manejo correto dos recursos públicos municipais para o melhor desempenho do desenvolvimento turístico, o planejamento turístico surge como uma ferramenta indispensável para que a atividade seja realizada corretamente. É preciso trabalhar principalmente a longo prazo, com vistas a uma maior organização das atividades a serem implantadas, avaliação e supervisão constantes das mesmas, adoção de medidas estratégicas previstas para que o objetivo esperado seja alcançado. Além disso, é preciso preservar o turismo de si próprio e o meio deste, pois sem o planejamento corre-se o risco de o crescimento desordenado da atividade turística entrar em oposição à matéria prima do turismo, a localidade e seus atrativos. O que se vê atualmente em muitos locais em que o turismo surge como forma de alavancar a economia da região é o despreparo profissional de quem atua na área, fazendo com que o trabalho focado no desenvolvimento esteja fadado à falhas, além disso, muitas vezes a aplicação de um tipo específico de planejamento não está adequado à realidade à qual o planejamento foi inserido.

Para entender um pouco sobre o planejamento é preciso discorrer sobre suas várias conceituações, para Rattner (1979):

“... o planejamento pode ser definido como uma técnica de tomada de decisão que dá importância para a escolha de objetivos bem determinados e indica os meios mais apropriados para atingi-los”

Consoante ao exposto acima Ruschmann e Widmer (2000, p. 67) acrescentam como sendo:

“O processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade.”

Aplicado ao ponto de vista governamental, Beni (1997, p. 110) afirma que o planejamento é “um processo que estabelece objetivos, define linhas de ação e planos detalhados para atingi-los”. Além de determinar os recursos necessários a sua execução, segundo o autor, esse processo é dinâmico, contínuo e permanente. Desse modo, percebe-se que o planejamento é uma ferramenta que procura antever, quantificar e orientar o futuro, sendo percebido como o processo que visa estabelecer uma

visão estratégica para uma área que reflete os objetivos de determinado agente sobre um meio, para que sejam implementados padrões preferenciais do uso do território e de estilos apropriados de desenvolvimento. O planejamento turístico direcionado ao meio público procura conciliar todas as suas “forças” para desenvolver o turismo em determinado levando em consideração medidas estratégicas planejadas.

O planejamento sendo uma ferramenta com objetivos bem centrados é classificado, estudado, e aplicado de formas distintas. A afirmação é tão embasada que alguns autores realizam estudos a partir de variantes diversas que são aplicadas o setor turístico. Getz (1986) por exemplo, estuda o planejamento analisando e avaliando-o do ponto de vista do potencial da contribuição da atividade turística para a qualidade ambiental e o bem-estar humano. Já Tosun e Jenkis (1996, p. 520) abordam a questão numa visão de amplo desenvolvimento regional econômico, sendo o planejamento “um esforço que visa atingir o melhor padrão espacial possível de desenvolvimento”, e Henriques (2003, p.205) resume de certa forma as duas citações acima ao mencionar que o planejamento “tende a ser uma amálgama de considerações econômicas, sociais e ambientais que refletem a diversidade de fatores que influenciam o desenvolvimento do setor”.

A necessidade se saber escolher o método de aplicação de determinados planejamentos turístico é tão grande que Hall (2004) tenta explicar essa necessidade de métodos diferentes de se estudar o turismo em acordo com as novas exigências do mercado, desse modo o foco e os tipos do planejamento turístico sofreram alterações ao longo do tempo. Segundo Hall e Page (2006, p. 396):

“o planejamento turístico, portanto, ocorre de várias maneiras (desenvolvimento, infra-estrutura, uso do solo e de recursos, organização, recursos humanos, divulgação e *marketing*); estruturas (outro governo, organizações quase governamentais e não-governamentais); escalas (internacionais, transnacionais, nacionais, regionais, locais e setoriais) e em diferentes escalas de tempo (para desenvolvimento, implementação, avaliação e realização satisfatória dos objetivos de planejamento).”

O direcionamento da atividade vai proporcionar o método a ser utilizado, cabe a cada planejador definir quais são seus objetivos e procurar os meios adequados para atingir os resultados esperados, caso isso não ocorra o “fazer” turístico estará fadado a falhas e sua conseqüente derrota.

### 3. PLANEJAMENTO TURÍSTICO MUNICIPAL

Retomando a questão pública e apontando mais um estudo diferenciado sobre a questão abordada, para Barretto (1991, p. 21) o planejamento turístico está elencado em três níveis, sendo o primeiro nível, o Federal, o segundo, o Estadual e o terceiro, o Municipal. No âmbito municipal o planejamento deve recorrer a ações que em conjunto direcione atividades de desenvolvimento para o melhor relacionamento entre o meio agente e a comunidade, tendo em vista que a intervenção realizada pelo agente pode modificar a base da economia da cidade, a dinâmica da comunidade e sua cultura em proporções diversas.

No âmbito econômico, por exemplo, o turismo pode gerar renda e emprego, aumentar a arrecadação tributária para o setor público, mas pode, também, desequilibrar a economia local se toda a comunidade passar a se concentrar na prestação de serviços. No campo sociocultural, se, de um lado, a atividade turística pode promover o desenvolvimento social, por meio da valorização da cultura e sua preservação através da recuperação de sítios e monumentos de reconhecida importância histórico-

cultural, pode causar mudanças significativas na estrutura social ao apontar novos modelos de vida e comportamento, assim como nos próprios padrões culturais da comunidade local (ACERENZA, 2002).

Dá a importância de se realizar uma reflexão sobre a atuação pública sobre o desenvolvimento turístico de um determinado lugar. Assim, Guerrier e Tyler (2001) apontam o planejamento turístico como um meio promotor de mudanças sociais proveniente da ação política, que por sua vez dita a natureza dessas mudanças. Getz (1986) em uma de suas quatro abordagens sobre o domínio turístico, a abordagem orientada para o bem-estar da comunidade, defende ao máximo o envolvimento e real participação da comunidade no processo de planejamento do turismo.

O planejamento turístico municipal tem objetivos próprios que independem das distintas motivações pelas quais uma localidade decide desenvolver esta atividade. Em muitos lugares o turismo surge como força propulsora de regeneração da economia local, que por vezes passa por dificuldades. Desse modo, muitas pessoas vêem no turismo uma fonte de enriquecimento próprio através da simples venda do natural, promovendo, como pode ser observado em alguns lugares em que o potencial turístico foi utilizado de forma inconsequente, um turismo desordenado fadado à defasagem dos seus recursos e ao rompimento com as questões sócio-ambientais. Isso é muito recorrente no setor público, onde antes de uma intervenção pública o turismo era tratado de modo natural e o desenvolvimento via-se lento, porém de qualidade, depois quem o setor público passou a atuar pôde-se perceber o enriquecimento de uns e o contrário para outros, ocasionando falhas na estrutura econômico-social do lugar. A partir disso, pode-se observar que desenvolver os objetivos do turismo municipal de forma consciente em acordo com um planejamento sério é de suma importância para que a utilização do potencial turístico de uma determinada praia, cidade ou qualquer outro lugar promova meios de inclusão, preservação e desenvolvimento econômico.

Segundo Dencker (2004, p. 1) sobre os objetivos do planejamento:

“...tanto na sua produção quanto na avaliação por parâmetros tanto sociais quanto econômicos...Os seus objetivos deverão contemplar a otimização e a contribuição do setor do turismo e hospitalidade para melhoria da qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente, integrando-se de forma harmônica com as demais atividades sociais e econômicas.”

E o que fazer para incluir a comunidade em um processo de planejamento e implantação de um modelo turístico? Um meio que a gestão pública pode utilizar para contornar essa questão é oferecer à própria comunidade as oportunidades de emprego e apoiar negócios estabelecidos pelos mesmos, sendo essa participação direta na atividade um dos principais objetivos do turismo em um município. É necessário que o meio agente promova a capacitação da comunidade para lhes garantir acesso às vagas de emprego que surgirão com o desenvolvimento da atividade para que não seja necessário trazer pessoas de fora da cidade para trabalhar com o turismo.

O planejamento municipal cria um processo de recriação da imagem do município, fazendo-o um produto que competirá com outros a atenção do turista, que procura o exótico, sem abrir mão do conforto e de segurança. Em atenção a isso o meio agente deve dispor de políticas não somente de infra-estrutura direta de turismo, mas uma infra-estrutura de apoio ao turista, como uma boa segurança pública, um serviço médico-hospitalar público de qualidade que venha a oferecer possíveis atendimentos caso ocorra algum dano físico ao turista, dentre outros pontos possíveis a serem citados. A população, por sua vez, acaba por se beneficiar das ações de melhoria da infra-estrutura de apoio ao turista, já que a utilizadora constante desses serviços será a mesma.

Em relação ao meio ambiente, as ações públicas devem ater-se à questão da capacidade de carga do lugar turístico, segundo a Organização Mundial de Turismo, em 2001, a capacidade de carga de um lugar foi definida como sendo

“... o máximo de uso que se pode fazer dele sem que causem efeitos negativos sobre seus próprios recursos biológicos, sem reduzir a satisfação dos visitantes ou sem que se produza efeito adverso sobre a sociedade receptora, a economia ou cultura local.”

A probabilidade de que um lugar ultrapasse seu limite de utilização é proporcional ao desenvolvimento turístico da atração turística. Muitos autores freiam as possibilidades de determinar qual o ponto exato para se calcular a capacidade de carga, quando na verdade cabe ao planejamento municipal criar um limite de utilização levando em consideração questões culturais, naturais, com variações espaciais e temporais entre outros aspectos mais complexas, pois não há uma fórmula matemática exata para se realizar tal cálculo. Ainda mais, segundo Oliveira (2003) é preciso determinar o tipo de turista que vai freqüentar a área, o tipo de lazer praticado, a tipologia da freqüência e as modalidades da intervenção sobre o espaço (semanal, sazonal ou permanente), só assim o planejamento municipal terá a sua disposição todos as variáveis influenciadoras necessárias para a aplicação de um planejamento consiente da situação do lugar turístico. Todas essas questões abordadas fazem do planejamento turístico municipal foco de estudos diversos, visto que é um processo específico com abordagens complexas, que envolvem diversos setores da economia, além de envolver o meio sócio-cultural e ambiental. Além do mais, é no município que parte o embasamento do planejamento estadual, regional e nacional. Nestes termos, o desafio da gestão municipal é sempre trabalhar a atividade turística sem aviltar a comunidade local, provendo-lhe benefícios com os câmbios que a mesma sofrerá com as mudanças que o turismo pode promover.

