

Organizadores:

Shirley Ribeiro Carvalho
Tatiana Mendes Bacellar

2020

Gestão Contemporânea: experiências e desafios

1
volume


Pascal
Editores

**SHIRLEY RIBEIRO CARVALHO
TATIANA MENDES BACELLAR
(Organizadores)**

GESTÃO CONTEMPORÂNEA

EXPERIÊNCIAS E DESAFIOS

VOLUME 1

**EDITORA PASCAL
2020**

2020 - Copyright© da Editora Pascal

Editor Chefe: Prof. Dr. Patrício Moreira de Araújo Filho

Edição e Diagramação: Prof. M.Sc. Eduardo Mendonça Pinheiro

Edição de Arte: Marcos Clyver dos Santos Oliveira

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

Dr. José Ribamar Neres Costa

M.Sc. Fabio Antonio da Silva Arruda

M.Sc. Gabriel Nava Lima

M.Sc. Eliane Rosa da Silva Dilkin

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G393diver

Coletânea Gestão contemporânea: experiências e desafios/ Shirley Ribeiro Carvalho e Tatiana Mendes Bacellar (Organizadores). 1ª ed. São Luís: Editora Pascal, 2020.

181 f.; il. – (Gestão Contemporânea; v. 1)

Formato: PDF

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN: 978-65-86707-02-1

D.O.I.: 10.29327/514236

1. Gestão contemporânea. 2. Desafios. 3. Diversidade. 4. Formação profissional.
I. II Título

CDD: 352.6

CDU: 331.71

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2020

www.editorapascal.com.br

contato@editorapascal.com.br

APRESENTAÇÃO

Caro leitor,

O desenvolvimento de um negócio perpassa pela tomada de decisão e é permeado pela solução de problemas que envolve o uso de recursos e estratégias. Além disso, o sucesso organizacional percorre variáveis concernentes a gestão, a ambientes competitivos e dinâmicos que garantam a sobrevivência, bem como o crescimento exponencial, aliado a boas práticas e projetos inovadores.

Esta obra apresenta um panorama das tendências e mudanças atuais para a gestão contemporânea e não se furta em estudar as organizações, suas práticas gerenciais que as obrigam a gerar resultados de forma eficaz e eficiente, além de tornar público inúmeros artigos, ensaios e experimentações inéditas produzidas por docentes do ensino superior.

A primeira edição da obra "Gestão Contemporânea: experiências e desafios" se propõe a contribuir para os estudos e vivências profissionais, uma vez que compartilha práticas e pesquisas entre professores e alunos. O estudo traz a baila, temas como: sustentabilidade e ecoeficiência, análise de viabilidade econômica para pequenas empresas até diversidade e representação midiática como modelos de negócios inovadores e que exigem uma gestão contemporânea alicerçada na perspectiva 4.0.

Nesta obra inclui-se também temáticas que tratam do perfil de lideranças com excelência, do papel do Administrador com o reconhecimento de saberes e competências, assim como, a gestão de conflito em meio a um cenário de grandes mudanças e a representatividade do empreendedor moderno.

Importante registrar a iniciativa dos autores e parabenizá-los e por promoverem reflexões acerca de temas significativos para a gestão contemporânea e por apontar novos caminhos no tocante a Administração.

Boa leitura!

Shirley Ribeiro
Tatiana Bacellar

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 8

BIOPLÁSTICOS E PLÁSTICOS BIODEGRADÁVEIS SURFANDO A SEXTA ONDA: UM ESTUDO SOBRE A ECOEFICIÊNCIA

Josenice Maria Gusmão Amorim Mascarenhas

CAPÍTULO 2..... 20

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA: UM ESTUDO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UMA LOCADORA DE VIDEOGAMES

Samuel Carlos Lopes dos Santos

Vinicius Vieira de Carvalho

Washington José Pereira dos Santos

Luanna Mariane Pereira Ramos Gil

CAPÍTULO 3..... 37

PEGADA HÍDRICA DOS SOTEROPOLITANOS: A INFLUÊNCIA DAS VARIÁVEIS SOCIOECONÔMICAS E DEMOGRÁFICAS

Mateus Nascimento Moreira

Josenice Maria Gusmão Amorim Mascarenhas

CAPÍTULO 4 46

A DIVERSIDADE NA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA. O SER INDIVÍDUO OU SER PRODUTO? OS CASOS PABLO VITTAR E JOJO TODYNHO

Carlos Augusto Fernandes do Nascimento

CAPÍTULO 5..... 63

A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE GERENCIAL PARA GESTÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE LAFAIETE COUTINHO

Amanda Santiago Oliveira

Nayara Batista Moreira

CAPÍTULO 6..... 77

PERFIL DE LIDERANÇA DOS GESTORES EM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO MUNICIPAIS

Renário Ferreira Ribeiro

Lawrence Matheus Soares da Silva

Ester Andressa de Oliveira Leal

Francis de Sousa Fernandes

CAPÍTULO 7..... 90

O PAPEL DO ADMINISTRADOR QUANTO À ESTRATÉGIA, PLANEJAMENTO E DECISÕES

Fernando Húngaro Lemes Gonçalves
Rosália Maria Passos da Silva

CAPÍTULO 8..... 102

RECONHECIMENTO DE SABERES E COMPETÊNCIAS VERSUS MOTIVAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NO INSTITUTO FEDERAL DO PIAUÍ CAMPUS ANGICAL

Renário Ferreira
Luís Rodrigo Soares Lima
Jucyana Beatriz Nunes Veloso
César Barbosa Nunes
Francis de Sousa Fernandes

CAPÍTULO 9..... 116

A FORMAÇÃO INICIAL DO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: UM ESTUDO DE CASO ACERCA DO USO DAS METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO PARA DESENVOLVER OU APRIMORAR COMPETÊNCIAS MAIS COMPLEXAS E TÃO NECESSÁRIAS PARA AS ORGANIZAÇÕES

Antonio da Conceição Rocha
Genilson Santos Chagas

CAPÍTULO 10..... 132

GESTÃO DE CONFLITOS INTERORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO ENVOLVENDO PROPRIETÁRIOS DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DO OESTE DA BAHIA

Cassiana Santos da Silva Farias
Lívia Veiga de Oliveira Bispo
Manoel Joaquim Fernandes de Barros
Neivande Dias da Silva

CAPÍTULO 11..... 148

EAD COMO DEMOCRATIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR NA CIDADE DE SANTO ANTONIO DE JESUS NA BAHIA

Delnice Cardoso Alves Veiga
Josiene de Souza Almeida Oliveira

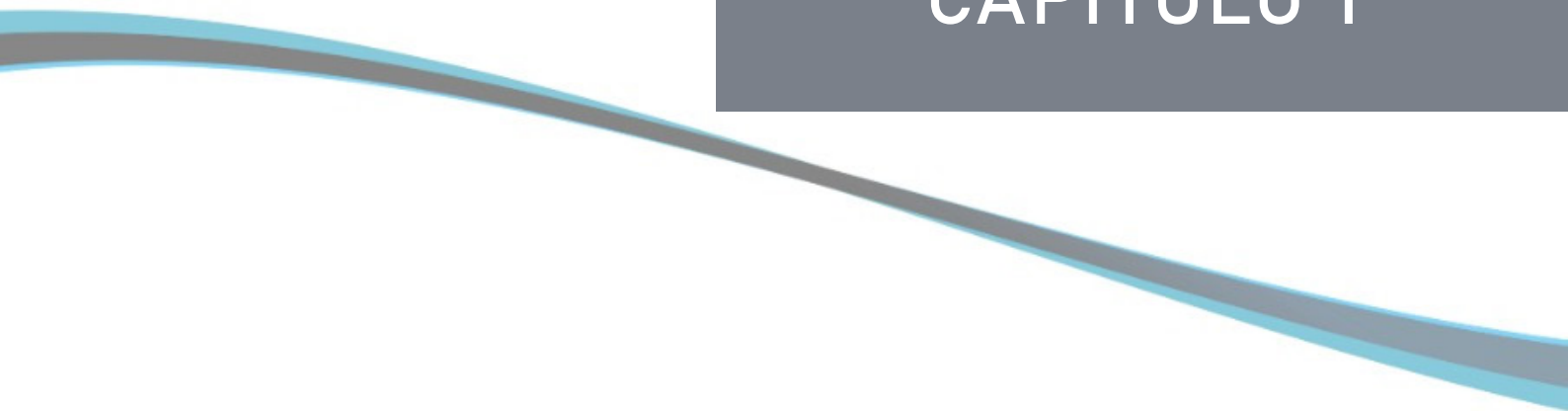
CAPÍTULO 12..... 160

PERFIL EMPREENDEDOR DE ESTUDANTES DE UM CURSO TÉCNICO: ESTUDO DE CASO EM UM INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Ricardo Luís Alves de Oliveira Ribeiro

Dartagnan Ferreira de Macêdo

Diego da Guia Santos



CAPÍTULO 1

BIOPLÁSTICOS E PLÁSTICOS BIODEGRADÁVEIS SURFANDO A SEXTA ONDA: UM ESTUDO SOBRE A ECOEFIÊNCIA

BIOPLASTICS AND BIODEGRADABLE PLASTICS SURFING THE SIXTH
WAVE: A STUDY ON ECO-EFFICIENCY

Josenice Maria Gusmão Amorim Mascarenhas

Resumo

A indústria dos plásticos está empreendendo um grande esforço para torná-los mais sustentáveis. As eco-inovações implementadas deram origem aos bioplásticos e aos plásticos biodegradáveis, por isso é necessário analisar a ecoeficiência desses novos materiais. O objetivo desse estudo é comparar a ecoeficiência dos bioplásticos e dos plásticos biodegradáveis a partir das suas características e dos seus impactos pós-consumo. Esse estudo, de natureza exploratória, foi delineado na forma de uma pesquisa bibliográfica. Ao analisar as características dos bioplásticos e dos plásticos biodegradáveis, de acordo com os critérios do *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), observa-se que os primeiros são mais ecoeficientes por substituírem a matéria-prima derivada do petróleo por outra derivada do etanol da cana de açúcar, mantendo a durabilidade e o potencial de reciclabilidade. Os plásticos biodegradáveis, no entanto, apesar de também utilizarem matéria-prima de fonte renovável, têm em sua composição derivados de petróleo e até metais pesados, o que, em conjunto com as emissões de gás carbônico e/ou metano, decorrentes do processo de biodegradação, não atendem aos critérios de ecoeficiência.

Palavras-chave: Ecoeficiência, Bioplásticos, Plásticos biodegradáveis.

Abstract

The plastics industry is making a great effort to make their products more sustainable. The eco-innovations implemented gave rise to bioplastics and biodegradable plastics, so it is necessary to analyze the eco-efficiency of these new materials. The objective of this study is to compare the eco-efficiency of bioplastics and biodegradable plastics based on their features and their post-use impacts. This exploratory study was outlined as a bibliographical research. Analyzing the features of bioplastics and biodegradable plastics, according to the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) criteria, it is observed that the former are more eco-efficient by replacing petroleum-derived raw materials for similar ones obtained from sugarcane ethanol, while maintaining the durability and recyclability potential. Biodegradable plastics, however, despite also using raw materials from renewable sources, have petroleum derivatives and even heavy metals in their composition, which, together with carbon dioxide and / or methane emissions generated by the biodegradation process, do not meet the eco-efficiency criteria.

Keywords: Eco-efficiency, Bioplastics, Biodegradable plastics.



1. INTRODUÇÃO

O século XX caracterizou-se pelo uso intensivo dos plásticos, que surgiram como uma solução técnica e economicamente viável para fabricação dos mais variados tipos de utensílios e embalagens, pelo fato de terem baixo custo, serem inertes e, ao mesmo tempo, leves e resistentes. Atualmente, são considerados vilões, quer pelo fato de sua principal matéria-prima ser o petróleo (recurso considerado não renovável por levar milhares de anos para ser formado), quer por sua destinação pós-consumo, frequentemente, ser inadequada, resultando em grande impacto ambiental.

Para enfrentamento dessas problemáticas, observa-se um esforço para “esverdear” os plásticos através das eco-inovações, tanto pela substituição do petróleo por matérias-primas renováveis quanto pelo desenvolvimento de formas biodegradáveis, visando torná-los ecoeficientes. Vale destacar, no entanto, que os diversos tipos de bioplásticos e plásticos biodegradáveis, possuem propriedades e impactos ambientais diferentes.

Assim, o objetivo desse estudo é comparar a ecoeficiência das eco-inovações difundidas através dos bioplásticos e dos plásticos biodegradáveis, a partir das suas características e dos impactos pós-consumo para o entendimento dos reais benefícios e impactos dos diferentes tipos de plásticos que estão surfando à sexta onda: as eco-inovações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Eco-inovações

As inovações são a mola propulsora do desenvolvimento e decorrem de um processo denominado “destruição criadora”, através do qual novas tecnologias substituem as antigas (SCHUMPETER, 1934 apud FINEP, 2005, p. 36). As inovações ocorridas ao longo dos últimos 200 anos foram representadas por Schumpeter como “ondas”, que promoveram grandes transformações econômicas, sociais e ambientais. O século XXI está surfando a sexta onda, caracterizada, principalmente, pelo foco na sustentabilidade, na produtividade radical dos recursos, na biomimética, na química verde, na ecologia industrial e nas energias renováveis (ECO-INNOVATION OBSERVATORY, 2013, p.32).

A sustentabilidade (SS) dos processos, produtos e serviços é alcançada pelo equilíbrio entre três pilares: econômico, social e ambiental (DIAS, 2014), ou seja, através da redução do consumo de recursos, da satisfação das necessidades humanas e da redução do impacto ambiental. A produtividade radical dos recursos



(PRR) relaciona-se à redução do desperdício, à transformação de resíduos em matéria-prima, à substituição de materiais, à redução do consumo de água e energia e à otimização dos recursos logísticos (SMERALDI, 2009). A biomimética (BM) tem como foco “[...] a aplicação de sistemas e métodos biológicos encontrados na natureza [...]” (SMERALDI, 2009, p. 43) como inspiração para o desenvolvimento de novos produtos e serviços. A química verde (QV), por sua vez, tem como objetivo criar tecnologias capazes de gerar produtos e desenvolver processos químicos capazes de reduzir ou eliminar tanto a utilização quanto a geração de substâncias tóxicas (TUNDO et al, 2000 apud PRADO, 2003, p.738).

Outro foco da sexta onda é a ecologia industrial (EI), consistindo em “um sistema de sistemas”, que vincula várias produções em sistemas de circuito fechado em um fluxo circular de recursos, de modo que os efluentes e resíduos de um sistema são usados como entrada em outro sistema (OCDE, 2009), através da promoção da simbiose industrial. No que diz respeito às energias renováveis (ER), consideram-se “[...] aquelas obtidas a partir de fontes naturais capazes de se regenerar em prazo compatível com um uso contínuo” (SMERALDI, 2009, p.174), como por exemplo a energia solar e eólica, bem como aquela obtida a partir da biomassa.

As eco-inovações implicam sobretudo na mudança de paradigma da economia linear (extração/processamento/consumo/descarte) para a economia circular (extração/processamento/consumo/reciclagem), reorientando o sistema econômico para a sustentabilidade (DIAS, 2014).

O compromisso com a redução de emissão de gases de efeito estufa (GEE) proposto pelo Acordo de Paris, celebrado em dezembro de 2015, durante a 21ª Conferência das Partes (COP21), representa um grande desafio para os 195 países membro da Organização das Nações Unidas (ONU), mas também uma grande oportunidade para o alcance do desenvolvimento de fato sustentável. As Partes, que firmaram o Acordo de Paris, reconhecem “[...] que a adoção de estilos de vida sustentáveis e padrões sustentáveis de consumo e produção, desempenha um papel importante no combate à mudança do clima [...]” (ONU, 2015, p.1), que constitui uma ameaça global (ONU, 2015, p.1).