Como visto o turismo é uma atividade que pode ocasionar diversos benefícios e malefícios, tanto nos campos socioculturais, econômicos e ambientais, quanto por conseqüência à própria atividade em si, denominados de impactos positivos e negativos (MATHIESON e WALL, 1982). Decorrente dessa situação, Inskip (1993) destaca a necessidade do planejamento do turismo proporcionar benefícios nas comunidades locais, atuando em conjunto para alcançar um melhor nível de qualidade para ambos. Vale ressaltar ainda que o empirismo no setor deve ser abolido, para que práticas de desenvolvimento embasadas em estudos conscientes prévios sejam adotadas para que haja a possibilidade de conciliar os anseios dos órgãos responsáveis e de um todo ao planejamento ordenado do lugar.

#### **4. PAPEL DO GESTOR DE TURISMO**

A administração da atividade turística no meio público pode gerar um desacordo com sua real finalidade se o gestor não estiver ciente de seu papel no cargo em que ocupa, realizando-o muitas vezes de forma intuitiva. Administrar o turismo em um determinado lugar onde o mesmo aparece como fonte econômica é estar inserido no mundo globalizado no qual o administrador deve ter consciência de sua responsabilidade. Responsabilidade esta não somente com os turistas, mas com a comunidade também. E, além disso, o mesmo deve primar pela qualidade do produto turístico e por tomar decisões embasadas em um trabalho de planejamento consistente.

As ocupações gerais de um gestor de turismo no setor público ainda são pouco exploradas, daí vem a dificuldade de realizar um estudo sobre o mesmo no setor público e talvez seja por essa falta de estudos que a atividade turística de alguns lugares seja gerida de forma empírica por muitos gestores despreparados. Porém, sabe-se que administrar a atividade turística é estar preparado para ter como

parceiros, cooperadores, auditores e companheiros de gestão, não somente a comunidade, mas também os diversos profissionais da área, como o Turismólogo, que segundo Leite (2004):

“É o profissional da área do turismo que deve possuir amplo domínio dos conhecimentos, das habilidades e do entendimento necessários para o bom desempenho de suas funções.”

O Turismólogo surge como o verdadeiro biotipo de gestor, um profissional que entende o meio turístico e embasado pelos conhecimentos administrativos é capaz de gerir ou dar suporte ao trabalho do gestor público de turismo. Além disso, o gestor deve trabalhar em conjunto com outros profissionais que o setor turístico agrega para proporcionar um melhor direcionamento das atividades de desenvolvimento do meso, acarretando em tomadas de decisões embasadas que proporcionam medidas eficazes de estabelecimento do turismo racional, pensado, planejado. O gestor é o agente fundamental nesse processo, atuando como o grande articulador do desenvolvimento em questão.

Portanto, de forma geral, cabe ao gestor gerir a atividade de forma integrada ao conjunto macroeconômico, visando o enfrentamento dos problemas sociais e econômicos da localidade para que o turismo seja uma forte ferramenta para o desenvolvimento, promovendo o uso racional dos recursos e gerando benefícios equitativos a todos as partes inseridas nesse processo.

## 5. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do turismo por meio do planejamento municipal de forma geral, portanto, tem como resultados a contribuição para a melhoria da qualidade de vida da população, a integração da comunidade ao setor turístico, a garantia do desenvolvimento econômico de modo sustentável, a proporção das condições necessárias de preservação do meio ambiente e em conjunto com o seu foco principal, o desenvolvimento econômico. É certo que não existe uma receita ou modelo exato de como realizar um planejamento devido às peculiaridades de cada lugar, onde existem contextos distintos, e que por diversas vezes o empirismo é posto em prática no ato de gerir o turismo no meio público dificultando o seu desenvolvimento. Contudo, a realização correta das etapas técnicas e básicas do planejamento turístico realizadas pelo gestor consciente aliada ao respeito pela comunidade e seu ambiente é um passo a ser seguido com a finalidade de promover não somente o desenvolvimento econômico do setor, mas acarretar benefícios múltiplos para a comunidade em que a atividade está inserida.

## REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. **Administração do turismo: conceituação e organização**. Trad.Gabriela Rabuske Hendges. São Paulo: EDUSC, 2002.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização do turismo**. Campinas: Papirus, 1991, p. 21.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1997, p.110.

GUERRIER; TYLER. **Gestão de turismo municipal**. São Paulo: Futura, 2001.

GETZ, D. **Models in tourism planning**: towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, v. 7, n. 1, p. 21-32, 1986.

HALL, C. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

HALL, C.; PAGE, S. **The geography of tourism and recreation**: environment, place and space. 3. ed. London: Routledge, 2006, p.396.

HENRIQUES, C. **Turismo, cidade e cultura**: planejamento e gestão sustentável. Lisboa: Edições Sílabo, 2003, p. 205.

INSKEEP, E. **National and regional planning**, methodologies and cases studies. Routledge: WTO, 1993.

LEITE, Ricardo Alexandre. **Turismo: A Necessidade da Profissionalização**. Disponível em <<http://estudosturisticos.com.br>>. Acesso em 9, ago, 2011.

MATHIERSON, A. e WALL, G. **Tourism**: economic, physical and social impacts. Londres: Longman, 1982.

OLIVEIRA, F.C. **Capacidade de carga nas cidades históricas**. Campinas/SP: Papirus, 2003.

RATTNER, Henrique. **Notas para uma crítica das teorias sociológicas do planejamento**. In: RATTNER, Henrique. **Planejamento e bem-estar social**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

RUSCHMANN, D.; WIDMER, G. **Planejamento turístico**. In: ANSARAH, M. **Turismo**: como aprender como ensinar. Vol 2. São Paulo: Senac, 2000, p. 67.

TOSUN, C.; JENKINS, L. **Regional planning approaches to tourism development**. *Tourism Management*, v. 17, n. 7, p. 519-531, 1996, p. 520.

## ANALISE DA RELAÇÃO ENTRE A PAISAGEM NATURAL DOS MONOLITOS DE QUIXADÁ E A POTENCIALIDADE TURÍSTICA LOCAL

F. F. T. Costa<sup>1</sup> e L. Silva<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Instituto Federal do Ceará - *Campus* Quixadá  
fabriciaguiaeturismo@hotmail.com; lucasilva@ifce.com.br

### RESUMO

O presente trabalho objetiva analisar algumas das relações existentes entre as paisagens naturais dos monólitos de Quixadá e a atividade turística local, identificando e caracterizando os elementos da paisagem e suas transformações, potencialidades e fragilidades. Procura-se demonstrar através dessa pesquisa que a paisagem natural de Quixadá é o principal atrativo turístico do município e que por esse motivo precisa ser estudada e analisada a fim de contribuir significativamente para a atividade turística e para o conhecimento histórico-cultural da cidade. Como também desenvolver uma atividade baseada na sustentabilidade, capaz de trazer benefícios econômicos e culturais para os membros envolvidos. O trabalho pretende oferecer contribuições para a estruturação do tipo de turismo que melhor se adéqua na cidade, o turismo de aventura ou ecoturismo. Muitas vezes os espaços semiáridos brasileiros e as cidades interioranas não são valorizados pelo seu potencial, até mesmo pela falta de infraestrutura turística. É preciso que haja estudos e esforços dos órgãos públicos e privados para que o sertão possa oferecer condições de competitividade frente ao litoral e à serra e que, também, garanta sua permanência não só pela eficácia econômica, mas também por seu valor social e ecológico.

**Palavras Chave:** paisagem, monólitos, turismo local, sustentabilidade.

## INTRODUÇÃO

O turismo é visto hoje como uma das atividades mais expressivas na economia mundial, porém, mesmo com a sua grande lógica mercadológica, é perceptível para muitos o seu caráter social, cultural e interativo, tanto entre os próprios homens como entre o homem e a natureza.

É crescente o número de indivíduos que fazem turismo pela simples motivação de buscar um maior contato com a natureza e as regiões não litorâneas passam a ganhar um espaço significativo nessa atividade, tornando as suas paisagens um atrativo cada vez mais apreciado por diferentes públicos.

Essas paisagens muitas vezes se tornam tão importantes para as pessoas que as observa que ficam registradas para sempre na memória e é, a partir dos conhecimentos que adquirimos sobre as paisagens e o turismo, que percebemos a importância dessa relação na sociedade atual.

A cidade de Quixadá é um bom exemplo de interação homem-natureza, os seus conjuntos de monólitos juntamente com o relevo e os demais elementos naturais configuram um lugar único entre as paisagens brasileiras. Os serrotes de Quixadá, também conhecidos como *inselbergs*, foram tombados em 2004 pelo IPHAN, como patrimônio nacional por constituir uma paisagem de extraordinária beleza no cenário natural do país. Outro título muito importante para a cidade foi o seu reconhecimento pela WFMA (Associação Internacional de Montanhas Famosas) que tem por objetivo compartilhar experiências de desenvolvimento econômico, promoção do turismo e proteção ambiental entre os cinco continentes.

Em virtude da raridade e da beleza cênica de grande valor paisagístico, ecológico e turístico e da necessidade de proteção da riqueza natural que garante equilíbrio ecológico ao Sertão Central, dada a sua natural fragilidade e permanente estado de risco face às intervenções do homem, os campos de *inselbergs* na região de Quixadá receberam proteção legal como monumento estadual natural. (PAIVA et al, 2006)

É muito importante que a atividade turística praticada nesses locais de beleza cênica rara, como é o caso da cidade de Quixadá, desperte no turista a vontade de entender, respeitar, assistir, descobrir e perceber como a paisagem funciona. Cenários como esse, com grande quantidade de monólitos que possui tamanhos diferenciados, sempre impressionam o público, é bastante curioso, por exemplo, observar algo que é cem vezes o seu tamanho.