Os principais GEE, o dióxido de carbono (CO_2), o metano (CH_4) e o óxido nítrico (N_2O), presentes, naturalmente, na atmosfera do Planeta Terra são essenciais para mantê-lo aquecido, porque deixam passar as radiações solares de ondas curtas e retêm as infravermelhas, caso contrário o Terra seria muito fria, inóspita para se viver (BARBIERI, 2007). No entanto, o aumento da concentração dos GEE decorrente das emissões antrópicas, nos últimos anos, tem excedido a capacidade de absorção dos mesmos pelos sistemas naturais, como, por exemplo, através da fotossíntese, o que tem provocado um aquecimento global e, consequentemente, alterações significativas no clima.

As emissões antrópicas dos GEE decorrem, principalmente, da queima de combustíveis fósseis (carvão, petróleo e gás natural), assim como da decomposição



anaeróbica da matéria orgânica degradável (lixões e resíduos das atividades agropecuárias) e da aplicação de fertilizantes nitrogenados (DIAS, 2002), mas também “[...] da destruição de florestas e outros ‘sumidouros’ e ‘reservatórios’ naturais que absorvem dióxido de carbono no ar” (MACHADO FILHO, 2017, p.13). Observa-se que as fontes de emissões decorrem de atividades cotidianas, portanto completamente incorporadas ao estilo de vida e padrão de produção atuais.

O Custo Social do Carbono é definido pela Plataforma Empresas pelo Clima (2016, p.6) como “[...] os custos estimados dos prováveis impactos das emissões de GEE da empresa sobre o bem-estar humano, para subsidiar avaliações sobre as consequências das ações da empresa para outros atores, que representam as externalidades da organização”. As eco-inovações, portanto, implicam no uso de novas tecnologias capazes de tornar os produtos mais ecoeficientes ao longo do seu ciclo de vida (desde a aquisição da matéria-prima até a disposição final dos resíduos ou a sua reintrodução no processo produtivo).

2.2 Ecoeficiência

Ecoeficiência, termo criado em 1992 pelo *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), é uma estratégia de gestão com o objetivo de minimizar o impacto ambiental na produção de bens e serviços (BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT PORTUGAL (BCSD), 2013). Para o WBCSD (2006, p.3),

[...] a ecoeficiência é alcançada pela entrega de bens e serviços a preços competitivos que satisfaçam as necessidades humanas e tragam qualidade de vida, enquanto progressivamente reduz os impactos ecológicos e a intensidade de consumo de recursos ao longo do ciclo de vida para um nível em linha com a capacidade estimada de suporte da Terra.

Para alcançar esses objetivos, o WBCSD (2001) identificou sete aspectos que podem contribuir para a ecoeficiência:

- a) redução do consumo de materiais para a produção de bens e serviços;
- b) redução na quantidade de energia utilizada para a produção de bens e serviços;
- c) redução da dispersão de substâncias tóxicas;
- d) aumento da reciclabilidade dos materiais;
- e) utilização de recursos renováveis;



- f) prolongamento do ciclo de vida (durabilidade) dos produtos;
- g) agregação de valores aos bens e serviços.

Ressalta-se, no entanto, que nem sempre é possível conciliar todos aspectos, inclusive, nem todos são aplicáveis concomitantemente a todos os produtos, processos e serviços. As tendências, que surfam a sexta onda, são a adoção da sustentabilidade, a química verde, a produtividade radical dos recursos, a ecologia industrial e a biomimética. Esse esforço tem sido observado na indústria dos plásticos com o surgimento de uma grande variedade de bioplásticos e plásticos biodegradáveis.

2.3 Bioplásticos e plásticos biodegradáveis

Tradicionalmente, o plástico é produzido a partir de derivados do petróleo, e caracteriza-se por ser um material inerte e não biodegradável, resultando assim em um grande problema ambiental quando descartado incorretamente, visto que pode levar mais de uma centena de anos para se degradar (MAGRINI et al, 2012). Por outro lado, é um material versátil, leve, resistente, reutilizável, reciclável e de baixo custo, o que o torna atraente para grande número de aplicações, desde a fabricação de embalagens até peças e partes de componentes da indústria aeroespacial.

Para tornar o plástico um produto ecoeficiente, há um esforço para desenvolver eco-inovações capazes de diminuir seu impacto ambiental ao longo do seu ciclo de vida através da substituição de matérias-primas e/ou da combinação de materiais, tornando-os degradáveis.

Os bioplásticos, também denominados plásticos verdes, são produzidos “[...] a partir de matérias-primas de fontes renováveis” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICA (ABNT), 2008, p.1), portanto podem ser produzidos a partir do milho, da cana de açúcar, entre outros. No Brasil, o plástico verde caracteriza-se pela substituição do eteno derivado do petróleo pelo obtido a partir do etanol, produzido a partir da cana de açúcar (BRITO et al, 2011). O plástico verde possui as mesmas propriedades físico-químicas do plástico derivado do petróleo, portanto não é biodegradável, porém é reciclável (MAGRINI et al, 2012). Vale destacar que o processo de reciclagem pode consumir até 43% menos energia que a produção de um plástico virgem (DODBIBA et al, 2008 apud MAGRINI et al, 2012, p. 96), o que constitui uma grande vantagem em termos de eficiência energética.

Já os plásticos biodegradáveis, que possuem como característica a degradação a partir da ação de micro-organismos naturais, tais como bactérias, fungos e algas (ASTM, 2004 apud BRITO et al, 2011, p.128), podem ser obtidos ou a partir de derivados do petróleo, ou de fontes naturais renováveis (milho, cana de açúcar,



etc), ou de derivados de fonte animal (quitina, quitosana ou proteínas) (MOHANTY et al, 2005 apud BRITO et al, 2011, p.128), ou, ainda, da combinação entre amido (derivado do milho, arroz ou mandioca) com derivados petroquímicos, denominados plásticos hidro-biodegradáveis (ECOSIGMA, 2011).

O processo de biodegradação pode ocorrer tanto na presença de oxigênio (aeróbico) ou na ausência (anaeróbico) (ABNT, 2008), o que implica em impactos ambientais diferentes. A biodegradação aeróbica, típica dos plásticos compostáveis, resulta em CO_2 , água (H_2O) e biomassa (adubo). Já a biodegradação anaeróbica, que ocorre nos plásticos hidro-biodegradáveis, através da ação da água, resulta em CO_2 , H_2O , biomassa (adubo) e em quantidades significativas de CH_4 (BASTIOLI, 2005, p.3-4), gás de efeito estufa 21 vezes pior que o CO_2 (BARBIERI, 2007).

Os plásticos oxi-biodegradáveis são derivados do petróleo (poliolefinas e materiais estirênicos), produzidos com a adição de um catalisador (pró-degradante) à base de metais pesados como Manganês (Mn), Cobre (Cu), Cobalto (Co), Níquel (Ni) e Césio (Ce), que acelera o processo de oxidação, degradando o plástico, (ECOSIGMA, 2011) e resultando tanto na emissão de CO_2 quanto de CH_4 (MAGRINI et al, 2012).

Há ainda outros tipos de plásticos produzidos a partir de fontes renováveis: os foto-biodegradáveis, que se biodegradam duas vezes mais rápido sob a ação da luz do que os plásticos biodegradáveis derivados do petróleo, e os amidos termoplásticos, que são produzidos a partir de polissacarídeos obtidos a partir do milho, arroz ou mandioca, e são compostáveis (ABNT, 2008). O fato é que, dependendo do foco da tecnologia adotado pelas diferentes eco-inovações, os bioplásticos e os plásticos biodegradáveis produzem diferentes impactos ao longo dos seus ciclos de vida, quer pela composição da matéria-prima (renovável ou não), quer pelo processo de destinação final (reciclável ou degradável), quer pela toxicidade dos seus componentes.