Os *inselbergs* aliados aos esportes radicais e a vegetação da catinga proporcionou a Quixadá um grande potencial, abriu um leque de possibilidades para a prática turística. Hoje se pode desenvolver no município atividades variadas, e isso gera emprego e renda para a população. Mas o intuito de poder desfrutar de uma paisagem como essa vai muito além da economia, o Ecoturismo ou turismo de aventura praticado na cidade tem a finalidade de proporcionar benefícios tanto para a natureza quanto para a sociedade. O termo sustentabilidade é a base de tudo, ele revela qual a melhor forma de os seres humanos se relacionarem com a natureza, de interpretar o meio ambiente e promover o bem-estar da população local e do próprio turista

Com isso a pesquisa propõe-se a analisar algumas das relações existentes entre as paisagens naturais dos monólitos de Quixadá e a atividade turística, identificando e caracterizando os elementos da paisagem e suas transformações, potencialidades e fragilidades.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Alguns municípios possuem uma diversidade de atrativos turísticos encontrados tanto no seu acervo histórico-cultural como nas suas paisagens naturais, os quais comprovam a viabilidade e o potencial para o desenvolvimento do turismo de aventura. Porém alguns cuidados devem ser tomados



no sentido de não impactar e degradar o meio ambiente e a cultura local, bem como não excluir a população nativa, mas privilegiá-la com o efeito multiplicador do turismo (RUSCHAMNN, 1995).

E o município de Quixadá se caracteriza por essa diversidade de atrativos, mais principalmente pela presença de diversas formações rochosas denominadas monólitos, batólitos ou inselbergs, o que atribui à paisagem um caráter singular e único no Brasil. Tais paisagens de exceção constituem fatos isolados, de diferentes aspectos físicos e ecológicos, agrupamento de inselbergs, sob a forma de “montes e ilhas” rochosas pontilham domínios das caatingas em Milagres na Bahia, em Quixadá, Jaguaribe e arredores de Sobral, no Ceará (AZIZ AB’SÁBER, 2010).

Os batólitos são grandes injeções maciças de material magmático, que aparecem através de fendas da crosta, o de Quixadá é composto por monzonitos e quartzo monzonitos, com forma ligeiramente ovalada, e com o eixo maior orientado na direção NE-SW e que se estende para SW na forma de cauda. Essa maior extensão chega a 30 km, e a largura máxima chega a 10 km, perfazendo um total de 260 Km<sup>2</sup>.

Segundo Nogueira (2004), O mecanismo de alojamento do Batólito de Quixadá compreende expulsão de magma de porções mais profundas, em ambiente transpressivo, há cerca de 585 Ma, em profundidade que varia em torno de 15 km, em pulso único na porção NE do corpo. A forma de ocorrência dessas rochas é bastante peculiar, caracterizando-se por exposições de grande extensão no plano horizontal e pouca expressão vertical, com exceção dos monólitos e agrupamentos de inselbergs que ocorrem principalmente nos arredores da cidade e nas proximidades do Açude do Cedro no SW da área. Ali, os litotipos são destacados como monólitos isolados, mameliformes, que constituem um mar de inselbergs que atingem alturas de até 150m. São constituídos em sua maioria por: Quartzo, Mica e Feldspato e, apesar de terem a mesma origem se distinguem por sua vegetação, solo e formas.

Do ponto de vista da fisiografia, a área caracteriza-se pela ocorrência de feições típicas do semi-árido nordestino, quais sejam: temperaturas médias anuais altas com baixa amplitude mensal e anual e considerável amplitude diária, irregularidade do regime de precipitação, cursos de água intermitentes, sazonais, em rede de drenagem dendrítica aberta, com algum controle estrutural, solos pouco espessos e vegetação de caatinga arbóreo-arbustiva predominante. (Torquato et al. 1989)

Assim, segundo Cruz (2002), “O turismo como atividade humana, é a única que aproveita o espaço tanto por seu valor paisagístico como pelas condições ambientais que prevalecem (clima, hidrografia, vegetação, etc)”.

Dessa forma podemos afirmar que a região semi-árida possui um potencial turístico de valor inestimável, além de ser dona de características únicas, como as precipitações atmosféricas reduzidas e irregulares, associadas às temperaturas elevadas, que provocam o lasqueamento e desfolhamento das rochas, resultando em relevo com formas bizarras, como é o caso dos monólitos de Quixadá. De uma maneira bastante sintética, pode-se dizer então que o turismo no município incentiva o desenvolvimento dos sistemas econômicos, fortalece a auto-estima da comunidade local e propicia aos turistas um contato maior com a natureza, onde o respeito mútuo é fundamental para se relacionar bem e de forma sustentável.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa foi desenvolvida no município de Quixadá, sob as coordenadas 4º 58' 17" de Latitude (S) e 39º 00' 55" Longitude (WGr), localizado no sertão central cearense, na microrregião de Quixeramobim, com uma área absoluta de 2.019,82 m<sup>2</sup>. O município apresenta clima Tropical Quente Semiárido, como precipitação média anual de 838,1 mm e temperatura média variando entre 26°C a 28°C, como relevo de Depressões Sertanejas e Maciços Residuais com presença de inselbergs que podem atingir altura de até 150 m. A vegetação é a Caatinga Arbustiva Densa, Caatinga Arbustiva Fechada e Floresta Caducifólia Espinhosa (IPECE, 2009).

Inicialmente, foram identificados elementos da paisagem, naturais e antropogênicos, do município de Quixadá, através de visitas de campo e revisão bibliográfica. Em seguida foi realizada uma pesquisa descritiva e explicativa, estruturada através da técnica de coleta de dados com questionário fechado aplicado, com posterior análise, tendo por base o método Fenomenológico, com ênfase na percepção do indivíduo que possibilita, através da vivência, o entendimento da relação homem e ambiente.

Foram aplicados 50 questionários, entre os meses de maio a julho de 2011 com o maior numero sendo respondido nesse ultimo mês, tendo como públicos-alvo turistas, comunidade local e empresários de diferentes faixas etárias, gêneros e situação econômica, distribuído numericamente da seguinte forma: 26 questionários para turistas, 16 para a comunidade local e 8 para os empresários com intuito de analisar as principais relações existentes entre as paisagens dos monólitos de Quixadá e a atividade turística local.

### RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente trabalho está ainda em fase de pesquisa de campo e início da análise dos dados obtidos, nesse sentido há apenas aferições preliminares.

A cidade de Quixadá vem tendo uma demanda turística de destaque entre as cidades do interior do estado, em virtude da presença de paisagens que atraem turistas, buscando ter um maior contato com a natureza. Isso é detectado quando foi perguntada qual a paisagem da cidade que mais chama sua atenção. A metade dos entrevistados respondeu que seriam os monólitos, outros 27% responderam o açude do Cedro, onde se localiza a pedra da galinha choca, o principal monólito, demonstrando que os monólitos chamam a atenção de cerca de 80% dos entrevistados. Esse mesmo percentual (80%) afirma que a presença dos monólitos na cidade é o principal motivo da existência da atividade turística na cidade. (ver figura 1A e 1B).

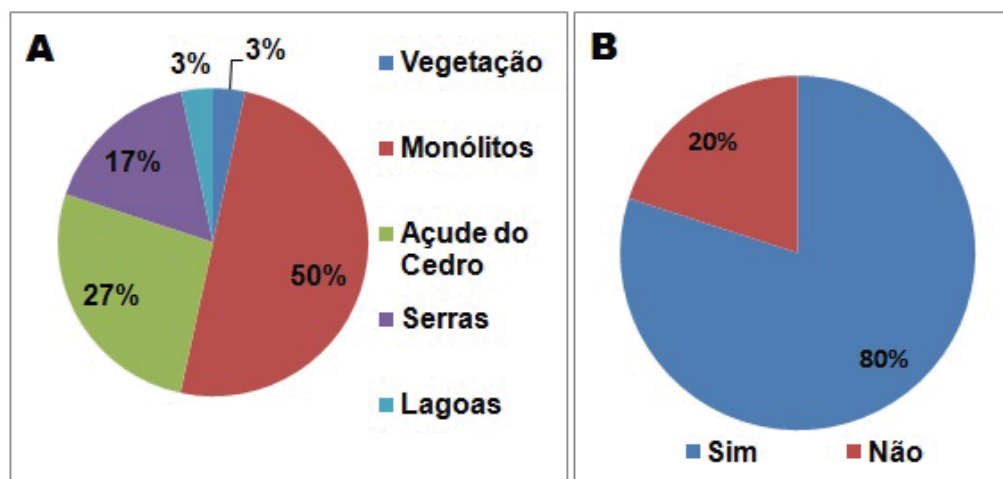


Figura 1- Gráfico "A" representando o que mais chama a atenção na paisagem natural de Quixadá. Gráfico "B" representando o principal motivo da existência da atividade turística na cidade de Quixadá

Mesmo a paisagem do Nordeste, ser caracterizada por uma paisagem de tom cinza, com vegetação rala, a cidade de Quixadá dispõe também de um conjunto de inselbergs que faz com que desperte o olhar de turistas que gostam de apreciar a natureza e de desfrutar o que ela tem a oferecer. Gomes (2003) afirma que a "emergência do ambientalismo contribui para criar um interesse na atração crescente pelas áreas naturais remanescentes do planeta". O turista de hoje, além de procurar espaços naturais, quer também paisagens diferentes que despertem os seus instintos, que o envolva, que o

convide a vivenciar algo que ele não consegue viver em sua cidade ou país. E, nesse contexto, os monólitos de Quixadá ganham um espaço significativo na vida desses turistas, já que eles são propícios para a prática de esportes radicais; além, é claro, da contemplação.

Esses monólitos presentes na cidade são fantásticos para a contemplação, entretanto já foi citado anteriormente que eles são usufruídos principalmente por turistas que gostam de aventura. E esse turismo de aventura surgiu em Quixadá por volta de 1989, com a prática do vôo livre, asa-delta, parapente; em 1992 veio o rapel, e em seguida surgiu a escalada, *treaking*, trilhas, ciclismo, *Off Road*, entre outros. Quixadá é reconhecidamente a melhor cidade da América do Sul e a quarta do mundo, para a prática do vôo livre. Voadores do mundo inteiro consideram as condições climáticas favoráveis a esse esporte, sendo realizados anualmente campeonatos de âmbito internacional. O recorde mundial de vôo livre se encontra na cidade, com uma distancia de 462 km.

As formas e a altura dos monólitos local são excelentes para a prática desses esportes, todo seu local é demarcado, tanto nos monólitos como nas trilhas, existindo equipamento seguro para a prática dos esportes. O Açude do Cedro com a extensão da Pedra da Galinha Choca são locais ideais para a prática do rapel, parapente e escalada, o Santuário que fica na Serra do Urucum é o local preferido pelos praticantes de asa-delta, vôo livre e pára-quedismo e a gruta é outro local para se fazer trilhas ecológicas e caminhadas. Hoje é o que mais se pode fazer em Quixadá pelo seu potencial. (EMBRATUR, 2006).