3. METODOLOGIA

Esse estudo de natureza exploratória foi delineado na forma de pesquisa bibliográfica. A partir da literatura disponível foram identificadas as características dos bioplásticos e dos plásticos biodegradáveis para avaliar o impacto dessas eco-inovações na ecoeficiência desses materiais, que são ignorados por boa parte dos indivíduos.

Para tanto foi construído um modelo de análise apresentado na figura 1, utilizando os sete aspectos indicados pela WBCSD (2001). O atendimento ou não dos critérios propostos estão indicados por: atendimento ao requisito (S) e não atendimento (N). Apenas para o critério utilização de recursos renováveis há a indicação da utilização de recursos de fontes mistas (M): renováveis e não renováveis.



Aspecto avaliado	Critério de avaliação
Redução do consumo de materiais para a produção de bens e serviços.	Reduz (S) e não reduz (N)
Redução na quantidade de energia utilizada para a produção de bens e serviços.	Reduz (S) e não reduz (N)
Redução da dispersão de substâncias tóxicas.	Reduz (S) e não reduz (N)
Aumento da reciclabilidade dos materiais.	Aumenta (S) e não aumenta (N)
Utilização de recursos renováveis.	Utiliza (S), não utiliza (N) e utiliza conjuntamente com derivados de petróleo (M)
Prolongamento do ciclo de vida (durabilidade) dos produtos.	Prolonga (S) e não prolonga (N)
Agregação de valores aos bens e serviços.	Agrega (S) e não agrega (N)

Figura 1_Modelo de análise
Fonte: Elaboração própria (2018)

Os dados foram organizados na forma de quadros para facilitar o atendimento ou não aos critérios de ecoeficiência estabelecidos pelo WBCSD (2001).

4. RESULTADOS

Inicialmente, nos diversos tipos de plásticos foram analisados o foco das eco-inovações, conforme pode ser observado na figura 2.

Tipo de plástico	Sigla	Foco da eco-inovação					
		SS	PRR	BM	QV	EI	ER
Bioplástico (plástico verde)	BP	•	•		•	•	
Biodegradável derivado do petróleo	BD		•		•		
Compostável	PC		•	•	•		
Hidro-biodegradável	HB		•		•		•
Oxi-biodegradável	OX		•		•		
Foto-biodegradável	FB		•	•	•		
Amido termoplástico	AT		•	•	•		

Figura 2_Eco-inovações dos plásticos
Fonte: Elaboração própria (2018)

Observa-se que as eco-inovações dos plásticos decorrem da aplicação das tecnologias disponíveis relacionadas à produtividade radical dos recursos (PRR), à química verde (QV), no que tange à substituição de materiais, e à biomimética (BM), no que diz respeito ao processo de biodegradação.

O plástico verde destaca-se pela sustentabilidade (SS), tanto pela redução de CO₂ na atmosfera, decorrente do plantio da cana de açúcar (processo de fotossíntese), quanto pela possibilidade de reutilização e reciclagem, que permitem o pro-

longamento do ciclo de vida do plástico, contribui para a redução do consumo de recursos e do impacto ambiental, satisfazendo, ainda, as necessidades humanas por ter as mesmas características do plástico tradicional.

Cada um dos tipos de plásticos identificados possui diferentes características e impactos ao longo dos seus ciclos de vida. Para analisar a ecoeficiência das eco-inovações dos bioplásticos e dos plásticos biodegradáveis utilizou-se o modelo de análise apresentado na figura 1, elaborado para os fins desse estudo. A análise comparativa da ecoeficiência das diferentes eco-inovações, introduzidas pela indústria dos plásticos, pode ser observada na figura 3.

Critério avaliado	BP	BD	PC	HB	OX	FB	AT
Redução do consumo de materiais para a produção de bens e serviços.	S	N	N	N	N	N	N
Redução na quantidade de energia utilizada para a produção de bens e serviços.	S	N	N	N	N	N	N
Redução da dispersão de substâncias tóxicas.	S	N	N	N	N	N	N
Aumento da reciclabilidade dos materiais.	S	N	N	N	N	N	N
Utilização de recursos renováveis.	S	N	S	M	N	S	S
Prolongamento do ciclo de vida (durabilidade) dos produtos.	S	N	N	N	N	N	N
Agregação de valores aos bens e serviços.	S	N	S	N	N	N	N

Figura 3_Análise comparativa
Fonte: Elaboração própria (2018)

Ao comparar as diferentes eco-inovações introduzidas pela indústria dos plásticos, observa-se que os bioplásticos (BP) atendem a todos os critérios de ecoeficiência, estabelecidos pelo WBCSD (2001). Os plásticos biodegradáveis (BD), os oxibiodegradáveis (OX) e os hidro-biodegradáveis (HB) utilizam matéria-prima derivada do petróleo e não atendem aos critérios de ecoeficiência, além do que, durante o processo de biodegradação, emitem GEE, sendo que os OX, ainda, promovem um impacto ambiental ainda maior pela dispersão de metais pesados como manganês, cobre, cobalto, níquel e cério, utilizados para acelerar a degradação do material pelo processo de oxidação. Todos esses aspectos são agravados pelo fato de não serem duráveis e não poderem ser reciclados.

Os plásticos foto-biodegradáveis e os amido-termoplásticos atendem apenas ao critério de utilização de matéria-prima renovável. Como os demais plásticos biodegradáveis, emitem GEE durante o processo de biodegradação, além do que têm um curto ciclo de vida e não podem ser reciclados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plástico, por suas características técnicas e excelente relação custo-benefício, deve permanecer por mais um tempo como principal componente de utensílios e embalagens. Assim, justifica-se os esforços empreendidos para torná-lo mais ecoeficiente, através de eco-inovações propostas pela sexta onda.

De acordo com os critérios da WBCSD (2001), os bioplásticos são mais ecoeficientes que os biodegradáveis devido ao uso de matéria-prima de fontes renováveis, à durabilidade, à reciclabilidade e por não dispersarem substâncias tóxicas. Além do que ocorre o sequestro de CO_2 do ambiente, através do processo de fotossíntese, realizado durante a produção da cana-de-açúcar. Ressalta-se, no entanto, que a reciclabilidade está relacionada à gestão de resíduos, principalmente, no que tange à coleta seletiva, que permite o retorno do resíduo ao processo produtivo a partir da ecologia industrial. Caso a destinação final seja o aterro sanitário, ou mesmo o descarte inadequado no ambiente, a ecoeficiência é completamente comprometida.

Os plásticos tipo biodegradáveis derivados do petróleo, os compostáveis, os foto-biodegradáveis e os amido termoplásticos emitem CO_2 , enquanto os hidro-biodegradáveis e os oxi-biodegradáveis, durante a biodegradação, além de CO_2 , emitem CH_4 , ambos gases de efeito estufa que contribuem para o aquecimento global. Os plásticos oxi-biodegradáveis, também, dispersam metais pesados, o que representa um fator redutor da ecoeficiência pela dispersão de substâncias tóxicas.

Os plásticos biodegradáveis, portanto, são menos ecoeficientes que os bioplásticos, no entanto, ambos utilizam matéria-prima também utilizada na produção de alimentos, podendo gerar conflitos sociais, comprometendo a sustentabilidade.

O fato é que há uma tendência ao “esverdeamento” de produtos, processos e serviços, e a ecoeficiência apresenta-se tanto como oportunidade quanto como um desafio. Os recursos tecnológicos, que surfam a sexta onda, têm contribuído muito através das eco-inovações propiciadas pela química verde e pela biomimética. Destaca-se, no entanto, que não basta buscar a produtividade radical dos recursos ou substituir recursos não renováveis por renováveis. É preciso avançar na mudança do paradigma da economia linear para a economia circular, reorientando o sistema econômico para a sustentabilidade, conforme proposto por Dias (2014).