Os afloramentos de rochas da cidade (os monólitos) não são homogêneos, apresentam formatos bem criativos, aliás, pode-se afirmar que tudo depende do indivíduo que o está observando e interpretando. Um determinado inselberg ou monólito pode ter vários formatos diferentes, dependendo apenas da visão de quem o contempla. A maioria dos entrevistados (84%) aponta que são os formatos que mais chamam atenção nos monólitos (ver Figura 3 A). Entres os formatos, destacam-se as de animais como: baleia, tartaruga, sapo, lagarto, urubu, cachorro e muitas outras. Sem falar das tradicionais e já consagradas como a Pedra da Galinha Choca que juntamente com o açude Cedro se tornou o cartão postal da cidade. Além dos formatos e colorações curiosos, os monólitos chamam atenção também pela altura que podem atingir até 150 metros.

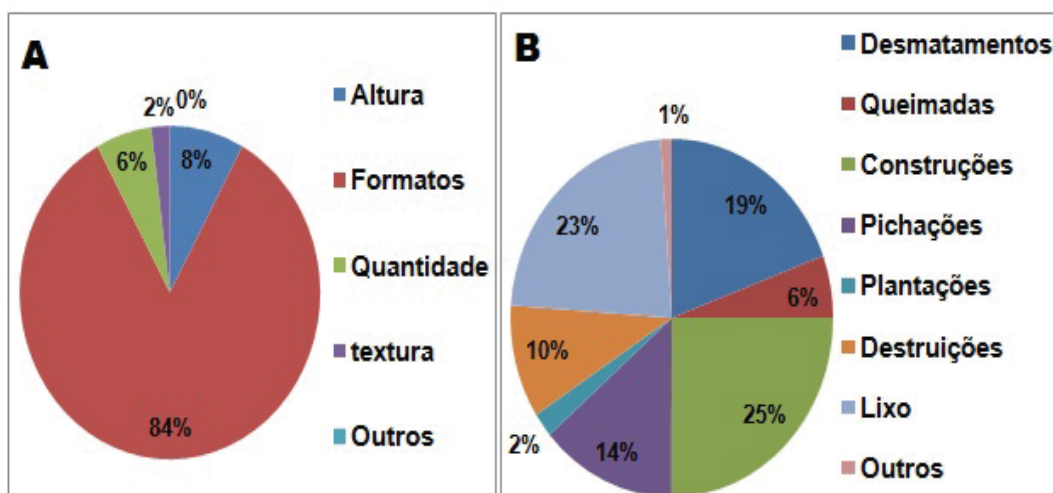


Figura 2- Gráfico "A" representando o que desperta a atenção nos monólitos de Quixadá. Gráfico "B" representando os impactos mais notados nos monólitos e seus arredores.

Com relação aos impactos ambientais nos monólitos e seus arredores, 25% dos entrevistados acreditam que as construções são o principal impacto encontrado próximo aos monólitos, seguindo do lixo (23%) e pelo desmatamento (19%) - (ver Figura 3 B). Esses impactos se intensificaram com a presença de grandes e médios empreendimentos na cidade na última década, aliada à falta de planejamento e de fiscalização. Devido às construções serem em áreas naturais, acabam ocorrendo

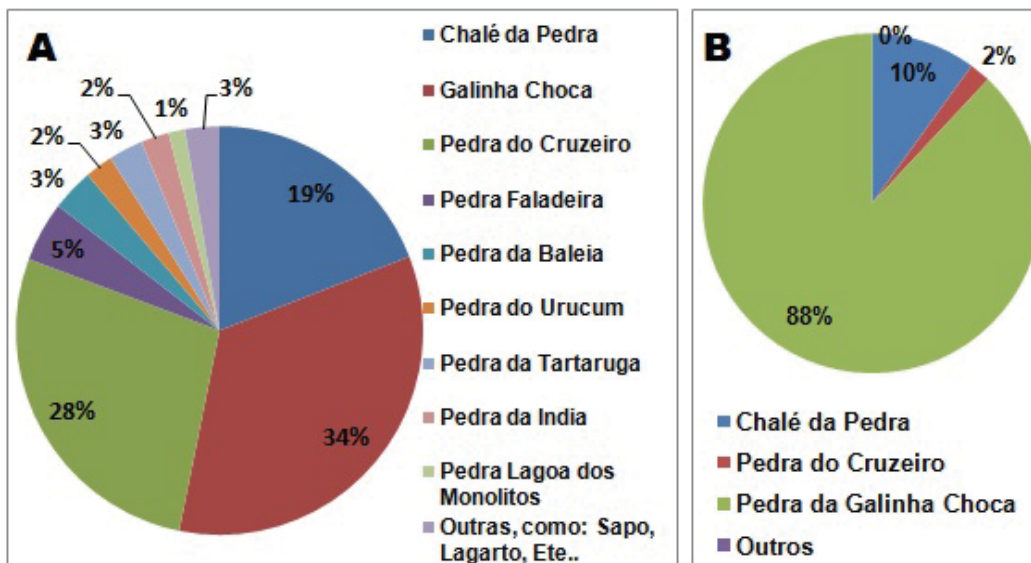
outros tipos de problema como o desmatamento e queimadas, sem falar nas plantações da população rural.

O lixo e as pichações são também problemas graves, contudo eles são mais comuns na área urbana, no centro da cidade onde chegaram a aflorar alguns monólitos. Um dos mais apontados como degradado é o da Pedra do Cruzeiro, pois lá existe até hoje uma pichação com o nome de um indivíduo que de longe se avista, sem falar do lixo existente no local, produzido pela população local. Além desses impactos ocasionados pelo homem, ainda existe o ocasionado pela própria natureza como a erosão, que destrói aos poucos as formas dos monólitos, ou então constrói outras. O cartão postal da cidade: A Pedra da Galinha Choca foi apontada como uma das que mais se modificou com a erosão no decorrer do tempo.

Para atenuar esses impactos, torna-se imperterível buscar alternativas que possam e devem trazer mudanças favoráveis para a construção de uma nova sociedade com pensamentos e ações positivas, mantendo ênfase na valorização da identidade cultural de cada local e estudando as possibilidades para melhorar as condições de vida da comunidade. Até porque, daqui em diante, os monólitos de Quixadá poderão ser uma das principais alternativas econômicas da cidade, por isso eles precisam ser preservados e analisados, principalmente no que diz respeito às suas potencialidades e fragilidades.

Na figura 3 “A”, expõe os monólitos mais conhecidos, em primeiro lugar se encontra a pedra da galinha choca que é monólito mais popular do município devido à particularidade de sua forma. Juntamente com o açude cedro constituem o cartão postal da cidade. Atrai turistas do mundo inteiro até mesmo pelo fato de estar localizada próxima ao açude construído ainda no reinado de D. Pedro II em decorrência do grande impacto social provocado pela seca de 1877/79.

Com 28% a pedra do cruzeiro situada na área central da cidade foi indicada como a segunda mais conhecida. O cruzeiro é visto de quase todos os pontos da cidade, constituindo-se em marco de referência e orientação dentro do núcleo urbano, talvez por este motivo seja uma das mais populares. Do alto do inselberg têm-se uma visão ampla e magnífica da região, de lá se avista outros monólitos contornando a cidade. Em terceiro lugar com 19% está o chalé da pedra, uma edificação construída no ano de 1920, sobre uma formação rochosa dentro do espaço urbano, destacando-se por sua beleza e originalidade. Atualmente ele abriga um memorial em homenagem à primeira mulher a ingressar na Academia Brasileira de Letras a escritora Rachel de Queiroz. Em quarto lugar com 5% está à pedra faladeira que pertencente ao maciço que contorna o açude do Cedro. Atrai a curiosidade dos visitantes pelo fenômeno do eco, que reproduz os sons emitidos em sua base, esse fenômeno deu origem a fatos históricos e crendices populares. Os demais monólitos estão localizados longe do centro da cidade, talvez por este motivo não sejam tão conhecidos.



**Figura 3- Gráfico “A” representando os monólitos mais conhecidos de Quixadá. Gráfico “B” representando o monólito mais bonito.**

A Figura 3 “B”, representa o monólito mais belo da cidade na opinião dos entrevistados. Com 88% a pedra da galinha choca é considerada a mais bonita, sabe-se hoje que ela foi escolhida há alguns anos como o ícone do município, ela é o atrativo-âncora da cidade, ou seja, aquele atrativo que motiva o turista a vir conhecer o lugar devido a ele, seja por sua beleza, originalidade, raridade, ou por qualquer outro motivo que desperte no turista a vontade de conhecê-lo.

Através do marketing turístico hoje a imagem da pedra logo é associada à cidade, assim como o cristo redentor é associado à cidade do Rio de Janeiro. É claro que sua beleza, grandiosidade e harmonia com a paisagem que a rodeia é muito importante para que ela se firme enquanto o monólito mais belo, mas não se pode esquecer que o marketing faz um apelo visual enorme, e isso é sem dúvida nenhuma o recurso mais usado para comercialização de um atrativo turístico, pois os indivíduos ficam motivados a conhecer determinado local.

Então muitas pessoas vêm à cidade de Quixadá apenas no intuito de conhecer o açude do cedro e a pedra da galinha choca. Em segundo lugar com 10% encontra-se o chalé da pedra que tem uma vista belíssima e rara, já que é incomum ver uma casa em cima de uma rocha, então na verdade o que mais chama atenção não é o monólito em si, e sim o conjunto da obra, ou seja, a casa em cima de um monólito. Principalmente agora que abriga um memorial fantástico, em que os cômodos do edifício estão divididos em ambientes de exposição sobre as diversas fases da vida da autora. E em terceiro e ultimo lugar com 2% a pedra do cruzeiro foi considerada a mais bela.

Na verdade nos últimos anos ela vem passando por um processo de desgaste muito grande, não só pela erosão, mas pelo descuido da própria população e governo municipal. Como já foi falado antes, o monólito foi apontado nos questionários como um dos que mais sofre com impactos ambientais, já que é comum observar nele e em seus arredores, pichação, lixo, destruição e construção. Mas ainda assim pela sua imponência e localização pode ser considerado formoso. Em vários pontos da cidade no centro, logo se avista aquele monólito imenso fazendo com que a urbanização da cidade se misture um pouco com a suavidade da natureza. Sem falar de que em cima dela se tem uma vista maravilhosa da cidade e dos outros monólitos.

A Figura 4, revela as principais utilidades dos monólitos de Quixadá, em que 48% dos entrevistados acreditam que o rapel é o esporte que poderia fluir melhor sobre um monólito já que consiste em uma técnica vertical de descida em corda ou também as atividades de descida que utilizam

essa técnica. Como os monólitos de Quixadá têm uma boa altura existem grandes possibilidades da pratica desse esporte de aventura sobre eles, entretanto sabe-se que uma atividade como essa pode acelerar o processo de desgaste do inselberg.

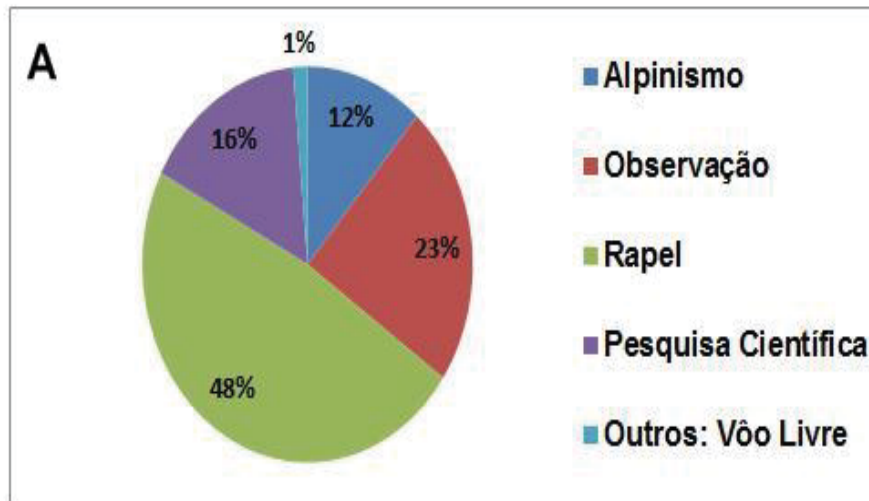


Figura 4- Gráfico “A” representando as principais utilidades dos monólitos de Quixadá.

Acredita-se que o bico da pedra da galinha choca está se deteriorando rápido por duas causas: o da erosão e o da negligencia das pessoas que praticam esportes como esse em seu corpo e principalmente em seu bico. Esse monólito precisa ser preservado por vários motivos entre eles o fato de ser o cartão postal da cidade. Seria viável então a pratica desse esporte em monólitos que não aparentassem uma figura definida, pois não se correria o risco de acontecer qualquer dano no formato da rocha. Claro que antes seria necessário um estudo para saber se realmente os monólitos tem a capacidade de suportar atividades como essa.

Em segundo lugar com 23% está à observação que é a arte de assistir, notar, contemplar, olhar, descobrir, distinguir, perceber e, que com certeza seria a que traria menos danos físicos aos monólitos e maiores benefícios aos contempladores, já que o simples fato de observar pode despertar no turista questionamentos em âmbito cultural, histórico, que geram prosperidade e até exclusividade, tanto para o local como para o próprio individuo, pois sabe-se que cada pessoa tem a sua maneira de perceber, e isso é muito importante para a atividade turística, saber que os seus envolvidos poderão descobrir algo que guardarão em suas lembranças, e que de uma forma ou de outra aquele cenário com aquelas imagens lhe trouxe benefícios que jamais poderão ser esquecidos.

Em terceiro lugar com 16% encontra-se a pesquisa científica que tem o objetivo de analisar, examinar, investigar, como, quando, onde e por que, aquele monólito surgiu. Então os pesquisadores buscam entender seu passado e presente para descobrir o seu futuro. Através de pesquisas científicas, por exemplo, sabemos que os monólitos de Quixadá surgiram de um processo erosivo de aproximadamente 600 milhões de anos em uma profundidade que varia em torno de 15 km, e que daqui a alguns milhões de anos a sua tendência é desaparecer por diversos fatores como o da própria erosão.

A pesquisa científica realmente tem um propósito bastante interessante e ela pode ser uma boa aliada da atividade turística. Nos dois últimos lugares com 12% e 1% encontra-se o alpinismo e o vôo livre, e como já foi sugerido antes seria interessante primeiro um estudo de suporte dos monólitos, até porque são esportes de aventura que necessitam de toda uma infraestrutura e principalmente de segurança.

## CONCLUSÃO

A partir dos principais resultados preliminares, conclui-se que a população da cidade de Quixadá e os turistas que ela recebe se relacionam com a paisagem natural e, principalmente, com os monólitos do município os quais possuem uma grande importância para a cidade e para o turismo local.

No entanto torna-se evidente a necessidade de desenvolver projetos que garantam qualidade de vida para todos os envolvidos, incluindo o respeito à natureza, e que incentive a economia da cidade, levando em conta o contexto histórico-social e as medidas a longo prazo para que garanta também a qualidade de vida das próximas gerações; além da necessidade de um planejamento adequado envolvendo órgãos públicos, empresários, comunidade local e turista, visando consolidar, assim, um turismo sustentável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AB'SABER, Aziz Nacib. **Os Domínios da Natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas**. São Paulo. 6. edição: Ateliê Editorial, 2010.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da : **As paisagens artificiais criadas pelo turismo** – in : Turismo e Paisagem – São Paulo : Contexto, 2002.

EMBRATUR. **Departamento de Projetos**. Fortaleza – CE, 2006.

GOMES, Patrício Melo. (Eco)Turismo: uma (Re) Leitura dos discursos. Brasília: Ibama, 2003.

IPECE - INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Perfil Básico Municipal**. Quixadá, 2009. Disponível em <[www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil\\_basico/.../Quixada](http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/perfil_basico/.../Quixada)>. Acesso em 18 ago. 2011.

NOGUEIRA, Johnson Fernandes- **Estrutura, geocronologia e alojamento dos batólitos de Quixadá, Quixeramobim e Senador Pompeu-Ceará Central-Rio Claro (SP)** 2004.

NOGUEIRA NETO, J.A; ANDRADE FILHO, J.F.de; SOUZA, M.J.N.; ARTHAUD, M.H- 1989- *Rer. Geol. DEGEO/CC/UFC. Número especial: Granitóides do Ceará - Região de Quixadá-Solonópole*.v. 2 n. 1/2.

PAIVA, Olga Gomes, COUTINHO, Célia Maria Perdigão, JUNIOR, Romeu Duarte. **Monólitos de Quixadá: patrimônio de todos; roteiro do Patrimônio Cultural**. Fortaleza: IPHAN, 2006.

RUSCHAMNN, Doris Van de Meene. **Efeitos Ambientais do Turismo** – Artigo 02. Campinas. Editora Papyrus, 1995.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

TORQUATO, J.R.F.; ALMEIDA, A.R. de; SIDRIM, A.C.G; MARANHÃO, C.M.L; PARENTE, C.V.;

## ALTERAÇÕES PAISAGÍSTICAS NO MUNICÍPIO DA BARRA DOS COQUEIROS: UMA ANÁLISE A PARTIR DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

J. L. S. Brazil<sup>1</sup>; A. C. Santos<sup>2</sup> e J. C. S. Cunha<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Instituto Federal de Sergipe – Campus Aracaju

joão.s.brazil@hotmail.com; andersonchaves90@hotmail.com; jcscunha@infonet.com.br

### RESUMO

No século atual o fenômeno turístico é cada vez mais intenso, atingindo magnitude em escala global. Dessa forma, o desenvolvimento do turismo impulsionado pela globalização apropria-se de espaços produzidos pelo e para o turismo. Neste contexto o espaço litorâneo, através da sua paisagem, tem se tornado cada vez mais um espaço conflitante. Nessa perspectiva, a paisagem litorânea deve ser encarada como uma combinação entre diversos fatores que agem simultaneamente e forma uma porção única no espaço, ela é um fenômeno em constante transformação, seja natural ou social, que influi significativamente no turismo, pois por meio dela, o turista pode perceber a realidade de um local e se sentir atraído ou não por ele. Por outro lado, o turismo enquanto atividade capitalista atrai para estes espaços altos investimentos em equipamentos, infra-estrutura e atrativos artificiais que acabam alterando/transformando o espaço e a paisagem litorânea. Diante dessa problemática, este estudo tem como objetivo analisar as transformações paisagísticas do município da Barra dos Coqueiros em Sergipe, fazendo uma abordagem a partir do desenvolvimento do Turismo. Para o desenvolvimento da pesquisa utilizou-se na primeira etapa uma pesquisa bibliográfica e levantamentos de dados nos órgãos competentes; na segunda etapa foram utilizados instrumentos de pesquisa (visita de campo, questionários, entrevistas e registros fotográficos) a partir do contato preliminar com a área e na terceira etapa foi realizada a sistematização das informações obtidas e a redação final do texto. Este projeto tem como finalidade a promoção da inclusão da comunidade local no processo de desenvolvimento do turismo e na possibilidade de oferecer subsídios ao planejamento da atividade turística na área estudada.

**Palavras-chave:** Transformação, Paisagem, Turismo, Impactos.



## 1 INTRODUÇÃO

O turismo no Nordeste cresce em ritmo acelerado e em todos os sentidos: na quantidade de turista que visita a região e, conseqüentemente, no volume de capital gerado pela atividade, nas inversões para implantação de infra-estrutura turística e, também, na intensidade e qualidade dos impactos passíveis de serem deflagrados pela atividade.

Em Sergipe, caracteriza-se pela presença de pequenas cidades e povoados, havendo vários trechos completamente desabitados, na maior parte das vezes áreas de rara beleza natural, como é o caso do município da Barra dos Coqueiros. Algumas dessas áreas vão transformando-se, paulatinamente, em localidades turísticas, conforme avançam os fluxos turísticos em busca de novos roteiros.

Diante disso, muitos atrativos turísticos naturais encontram-se em áreas de ecossistemas frágeis, um exemplo disso seria os sistemas dunares, os manguezais, estuário e lagamares, que, ao sofrerem intervenção humana, logo são alterados irreversivelmente.