Para esverdear, de fato, tanto os bioplásticos quanto os plásticos biodegradáveis, é necessário assegurar a destinação final ambientalmente adequada. Os bioplásticos não podem ter como destino final os aterros sanitários, nem tão pouco os corpos d’água, visto que podem ser reciclados. Desta forma é necessário que seja assegurado o seu retorno ao processo produtivo através da coleta seletiva.



Já os plásticos biodegradáveis precisam reduzir o custo social do carbono pelo aproveitamento do metano para geração de energia e pelo sequestro de carbono através da compostagem, reduzindo, assim, o impacto ambiental negativo ao longo do seu ciclo de vida. A biomassa gerada também precisa ser destinada à produção agrícola na forma de adubo, assegurando, também, a economia circular.

Dessa forma, a análise crítica das eco-inovações dos plásticos realizada através desse estudo desmitifica a sustentabilidade dos plásticos biodegradáveis. O fato é que, no caso dos plásticos, a biodegradabilidade, além de não ser uma característica ecoeficiente, não contribui para o alcance das metas estabelecidas no Acordo de Paris, nem tão pouco para o desenvolvimento, de fato, sustentável.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 15448-1**: embalagens plásticas degradáveis e/ou renováveis. Rio de Janeiro: ABNT, 2008. 2 p.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BASTIOLI, Catia. **Handbook of biodegradable polymers**. United Kingdom: Rapra Technology, 2005. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=r9pEs6NsGE4C&printsec=frontcover&hl=pt-PT#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 02 fev. 2017.

BRITO, G. F. et al. Biopolímeros, polímeros biodegradáveis e polímeros verdes. **Revista Eletrônica de Materiais e Processos**, Campina Grande, v. 6, n. 2, p.127-139, 2011. Disponível em: <www2.ufcg.edu.br/revista-remap/index.php/REMAP/article/download/222/204+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 02 fev. 2018.

BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT PORTUGAL. **Manual do formando**: ecoeficiência na vida das empresas. Lisboa: BCSD, 2013. Disponível em: <<http://www.bcsdportugal.org/wp-content/uploads/2013/10/BEE-Manual-do-Formando.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2017.

DIAS, Genebaldo Freire. **Pegada ecológica e sustentabilidade humana**. São Paulo: Gaia, 2002.

DIAS, Reinaldo. **Eco-inovação**: caminho para o crescimento sustentável. São Paulo: Atlas, 2014.

ECO-INNOVATION OBSERVATORY. **Europe in transition**: Paving the way to a green economy through eco-innovation. União Europeia: Eco-innovation Observatory, 2013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Michal_Miedzinski/publication/301521406_Europe_in_transition_Paving_the_way_to_a_green_economy_through_eco-innovation/links/571757dc08aefb153f9ea14d/Europe-in-transition-Paving-the-way-to-a-green-economy-through-eco-innovation.pdf>. Acesso em: 07 out. 2017.

ECOSIGMA (Campinas). **Relatório do projeto especial sobre sustentabilidade de três tipos de embalagens distribuídas no varejo**. Campinas: ADVB, 2011. Disponível em: <<http://www.ppfilme.com.br/pdf/Relatorio-Projeto-Especial-Sustentabilidade-Embalagens.pdf>>. Acesso em: 07 fev. 2017.

FINEP (Brasil). **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Rio de Janeiro: Finep, 2005. Disponível em: <<http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manu-aloslo.pdf>>. Acesso em: 05 jul. 2017.

MACHADO FILHO, Haroldo (Org.). **Guia sobre "mecanismos voluntários de compensação individual de emissões de gases de efeito estufa"**. Rio de Janeiro: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, 2017. Disponível em: <<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/ods/guia-sobre--mecanismos-voluntarios-de-compensacao-individual-de-.html>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

MAGRINI, Alessandra et al. **Impactos ambientais causados pelos plásticos**: uma discussão abrangente



te sobre os mitos e os dados científicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=oGhqHBWO2-cC&pg=PA117&dq=Impactos+ambientais+dos+bioplásticos&hl=pt-PT&sa=X&ved=0ahUKEwjJjtSr2aXZAhXJUZAkHcfPBvQQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Impactos+ambientais+dos+bioplásticos&f=false>>. Acesso em: 01 fev. 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Acordo de Paris**, de 12 de dezembro de 2015. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/images/arquivos/clima/convencao/indc/Acordo_Paris.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

OCDE. ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO ECONÔMICA E DESENVOLVIMENTO. Framing eco-innovation: the concept and the evolution of sustainable manufacturing. in: _____. **Ecoinnovation in industry**: enabling green growth. Paris: OCDE, 2009. cap 1. p. 21-57.

PLATAFORMA EMPRESAS PELO CLIMA. **Diretrizes empresariais para precificação interna de carbono**. São Paulo: FGV/EAESP, 2016. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/18618>>. Acesso em: 03 set. 2107.

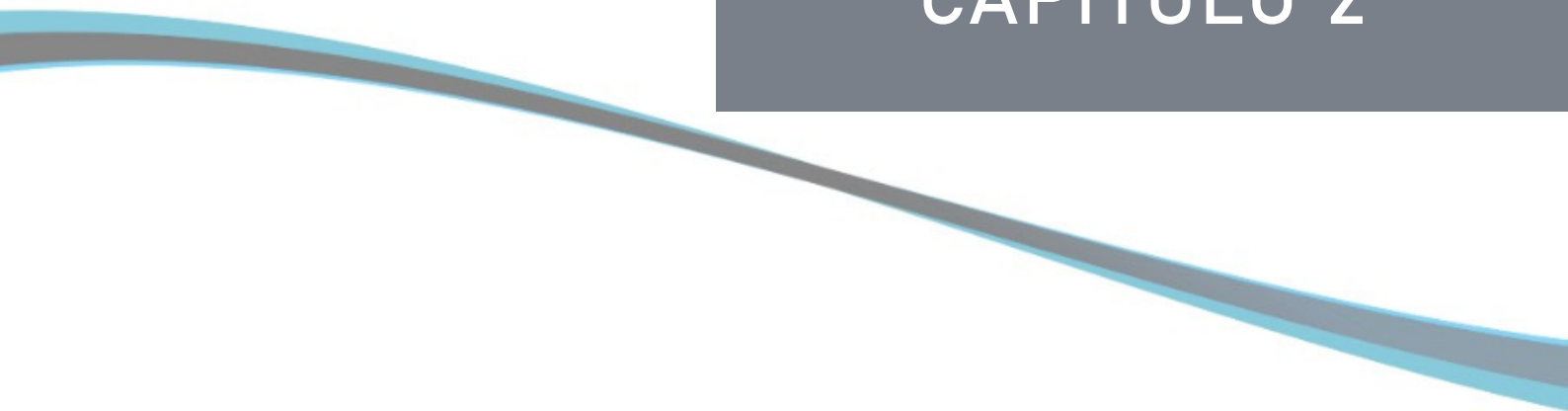
PRADO, Alexandre G. S.. Química verde, os desafios da química do novo milênio. **Química Nova**, São Paulo, v. 26, n. 5, p.738-744, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/qn/v26n5/17210.pdf>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

SMERALDI, Roberto. **O novo modelo de negócios sustentáveis**. São Paulo: Publifolha, 2009.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (Suíça). **A eco-eficiência**: criar mais valor com menos impacto. Lisboa: WBCSD, 2001. Disponível em: <<http://www.bcsdportugal.org/wp-content/uploads/2013/11/publ-2004-Eco-eficiencia.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2017.

_____. **Eco-efficiency**: learning module. Genebra: WBCSD, 2006. Disponível em: <<http://www.wbcds.org/Projects/Education/Resources/Eco-efficiency-Learning-Module>>. Acesso em: 13 set. 2017.