Portanto, um dos principais impactos causado pela atividade turística, são as alterações paisagísticas. Dessa forma, analisando-se por uma perspectiva sistêmica, uma mudança na paisagem ocorre com alteração da sua estrutura e função. A estrutura se refere à relação espacial entre componentes distintos da paisagem. Para determiná-la, analisam-se a distribuição de energia e matéria em relação ao tamanho, forma, quantidade e configuração dos componentes. A função se refere à interação entre os componentes da paisagem, e resulta no fluxo de energia e matéria (FORMAN; GORDON, 1986; TURNER et al., 2001).

Esta pesquisa tem como objetivo principal estudar as transformações paisagísticas do município da Barra dos Coqueiros em Sergipe, a partir das perspectivas do Turismo. Para tanto, definiu-se os seguintes objetivos específicos: identificar e explicar as transformações da paisagem litorânea do espaço estudado; caracterizar os aspectos socioambientais do município; analisar os impactos socioambientais ocorrido no espaço, a partir do desenvolvimento do turismo; explicar os condicionantes sociais e econômicos resultantes nas alterações do espaço, da paisagem e do turismo no município da Barra dos Coqueiros.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 Discutindo o Conceito de Turismo

A palavra turismo surgiu no século XIX, porém a atividade existe desde as mais antigas civilizações. Do ponto de vista da geografia, é possível relacionarmos o turismo com conceitos vinculados ao saber geográfico (como natureza, paisagem, lugar e território). O turismo no mundo tem sido uma alternativa econômica, onde se apropriam dos espaços e recursos naturais existentes, encaminhando assim conflitos e desordens, mudanças e permanências. A busca de lazer e repouso em locais que não sejam o domicílio habitual do interessado constituem fatores que estão ocasionando um crescimento do turismo, modificando o espaço geográfico.

Segundo Pires (1996, p. 162), o turismo pode ser entendido como uma experiência geográfica na qual a paisagem se constitui num elemento essencial. Rubio (1986) conceitua o espaço turístico como assento da oferta turística, um espaço concreto e objetivo, tendo o seu valor recreativo variando em função de certas circunstâncias, entre elas o atrativo paisagístico (PIRES, 1996, p. 162).

Tendo o turismo como modelo econômico que tem como seu objetivo principal a geração de renda, por meio da exploração da paisagem, é preciso, porém que se mantenha a atratividade dos recursos para as gerações futuras. Dessa forma:

o turismo é considerado uma indústria e, assim como os demais setores da economia moderna, depende da apropriação e exploração da natureza e das sociedades locais. Os exemplos de degradação ambiental e sócio-cultural decorrentes do turismo são abundantes, assim como o são para a agropecuária ou outros setores da indústria: a

utilização não sustentável até o esgotamento de suas fontes de matérias-primas e transferência para outros locais de exploração (MENDONÇA, 1999, p.19).

Na atualidade o turismo é considerado como uma indústria que depende da apropriação e exploração da natureza e das sociedades locais provocando assim uma degradação ambiental e sociocultural, e por outro lado, pensado como um fenômeno social econômico, que trará melhores condições de vida, através das muitas atividades que propicia. Assim, é importante ressaltar que:

a indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma multidão amorfa mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado transfigurado, para seduzir e fascinar (CARLOS, 1996b, p. 26).

Segundo Barros (1998, p. 49), o turismo de massa quer quando demanda a instalação de estruturas hoteleiras quer quando leva à construção de casas de segunda residência, apresenta um dramático efeito sobre as paisagens. Ao consumirem território, estes artefatos culturais – casas, hotéis, pousadas, vias e estacionamentos para veículos, superfície de água para abastecimento, áreas de dejetos, etc – conduzem à substituição ou perturbação dos componentes paisagísticos anteriores, tais como a cobertura vegetal nativa, redes de drenagem, formas de relevo, arranjos de habitat.

Portanto, enquanto um produto econômico, o turismo é uma atividade que consome espaços para sua reprodução, diante disso, traz para o debate o papel da União e das empresas privadas a necessidade do seu ordenamento e gestão territorial. É, pois, o papel desses setores estabelecerem normas e diretrizes para seu ordenamento devido à latente necessidade de regulação territorial da atividade e na perspectiva de desenvolver a comunidade local.

## 2.2 Aspectos das Políticas Públicas de Turismo

As políticas de turismo são ainda um campo que vêm ocupando espaço paulatinamente no âmbito do planejamento e gestão públicas, diferentemente de outras políticas como as direcionadas a saúde e a educação, que já têm agendas e projetos definidos (MAIA, 2004, p. 17). Porém, com o decorrer dos anos vêm se ampliando a necessidade de um planejamento sistemático para o turismo, visto o aumento da importância da atividade para economias locais e com isso novos desafios na formulação e aplicabilidade dessas políticas estão aos poucos se incorporando na gestão pública numa perspectiva multiprofissional, inter e transdisciplinares para sua efetiva concretização.

Historicamente as políticas de turismo sempre se encontraram às margens das políticas públicas apesar do seu reconhecimento como um segmento gerador de emprego e renda. Porém foi o ano de 1966 o grande marco para o turismo no Brasil com a criação da EMBRATUR, uma autarquia nacional com o objetivo de propagação e expansão comercial do turismo. Segundo BONALD (1978), neste período o turismo ainda era visto como um mero componente das políticas de desenvolvimento regional e a partir dessa compreensão foi inserido no II PND (Plano Nacional de Desenvolvimento, já na década de 1970) como uma nova ‘indústria’ a ser fomentada.

O Rio-92 foi um importante evento que afetou diretamente as reflexões e práticas do turismo no Brasil, evento este fundamental que pressionou a promulgação de uma Política Nacional de Turismo criada ainda no mesmo ano de 1992 e o PLANTUR (Plano Nacional de Turismo) como resultado desta política. Na presidência de Fernando Henrique Cardoso, o turismo passou a ser pensado a partir de uma perspectiva neoliberal através de parcerias público-privadas com os estados, municípios e setor privado e teve o “Avança Brasil” como um dos principais programas da Política Nacional do Turismo. E a partir desse último governo então, o turismo se estabelece definitivamente como um importante instrumento para o desenvolvimento regional e passa a compor o quadro de planejamento e gestão tanto em escala nacional como local (BECKER, 2010)

Na primeira gestão de Lula (2003-2006) o turismo ganha um Ministério (MTur – criado em 2003) trazendo importâncias significativas para o planejamento da atividade num contexto nacional. Sem

dúvidas, a complexidade da atividade merece prerrogativas políticas que tenham a competência de articular juntamente com outros ministérios, tais como os dos Transportes, da Defesa, da Integração Nacional, do Meio Ambiente, as ações para suas propostas. Logo, no que concerne ao planejamento e gestão da atividade, o turismo teve avanços significativos com a publicação do PNT “PLANO NACIONAL DO TURISMO: diretrizes, metas e programas 2003/2007” e com o PNT “PLANO NACIONAL DO TURISMO 2007/2010: uma viagem de inclusão”, produtos da Política Nacional do Turismo implementada pelo referido governo (op. cit.).

Além dos programas citados, em particular o “Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil” é de fundamental importância para compreendermos a estrutura de ações políticas voltadas para o turismo no contexto local, pois é com base neste programa onde estão inseridos os PRODETUR (Norte, Centro e Sudeste, Sul e Nordeste) que todas as ações locais estão sendo inspiradas e direcionadas. Segundo o Ministério do Turismo,

o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, formulado no ano de 2004, apresenta ao país uma nova perspectiva para o turismo brasileiro por meio da gestão descentralizada (ou seja, repassa a gestões, principalmente, estaduais a responsabilidade de formulação dos seus próprios planos estratégicos para o turismo local), estruturadas pelos princípios da flexibilidade, articulação e mobilização (BRASIL, 2004).

O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE) é um programa com investimentos públicos e privados – Banco do Nordeste (BNB) e Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) – para comunidades que foi concebido tanto para criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística na Região Nordeste, quanto para melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas.

O programa na sua primeira fase, mais conhecida como Prodetur/NE I, iniciado em 1994, tinha como objetivo criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística e melhoria da qualidade de vida das populações dos municípios alcançados. O aporte de recursos de investimentos totalizou US\$ 670 milhões. Na fase I foram privilegiadas: a infra-estrutura de saneamento básico (água e esgoto) e de suporte ao turismo – instalação ou ampliação de aeroportos, urbanização de áreas turísticas, centro de convenções, recuperação do patrimônio histórico, bem como um aquecimento da economia das localidades turísticas. Os resultados satisfatórios do Prodetur I e o cenário de sucesso motivaram a concepção do Prodetur II. As negociações iniciadas em 1999 foram sucedidas por estratégias mais racionais em substituição às anteriores, que muitas vezes se baseavam em tentativas de acerto e erro. Para a continuidade do programa foram disponibilizados US\$ 800 milhões.

A grande inovação na segunda fase é a definição de pólos turísticos e a ampliação do seu raio de ação. Assim, foram definidos vários pólos, em particular o Costa dos Coqueirais em Sergipe, que é composta por 17 municípios, no entanto, para a elaboração deste PDITS, segundo orientações do Banco Interamericano de Desenvolvimento, foram considerados somente os municípios da costa litorânea, sendo excluídos em uma primeira etapa aqueles localizados às margens do São Francisco.

### **2.3 Considerações sobre Desenvolvimento Local Sustentável**

Vinculada às lutas autogestionárias e à busca do poder local com autonomia, surge a concepção do desenvolvimento local sustentável e segundo Buarque (1998): "O desenvolvimento local sustentável é, portanto, um processo que leva a um continuado aumento da qualidade de vida com base numa economia eficiente e competitiva, com relativa autonomia das finanças públicas, combinado com a conservação dos recursos naturais e do meio ambiente".

Na concepção de estratégias para o desenvolvimento local é fundamental trazer os referenciais teóricos de desenvolvimento endógeno, uma vez que este possibilita um lastro de discussão do ponto de vista do turismo comunitário – mobilização dos próprios recursos; protagonismo dos agentes locais (ascendente) e centrado nas necessidades próprias das comunidades (autocentrado), dentro da classificação indicada por Cavaco (1996).