CAPÍTULO 2

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA: UM ESTUDO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE UMA LOCADORA DE VIDEOGAMES

ECONOMIC FEASIBILITY ANALYSIS: A STUDY FOR IMPLEMENTATION
OF A VIDEOGAME HOLDER

Samuel Carlos Lopes dos Santos

Vinicius Vieira de Carvalho

Washington José Pereira dos Santos

Luanna Mariane Pereira Ramos Gil

Resumo

As micro e pequenas empresas se destacam no crescimento econômico do país, tornando o mercado cada vez mais competitivo e ofertando mais oportunidades, sem abrir mão da eficiência da gestão de custos e análise de mercados praticadas por estas. Portanto, este trabalho procura analisar a viabilidade de implementação de uma locadora de vídeo games na cidade de Angical do Piauí, verificando o ambiente externo do negócio e estimar as possíveis receitas, custos necessários e retorno do lucro do empreendimento. Para isso, foi necessário adotar uma pesquisa com abordagem quantitativa, onde foram aplicados 33 questionários, composto por 7 perguntas, com os alunos de uma instituição de ensino federal, respondidas no laboratório de informática da própria instituição, pertencentes a faixa etária entre 15 a 44 anos de idade, no intuito de obter resultados relativos às preferências, formação de preços e custo necessários para implementação deste empreendimento na cidade, além de aplicar fórmulas da própria contabilidade gerencial para identificar o ponto de equilíbrio, rentabilidade do negócio e lucratividade. Para embasamento do presente trabalho, foram utilizados conceitos da contabilidade gerencial aplicada a micro e pequenas empresas, tomadas de decisões e formação de preços. Os resultados mostraram que os respondentes gostam de vídeo games e estariam dispostos a frequentá-la. Além disso, constatou-se que os lucros obtidos durante o mês poderiam cobrir os custos em um pequeno intervalo de tempo, sendo viável a implementação desta na cidade de Angical.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Viabilidade, Contabilidade

Abstract

Micro and small companies stand out in the country's economic growth, making the market increasingly competitive and offering more opportunities, without giving up the efficiency of cost management and market analysis practiced by them. Therefore, this work seeks to analyze the feasibility of implementing a video game rental company in the city of Angical do Piauí, verifying the external environment of the business and estimating the possible revenues, necessary costs and return on the profit of the enterprise. For this, it was necessary to adopt a research with a quantitative approach, where 33 questionnaires were applied, composed of 7 questions, with students from a federal educational institution, answered in the computer lab of the institution, belonging to the age group between 15 to 44 years of age, in order to obtain results related to preferences, price formation and costs necessary for the implementation of this enterprise in the city, in addition to applying formulas from management accounting itself to identify the point of balance, business profitability and profitability. To support this study, concepts of management accounting applied to micro and small companies, decision making and price formation were used. The results showed that respondents like video games and would be willing to attend it. In addition, it was found that the profits obtained during the month could cover costs in a short period of time, making it possible to implement this in the city of Angical.

Key-words: Entrepreneurship; Viability; Accounting



1. INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo, com grandes acontecimentos que marcaram o crescimento e desenvolvimento da economia no mundo o interesse em se estudar as micro e pequenas empresas (MPE's) se tornou crucial para manter esse fator em constante aumento. Diante disso, a necessidade de informatização para os pequenos proprietários, fez com que essas micro e pequenas empresas se reestruturassem no mercado, tornando um dos pilares da economia de um país. Pode-se citar o ramo de games, um setor que cresce a cada período, trazendo confiança naqueles que desejam em empreender no ramo.

Popularizou-se, em meados da década de 90 e na primeira década dos anos 2000, as locadoras de videogames. Segundo Menezes (2015), no local podiam ser alugados os lançamentos que não poderiam ser comprados por todos e, por ser um lugar dos mais apaixonados por jogos, ficavam sempre lotadas. Assim, as locadoras de videogames passaram a ser um lugar de diversão e fortalecimento de vínculos de amizade. O negócio consistia basicamente em conceder a outrem, por certo tempo e preço, o direito de usar certo console (videogame), televisão e jogo. Dessa forma, era possível ter acesso e passar horas jogando os jogos lançados e de maior sucesso.

Por ser um modelo de negócio simples e rentável, as locadoras de videogames se espalharam por todo o país de tal forma que se tornaram parte da paisagem das cidades. Assim, a exploração de jogos em consoles seguia dando lucros.

Entretanto, o mercado de jogos em console se atualizou: os jogos em cartucho passaram a ser em *CD*, que são mais fáceis de serem pirateados; novos consoles foram lançados, barateando o preço dos consoles anteriores; os novos consoles eram mais caros que os anteriores. Assim, as locadoras passaram a demandar mais investimentos para adquirir consoles mais atualizados e visão de mercado para se adaptar ao novo cenário. Além disso, houve uma melhora no poder de compra da população brasileira, fato que, somado à pirataria dos jogos, aos preços mais acessíveis dos videogames menos modernos e ao desbloqueio de consoles, fez com que grande parte das locadoras de videogames viessem a falir. Para Menezes (2015), com a entrada do *CD* como mídia digital e facilmente pirateada, a maioria dos donos de locadoras de vídeo games fecharam as portas. Nas locadoras que ainda existem, os donos tiveram que se adaptar para conseguir sobreviver.

Todavia, atualmente, os avanços na tecnologia e as restrições de jogabilidade têm tornado cada vez mais difícil o desbloqueio de consoles e, conseqüentemente, o pirateio dos jogos. Segundo Olhar Digital (2016), piratear um jogo para PC ou Console se tornará impossível. De acordo com Tecmundo (2017), a grande quantidade de restrições existentes deve fazer com que o desbloqueio de consoles não se torne uma opção muito popular. Ademais, os preços dos novos consoles e jogos



são muito caros para a maior parte da população brasileira que é atraída por esse mercado. Dessa forma, a situação mudou mais uma vez.

Contudo, apesar dessa mudança, é preciso estudo e preparo antes de abrir ou reabrir qualquer tipo de negócio, seja ele uma Micro ou pequena empresa. Percebe-se, a partir disso, que a análise de viabilidade econômico-financeira é capaz de impedir que seja investido dinheiro em uma Micro ou Pequena Empresa que não é capaz de render lucros. Uma ferramenta que atende a essas necessidades é a análise de viabilidade econômica, importante processo que vai determinar o sucesso ou não de um empreendimento.

O estudo de viabilidade econômica proporciona a análise das potencialidades do empreendimento e do mercado em que quer inserir-se. Segundo Lindemeyer (2008), a análise econômica de um negócio se dá ao fazer estimativas de todo o gasto incluso no investimento inicial, operação e manutenção e receitas geradas em um determinado período. Dessa forma, tendo conhecimento de todas as informações referentes ao negócio, o empreendedor poderá decidir se vale a pena ou não correr os riscos de investir no empreendimento. De acordo com Nóbrega (2007), a avaliação de riscos é importante na determinação de retornos de projeto de investimento. Percebe-se, a partir disso, que a análise de viabilidade econômico-financeira é capaz de impedir que seja investido dinheiro em um negócio que não é capaz de render lucros.

Assim, diante do exposto, o presente trabalho visa analisar a viabilidade econômica e financeira da abertura de uma locadora de videogames na cidade de Angical do Piauí. Com a implantação dessa locadora, pretende-se criar um lugar de socialização que atenda ao público que goste de jogos para console. A X-Force pretende atender ao público que não tem condições para comprar um Console, mas que pagaria para usar, por certo tempo, esse equipamento.

Por conseguinte, esta pesquisa é norteadada pelo seguinte questionamento: a abertura de uma locadora de videogames na cidade de Angical do Piauí é economicamente e financeiramente viável? A partir disso, a pesquisa tem por objetivo geral analisar a viabilidade econômico-financeira da implantação da locadora de videogames na referida cidade. Com a finalidade de auxiliar a obtenção do objetivo geral, estabeleceu-se como objetivos específicos: verificar o ambiente externo do segmento e estimar as receitas, custos e lucros do empreendimento.



2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir serão apresentados conceitos necessários para a compreensão deste estudo.

2.1. Empresa

Segundo Fabretti (2003), define empresa como “unidade econômica organizada, que combinando capital e trabalho, produz ou faz circular bens ou presta serviços com finalidade de lucro”.