Nos últimos anos, no Brasil, têm-se disseminado experiências denominadas de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável (DLIS), pela formidável iniciativa teórica e prática de Augusto de Franco, articulado ao Conselho da Comunidade Solidária e, com isso:

O Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável é uma denominação ampla para vários tipos de processos de desenvolvimento local. Lançada institucionalmente em 1997, pelo Conselho da Comunidade Solidária, a expressão foi adotada pela maioria dos atores que se dedicam ao desenvolvimento local no Brasil. Partindo de evidências sobre os limites sócio-ambientais dos padrões atuais de produção e consumo, situa-se, neste último campo, a chamada vertente sustentabilista, para a qual o local atua como elemento de transformação sócio-político-econômica, representando o *locus* privilegiado para novas formas de solidariedade e parceria entre os atores, em que a competição cede espaço à cooperação. (ALBAGLI apud FRANCO, 2001, p.98).

Contudo, o desenvolvimento local é acima de tudo uma prática política. Ao mobilizar as forças ativas da sociedade local, potencializando o capital social dos diferentes atores sociais que interagem na produção da vida e nas relações sociais entre os membros de uma determinada comunidade, o localismo, assim conformado, teria plenas condições de impulsionar um processo de desenvolvimento baseado na descentralização e na cooperação solidária, cujos resultados seriam: maior democratização social, participação popular, justiça social, vitalidade econômica e, por fim, redundar em desenvolvimento regional. (YAÑEZ, 1998).

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa foi delimitada a partir do método dialético, pois na dialética os fenômenos não são analisados de forma que estejam fixos, mas que sempre estão em movimento, pois nenhuma “coisa está acabada”, encontra-se sempre em vias de se transformar, se modificar. E o mesmo evidencia que nenhum fenômeno da natureza pode ser encarado isoladamente, pois a sociedade e a natureza condicionam-se reciprocamente. Dentro disso, o tipo de pesquisa foi à explicativa tendo em vista que na pesquisa é preciso identificar seus fatores determinantes, ou seja, as causas que contribuem para a ocorrência do fenômeno.

O trabalho foi desenvolvido a partir de uma série de etapas metodológicas, descritas a seguir. Na primeira etapa realizou-se uma revisão bibliográfica sobre as categorias estudadas, como: paisagem e espaço, buscando dentro deste, identificar a paisagem modificada pelo homem através da sua busca por lazer e descanso, comparando assim o presente e o futuro. Assim, para uma melhor compreensão da problemática estudada foi feito um levantamento documental em livros, revistas, estudos, internet e etc. Além disso, representações cartográficas do espaço estudado disponibilizado pela Secretaria de Estado do Planejamento (SEPLAN) e dados da Prefeitura da Barra dos Coqueiros em relação ao desenvolvimento do turismo e as mudanças paisagísticas na localidade.

Na segunda etapa foram utilizados instrumentos de pesquisa a partir do contato preliminar com a área. Utilizou-se de uma série de instrumentos para atingir os objetivos propostos: trabalhos de campo, questionário, entrevista e registros fotográficos. Na realização do trabalho de campo, foram identificados e caracterizados os principais aspectos ambientais e paisagísticos do município de Barra dos Coqueiros, como: geologia, geomorfologia, clima, pedologia e a cobertura vegetal. Além dos aspectos humanos, como: ação antrópica e a densidade de ocupação existente no lugar. A partir desses aspectos que foram identificados e caracterizados, partiu-se para uma análise interativa das categorias da paisagem: forma, função, estrutura e processo.

Para simples delimitação do universo e da amostragem definiu-se o município da Barra dos Coqueiros/SE, como espaço de investigação e a população local como sujeito direto e indireto da pesquisa. Através do questionário feito com a população residente a mais de 10 anos e com idades de 18 a 65 anos, foram levantados dados e informações sócio-econômicas da região. Realizaram-se entrevistas com autoridades e envolvidos com a Secretaria do Turismo do município de Barra dos Coqueiros, da Prefeitura, Associação de Bairro, Associação de Pescadores, entre outros. Já os registros

fotográficos foram necessários para identificar as principais mudanças paisagísticas ocorrida no município a partir do desenvolvimento do turismo.

Finalmente, na terceira etapa deste projeto, foi realizada a sistematização das informações obtidas e a redação final do texto que possibilitou uma visão geral das transformações paisagísticas ocorridas.

## **4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

### **4.1 Políticas de Turismo em SERGIPE**

O desenvolvimento do turismo é apontado como meio para criação de oportunidades de emprego e para o aumento da renda per capita e da arrecadação tributária. Diante disso, já se observava uma grande heterogeneidade entre os Estados da região Nordeste, os quais apresentavam, e ainda apresentam diferentes graus de maturidade institucional e de “despertar para o turismo”. Diante de uma clara indicação do potencial turístico da região, sobretudo na faixa litorânea, e de acordo com a política de desenvolvimento do turismo do País, o Governo Federal e os Governos Estaduais reuniram-se para elaboração conjunta de um plano de ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste, parte do qual seria financiado por um amplo projeto que foi especialmente criado para essa finalidade. Assim nasceu o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil – PRODETUR/NE, concebido como um Programa Global de Investimentos Múltiplos, com recursos repassados para os Estados participantes via contratos de sub-empréstimo (PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE).

O Prodetur I investiu em Sergipe recursos da ordem de US\$ 58 milhões. O maior componente desse programa foi saneamento, responsável por de 50% do total de investimentos. Os retornos foram significativos: com um incremento de turistas de mais de 30% no período de 1995-2000; 37% de aumento de fluxo aéreo e 47% a mais de estabelecimentos ligados à hospedagem (PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DA COSTA DOS COQUEIRAIS)

Tomando como base os resultados do PRODETUR/NE – I, surgiu o PRODETUR/NE – II para assegurar que os futuros investimentos no setor promoverão o crescimento do turismo de forma sustentável e responsável, a longo prazo, foram introduzidos novos conceitos e mecanismos, tais como a criação e implantação de pólos de turismo, o processo de planejamento setorial integrado e participativo, e o fortalecimento da capacidade de planejamento e de gerenciamento ambiental, administrativo e fiscal. A estratégia do PRODETUR/NE - II está desenhada de forma que os investimentos e ações deverão, obrigatoriamente, ser priorizados nas áreas das municipalidades daqueles pólos de turismo que integraram o PRODETUR/NE - I, ou que de alguma maneira sofreram impacto em sua implantação (*op. cit.*).

### **4.2 Dinâmica do Turismo e as Transformações paisagísticas**

O município da Barra dos coqueiros, em meio a sua expansão territorial e transformações paisagísticas, ocasionada pelo crescimento imobiliário e em decorrência da construção de um novo acesso rodoviário (ponte Construtor João Alves Filho), estabelecem uma fase de progresso, ampliando a chegada de infraestrutura e atividades comerciais que possibilitam ao município a dinamização das relações econômicas. Contudo, a dinâmica do turismo desperta na comunidade para outra realidade fora deste universo, ou seja, as transformações ocorridas no município, que caminha rumo a um progresso, no qual, está ausente de iniciativas de desenvolvimento social, ambiental, econômico e cultural.

#### **Centro da Cidade**

A partir da construção da ponte Construtor João Alves e da reconstrução da rodovia que dá acesso a cidade da Barra dos Coqueiros nota-se que no centro haveria uma oportunidade de desenvolvimento socioeconômico com o turismo. Mas informações coletadas a partir dos questionários aplicados com alguns moradores e donos de bares da orla da cidade dizem o que ocorreu foi bem diferente do que se planejava o centro da cidade foi abandonado e não se tornou um atrativo turístico do município devido

à falta de serviços básicos e de infra-estrutura turística, dessa forma, é pouco visitado pelos turistas. Nesse sentido, observou-se que com a construção da ponte e da rodovia de acesso acarretou algumas transformações na paisagem do centro da cidade, ou seja, a função e a estrutura de alguns espaços localizados no centro da cidade foram modificadas, como por exemplo: terrenos vazios estão dando lugar a casas ou estabelecimentos comerciais, o abandono da orla da cidade e o fechamento do atracadouro.

Em relação ao fechamento do atracadouro, observa-se claramente a transformação que ocorreu a partir da construção da ponte Aracaju – Barra dos Coqueiros, ou seja, o espaço do atracadouro era onde recebia as pessoas que vinha da Capital de barcos ou mais conhecidas como “Tototó”. Mas foi a partir da construção da ponte o movimento do atracadouro foi diminuindo até ser fechado por completo por falta de demanda.

### **Praia da Costa**

A praia da Costa tornou-se o atrativo mais visitado do município, devido ao Sol, Mar e por possuir uma infra-estrutura de bares, restaurantes e pousadas de boa qualidade e fácil acesso aos turistas. Isso só foi possível devido à construção da ponte Aracaju – Barra dos Coqueiros, a construção da avenida que liga a cidade da Barra dos Coqueiros com a praia da Costa e da avenida que dá acesso ao bairro Atalaia Nova. Portanto, a partir dessas construções de avenidas que dá acesso a praia da Costa e a Atalaia Nova observaram-se mudanças importantes na paisagem da localidade.

Nesse sentido, as transformações da paisagem ocorridas na praia da Costa após as construções dessas avenidas de acesso são que os próprios donos de bares, restaurantes e de casas da localidade investem na reforma e na construção de bares e também na implantação de pousadas devido ao aumento na demanda de turistas que em vez de ir para Atalaia Nova preferem ficar na praia da Costa por está de fácil acesso e mais estruturado. Além disso, observa-se uma mudança na estrutura da praia da Costa, ou seja, nota-se que a distancia dos bares ate o mar está cada vez maior esse fato ocorre devido ao depósito de sedimentos na localidade aumentando assim o comprimento da areia.

### **Bairro Atalaia Nova**

Em virtude da construção da ponte Construtor João Alves que passou a ligar o município da Barra dos Coqueiros à capital e a construção da rodovia que liga a praia da costa com o bairro Atalaia Nova, a expectativa era aumenta o numero de turistas e dessa forma desenvolver a localidade focado no turismo e transformando a paisagem do bairro positivamente. Contudo, observou-se que o numero de turistas quem vem em grande parte da cidade de Aracaju e de outros estados reduziu significadamente, deixando de ir para o bairro Atalaia Nova para frequentar a praia da Costa, pelos motivos da falta de infra-estruturas turísticas e de serviços básicos existente na localidade, além disso, pelo fato da praia da Costa está de fácil acesso do que o bairro e localizado antes da Atalaia Nova faz com que o turista prefira a comodidade da praia da Costa. Nesse sentido, nota-se que a localidade ficou sem o desenvolvimento turístico esperado, mas com alterações paisagísticas bem visíveis.

As alterações paisagísticas observadas no bairro Atalaia Nova está relacionado à falta de serviços básicos como entulhos jogados na rua do bairro, além disso, a desativação de alguns serviços turísticos como o Praia Hotel, em relação a esses pontos observados nota-se assim uma paisagem de abandono na localidade. Outra alteração observada no bairro Atalaia Nova é no sentido da erosão existente na parte onde será construída a orla, devido a esse fator observa-se que houve um recuo da margem de areia, no qual, é visível bares quase sendo destruídos

## **4.3 Perspectivas de Alterações Paisagísticas**

### **Tendência de especulação imobiliária e turística**

A construção da ponte Construtor João Alves que liga a capital de Sergipe, Aracaju, ao município de Barra dos Coqueiros por sobre o rio Sergipe, foi saudada como oportunidade de desenvolvimento para os municípios do litoral norte, além disso, a reconstrução da rodovia e avenidas que dão acesso ao

município de Pirambu e para cidade da Barra dos Coqueiros. Para o município da Barra dos Coqueiros tal potencial de desenvolvimento trouxe o estímulo à especulação imobiliária, ou seja, diversas empresas já construíram imóveis e outras empresas estão cobrando os terrenos para construir condomínios de apartamentos. Esse fato ocasionou a valorização do solo e dos imóveis na Barra dos Coqueiros, em relação a isso um morador da localidade diz que “um lote que custava mil reais, hoje você não encontra esse mesmo lote por menos de vinte mil reais”.

No mês de outubro de 2009 a Construtora Imperial entregou o primeiro condomínio de apartamentos da Barra e estão em construção novos condomínios, o Portal da Barra, da Construtora Engeb, o Villas da Barra, da Construtora União e o Salinas da Barra, da Construtora Casa Nova, condomínios de apartamentos construídos pelo programa – Minha Casa Minha Vida e o residencial Barra Club Dessa forma, ao todo, no fim de 2010 será entregues mais de 570 apartamentos, portanto, observa-se a mudança na paisagem no sentido da verticalização da cidade.

Além disso, observa-se no município da Barra dos Coqueiros uma tendência no aumento nas construções de resorts, no qual, acarretará novos investimentos e o desenvolvimento social e econômico do município, por outro lado, haverá transformações na paisagem com, por exemplo, as derrubadas dos coqueiros.

Nesse sentido, o Starfish Resort é um exemplo claro, no qual, já implantado e em pleno funcionamento, têm no seu quadro de pessoal 80% de funcionários oriundos do próprio município, distribuídos em diversos cargos. Mas por outro lado, observa-se que o Resort foi construído além da linha da costa, mudando assim a paisagem existente na localidade.

A mais recente novidade, em termos de investimentos no município da Barra dos Coqueiros, fica por conta do grupo INVI que já adquiriu uma propriedade ao lado do Starfish Resort, onde construirá o Condomínio Residencial de Luxo Brisa de Atalaia.

O Residencial Brisa de Atalaia será construído num terreno com área de aproximadamente 92 hectares e 1120m de frente para a praia, na faixa litorânea do município de Barra dos Coqueiros, no qual, está prevista a construção de residências, centro comercial, restaurantes e áreas de lazer. Esses investimentos em andamento e previstos não garantem por si só a consolidação do desenvolvimento da Barra dos Coqueiros. Para que o desenvolvimento seja sustentável se faz necessário a integração da população nos projetos, a existência de políticas públicas que incentivem e consolidem cada uma das ações.

### **Tendência de saturação ou expansão do centro comercial**

Portanto, devido ao crescimento da população da cidade da Barra dos Coqueiros que iniciou a partir da construção da ponte Construtor João Alves, observa-se uma tendência de saturação do centro comercial. Essa saturação vai surgir a partir do crescimento da população da cidade e o desenvolvimento econômico da população local. Dessa forma, acarretará um aumento na demanda de serviços e como consequência atrairá muitos moradores ou até mesmo pessoas de outras localidades a construir estabelecimentos comerciais como, por exemplo, galeria na entrada da cidade da Barra dos Coqueiros

Diante dessa saturação do centro comercial e o início da especulação imobiliária, já observada na avenida que dá acesso a cidade da Barra dos Coqueiros, nota-se uma outra alteração paisagística que é a expansão do comércio do centro da cidade até a rodovia que dá acesso a cidade, ou seja, aumento da demanda da população devido as construções dos condomínios de apartamentos acarretará que seja oferecidos alguns serviços básicos de fácil acesso aos moradores, dessa forma, os estabelecimentos comerciais já saturados no centro da cidade vendo essa oportunidade do aumento da demanda irão se expandir para próximo dessa zona de expansão imobiliária como, por exemplo, o posto de gasolina na rodovia que dá acesso a cidade, dando assim uma nova visão na paisagem na localidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O homem é o responsável pelas maiores e mais importantes transformações ocorridas na terra. Com o desenvolvimento econômico, crescimento populacional e o avanço das técnicas fizeram o homem transformar a paisagem natural em paisagens rurais e urbanas, ou seja, o homem tornou-se um poderoso agente modificador da natureza.

Nessa perspectiva devem-se encontrar alternativas de desenvolvimento, que traga melhoria da qualidade de vida de uma população, aliada à preservação da paisagem. Portanto, apontamos o Ecoturismo, enquanto modelo de gestão para as atividades turísticas a serem dinamizadas nas localidades, baseados na riqueza dos recursos naturais locais existentes (rios, praias, estuários), vasta cultura popular (samba de coco, quadrilhas juninas) e disposição geográfica (planície costeira litorânea), que pressupõe espaço territorial para instalação de novas infra-estruturas e equipamentos de apoio ao Turismo.

Diante disso, essa pesquisa justifica-se pelo fato de acreditar na sustentabilidade do turismo em Sergipe, principalmente para o município da Barra dos Coqueiros. Além disso, pretende-se propiciar discussões sobre o assunto, objetivando educar, esclarecer e acima de tudo demonstrar o grande potencial do turismo quando planejado e ordenado de forma organizada. Nesse sentido, tem-se a possibilidade de oferecer subsídios ao planejamento da atividade turística na área em questão, mediante propostas concretas e o intuito de proporcionar melhor aproveitamento do seu potencial e de um reordenamento territorial mais adequado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AULICINO, Madalena Pedrosa . Algumas implicações da exploração turística dos recursos naturais. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (Org.). **Turismo e ambiente - reflexões e propostas**. 1 ed. São Paulo: HUCITEC, 1997, v. 1, p. 28.
- BARROS, Nilson Cortez Crocia. **Manual de Geografia de Turismo**. Recife: Universitária da UFPE, 1998.
- BECKER, Bertha. **Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil**. Disponível em <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/>> Acesso em: 04 de agosto de 2010.
- BONALD, Olimpio. **Planejamento e Organização do Turismo**. Recife/ PE: EMPETUR, 1978.
- BRASIL – MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Diretrizes Políticas**, 2004.
- BUARQUE, Sérgio. **Metodologia de Planejamento do Desenvolvimento Local e Municipal Sustentável**. Brasília: INCRA/IICA, 1998.
- CARLOS, Ana Fani A. O turismo e a Produção do Não-Lugar. In: YAZIGI, E.; CARLOS, A.F.A & CRUZ, R.C.A. da (Org.). **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**, São Paulo: Hucitec, 1999.
- \_\_\_\_\_ - **O Lugar no/do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CAVACO, Carminda. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org.). **Geografia e turismo. Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CRUZ, Rita de Cassia A. da. As Paisagens Artificiais Criadas Pelo Turismo. In: YÁZIGI, EDUARDO (Org.). **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Ed. Contexto, 2002.
- FERRETTI, Eliane Regina. **Turismo e Meio Ambiente: uma abordagem integrada**. São Paulo: Roca, 2002.
- FORMAN, R. T. T.; GODRON, M. **Landscape ecology**. New York: John Wiley, 1986. p. 619.
- FRANCO, Augusto. **Desenvolvimento Local Integrado Sustentável**. Brasília, 2001.



GOMES, Edvania. **Paisagem, Imaginário e Espaço**. Rio de Janeiro : Ed. UERJ, 2001.

LENSKI, Z. E.; CENSKI, J. **Humans societies**: na introduction to macrosociology. New York: McGraw-Hill, 1982, p. 448.

MAIA, L. F. S. Políticas Públicas e Identidade Cultural: um binômio significativo na construção de uma intervenção no turismo local. In: BARBOSA, Andréia D. BRITO, Bonaldo C. et al (Org.) Turismo: cultura, lazer e possibilidades de intervenção. Natal/ RN: Gráfica do Banco do Nordeste, 2004.

NOLAN, P.; LENSKI, G. **Humans societies**: na introduction to macrosociology. 10° ed. London: Paradigm, 2006, p. 416.

PIRES, Paulo dos Santos. A Paisagem Litorânea de Santa Catarina como Recurso Turístico. In: YÁZIGI, Eduardo. CARLOS, Ana Fani Alessandri. CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL DA COSTA DOS COQUEIRAIS. Disponível em: <[www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)>. Acesso em: 10 de agosto de 2010.

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE. Disponível em: <[www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)>. Acesso em: 10 de agosto de 2010.

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO NORDESTE – FASE II. Disponível em: <[www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)>. Acesso em: 10 de agosto de 2010.

RODRIGUES, Adyr A. Balastrieri. Percalços do Planejamento Turístico. In: RODRIGUES, Ardy Balastrieri (Org.) **Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. **Geografia e Turismo: Reflexões Preliminares**. In: Turismo e Espaço: Rumo a um Conhecimento Transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 2001

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. São Paulo: Hucitec. 5° edição, 1997, p. 71 e 111-112.

TUAN, YI-FU. **Space and Place: Humanistic Perspective**. In: GALE, S & OLSSON, G. (eds.). Philosophy in Geography. Dordrecht, Reidl Publ. Co., 1979

TURNER, M. G.; GARDNER, R. H.; O'NEILL, R. V. **Landscape ecology: in teory and practice**. New York: Springe, 2001, p. 401.

YAÑEZ, C. N. Globalización y localismo: nuevas oportunidades para el desarrollo. **Revista de Fomento Social**, Córdoba: IESAA, n. 53, 1998.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO,  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO  
RIO GRANDE DO NORTE