A empresa consegue personalidade jurídica própria a partir do momento que é inscrita nos órgãos de registro público o que leva a empresa assumir seus direitos e obrigações legais. Além da inscrição, a empresa deve ter uma sede, ou seja, um local onde deverá exercer seus direitos e obrigações (FABRETTI, 2003).

Nesse contexto a empresa tem que nascer de maneira organizada, fazendo com suas metas pré-estabelecidas sejam alcançadas, isto depende de toda combinação de seu processo de surgimento.

O conceito as pequenas e médias empresas levam consideração algumas variáveis que são tradicionalmente utilizadas, tais como mão de obra empregada, capital registrado, faturamento, quantidade produzida, etc. Mesmo levando em consideração esses parâmetros, existem muitas variações mesmo dentro de um mesmo país (CHÉR, 1991).

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, apresenta classificações para micro e pequenas empresas, com base no número de empregados e com base no faturamento.

Porte/Setor	Indústria	Comércio e Serviços
Microempresas	Até 19	Até 9 empregados
Empresas de Pequeno Porte	De 20 a 99	De 10 a 49
Médias	De 100 a 499	De 50 a 99
Grandes	500 ou mais	100 ou mais

Quadro 1 - Classificação das MPE's segundo o número de empregados

Fonte: Sebrae (2017)



2.2. Contabilidade gerencial nas micro e pequena empresas

As micro e pequenas empresas muitas vezes são desprovidas de apoio contábil em sua administração, já que os contadores, em sua maioria apenas cumprem as obrigações fiscais e assessórias que a legislação impõe, mas pouco ou nada fazem para auxiliar a administração dessas empresas com informações úteis ao seu planejamento.

Uma grande parcela das micro e pequenas empresas não possuem suporte contábil em sua administração, visto que a maioria dos contadores somente cumprem as obrigações fiscais impostas pela lei (HENRIQUE, 2008).

Para Oliveira (2005, p.36) a “contabilidade gerencial fornece as informações claras, preciosas e objetivas para a tomada de decisão”. Desse modo a contabilidade gerencial surge como ferramenta de suporte indispensável para o apoio do micro e pequeno empresário.

2.3. Contabilidade gerencial voltada para tomada de decisões

Pereira et al. (2010, p. 138) conceitua decisão como “o processo de análise e escolha, entre várias alternativas disponíveis, do curso de ação que a pessoa ou a organização deverá seguir”. Antigamente, bastava-se ter um custo menor para se obter sucesso nas vendas, porém, hoje em dia além de se ter um preço acessível, os produtos e serviços precisam de outros requisitos para se manterem no mercado e para conquistarem a confiança dos clientes, que estão cada vez mais exigentes, esse cenário faz com que a tomada de decisão se torne um processo mais árduo (JÚNIOR, 2011).

A Contabilidade Gerencial utiliza dados financeiros e operacionais para gerar relatórios aos administradores (Souza, 2013) e, segundo Atkinson, et al. (2011), esta é uma das principais fontes para a tomada de decisões e controle nas organizações.

As demonstrações contábeis permitem ao administrador ter mais sucesso no processo de tomada de decisões, já que as mesmas serão baseadas em informações coerente e seguras e também possibilitará um acompanhamento real da dinâmica do negócio, tornando possível traçar novas metas e diretrizes em tempo hábil e seguro (SOUZA, 2013).



2.4. Formação de preço de venda

O preço de venda do produto é peça fundamental para o sucesso de uma empresa uma vez que é dele que decorre a lucratividade e, conseqüentemente, o retorno do investimento (PADOVEZE, 2012). No entanto, o preço de um produto varia de acordo com a oferta e a demanda por aquele produto. Portanto, o preço de venda de um produto é muito mais influenciado pelo mercado do que pelos custos (ECKERT; MECCA; BAISIO, 2011).

Entretanto, é fundamental que não se atribua apenas o preço de mercado de um produto, uma vez que este preço pode ser menor que os custos tidos com o produto. Para isso, é indispensável que a empresa use técnicas de custeio alvo (ECKERT; MECCA; BAISIO, 2011). Com isso, temos diversas formas de encontrar o preço ideal para um produto de forma a cobrir os todos os custos e ter lucro. No caso da empresa tradicional o mais comum é calcular o preço de venda a partir dos custos acrescidos de uma margem de lucro (VIEIRA, 2013). Ainda segundo Vieira (2013), no caso das empresas mais modernas, é comum que o cálculo se baseie em um preço de venda fixado pelo mercado e subtrair dele os custos, resultando em um lucro variável.

Entretanto, segundo Eckert, Mecca e Baisio (2011), ainda se encontram informações de empresas que utilizam nenhum critério técnico, apenas usando o *feeling* ou simplesmente atribuindo um valor aleatório. Os autores também alertam que essa forma de definir preços é amas simples, porém a mais desaconselhável por frequentemente levar empresas ao fracasso.

3. METODOLOGIA

Para a realização da pesquisa foi empregado uma análise de mercado, constituindo a mercado-alvo e o meio onde se implementaria locadora de games. Para isso, foi realizado um estudo com abordagem quantitativa para medir o grau de interesse das pessoas no que se refere a ter uma locadora de vídeo games na cidade, formação de preços e análise de custos. Além disso, esta pesquisa é do tipo estudo de campo, pelo fato de haver uma coleta e análise de dados baseado em uma fundamentação teórica rígida e propícia a um estudo que busca a interpretação e implementação da ideia.

Para a coleta dos dados foram utilizados questionários compostos por perguntas abertas e fechadas distribuídas para 33 respondentes discentes do IFPI, que foram respondidas no laboratório de informática da própria instituição. Estes são os alunos do Instituto Federal do Piauí, localizada na cidade de Angical, que tem idade de 15 a 44 anos, e que pertencem às classes sociais C, D e E.

Em sequência, estes dados transitaram num processo de análise e tabulação



por meio de estatística descritiva, onde foi mensurado os principais fatores que possam interferir no empreendimento, representados em gráficos de Pizza e Coluna.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O empreendimento terá como ênfase o entretenimento e a disponibilidade de garantir o bem-estar, interação e diversão dos frequentadores. A locadora conta com 5 vídeo games: 2 (dois) Playstation 4, 3 (três) Playstation 3 e 5 televisões de 28 polegadas, ambiente climatizado e bem localizado, a fim de atingir o nosso público alvo.

O interesse em executar este empreendimento se deu pelo fato de a cidade não contar com nenhum empreendimento do tipo, atualmente, e por manter uma grande quantidade de jovens em um mesmo local, com isso teve-se a ideia de estudar a viabilidade desse ramo na cidade e conhecer melhor o nosso mercado. Por isso, foi aplicado um questionário eletrônico com uma amostra de 33 respondentes, no laboratório de informática da instituição de ensino. O questionário contém 7 perguntas, classificadas em objetivas e subjetivas. Após a coleta das informações necessárias, estes foram transformados em dados percentuais inseridas em gráficos. A seguir, serão apresentados os resultados:



Gráfico 1: Sexo dos respondentes
Fonte: própria (2019)

De acordo com o número de respondentes entre meninos e meninas, obtivemos uma maior prevalência do sexo masculino, correspondendo a 64% e 36% do sexo feminino.



Gráfico 2: Gosto por Videogames
Fonte: própria (2019)

Dentre os respondentes, obtivemos um resultado de que 91% dos alunos gostam de vídeo game, e 9% não gostam.



Gráfico 3: Frequência em Locadoras de Videogames
Fonte: própria (2019)

Em relação a se já frequentaram uma locadora antes, 64% responderam que sim, 36% responderam que não. Como no gráfico anterior a maioria gosta de vídeo game, esse gráfico pode mudar ao colocar o empreendimento em funcionamento.

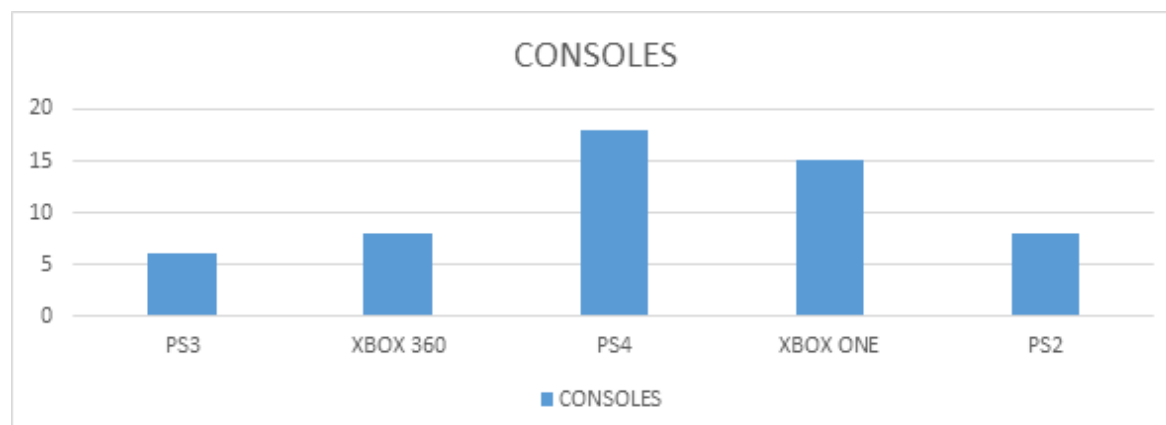


Gráfico 4: Preferência entre consoles
Fonte: própria (2019)

Neste gráfico apresenta os resultados provenientes as preferências dos respondentes em relação os consoles. A maioria respondeu gostar do Playstation 4 (PS4) e, logo em seguida, o XBOX One, ambos lançados recentemente, por isso tem uma aceitação maior perante os demais. Apesar de ser um dos menos votados na pesquisa, vale ressaltar que aderimos consoles como o Playstation 3 (PS3), para atender jogadores menos exigentes e facilitar o acesso aos clientes que tem uma menor condição financeira.

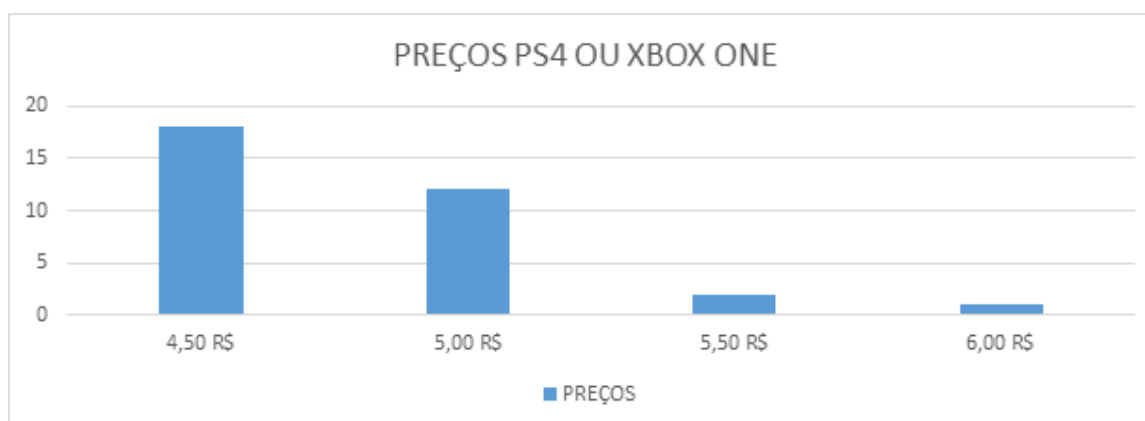


Gráfico 5: Preços PS4 ou XBOX ONE
Fonte: própria (2019)

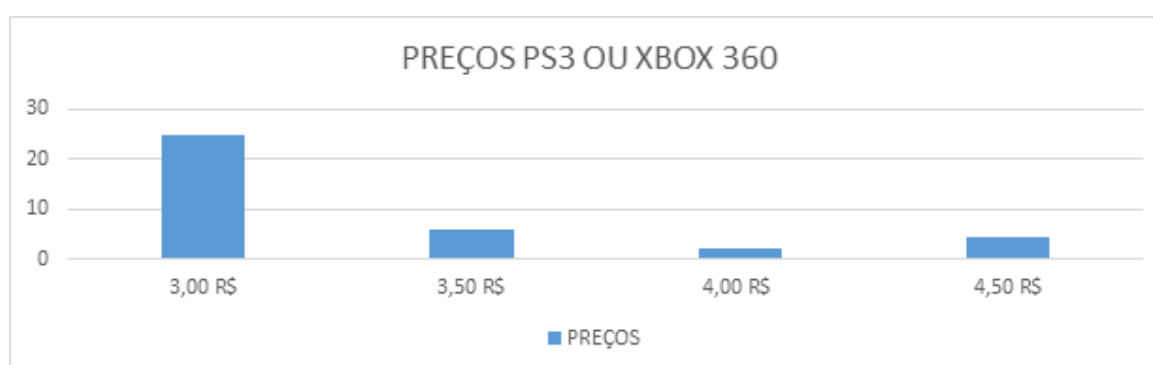


Gráfico 6: Preços PS3 ou XBOX 360
Fonte: própria (2019)

As tabelas acima são os preços escolhidos pelos respondentes para cada vídeo game. Para o PS4 ou XBOX One, a faixa de preço melhor escolhida foi 4,5 reais por hora; já no PS3 e XBOX 360, o melhor preço escolhido por hora foi 3 reais.

4.1 Investimento com imobilizados

Os produtos listados abaixo tiveram seus preços baseados por meio de sites de compras na internet e lojas físicas na região, sempre buscando o menor preço. São produtos de interferem direto e indiretamente e necessários para o funcionamento eficiente da locadora.

Produto	Preço Unitário	Quantidade	Frete	Loja	Marca	Condição
Playstation 4 500 Gb + 01 Controle S/ Fio	R\$ 1,499.00	02	82.90	Mercado livre	Sony	Usado

Playstation 3 160 Gb + 01 Controle S/fio + 02 jogos aleatórios	R\$ 599.00	03	170.90	Mercado livre	Sony	Usado
Controle Ps4 S/ fio	R\$ 192.99	03	95.90	Mercado livre	Sony	Novo
Controle Ps3 S/Fio	R\$ 68.00	05	74.90	Mercado livre	Sony	Novo
TV LED 28" Philco PH28N91D HD com Con- versor Digi- tal 1 USB 1 HDMI - Preta	R\$ 470.17	05	35.00	Laser Eletrônico	Philco	Novo
Estabiliza- dor Stepless 3000f Ent 220v Sai 220v Com Rodinhas	R\$ 490.00	01	127.90	Mercado Livre	Cp Electronica	Usado
Roteador 300mbps	R\$ 58.33	01	64.90	Mercado livre	Maxlink	Novo
Cordão Fi- bra Optica 30,0mts Lc-pc Multi- modo Duplex Gbic Sfp	R\$ 43.10	01	64.90	Mercado livre	TYCO	Usado
Vassoura Sin- tética com Cabo	R\$ 6.69	01	00	Supermercado Es- trela	Brilhus Bettanin	Novo
Rodo com cabo plástico	R\$ 7.00	01	00	Mundão do 10	Berplas	Novo
Pá de plástico com cabo	R\$ 5.59	01	00	Supermercado Es- trela	-	Novo
Lixeira Telada Aluminio	R\$ 17.00	01	00	Shopping das Va- riedades	-	Novo
Flanela 28X38 Cm P Laranja	R\$ 2.00	01	00	Shopping das Va- riedades	Sacaria	Novo



Balde Plástico Capacidade P/ 15 Litros C/ Alça De Ferro	R\$ 6.50	01	00	Shopping das Va- riedades	Arqplast	Novo
Extensão PL 2x0,75mm 3 Metros Preta	R\$ 13.00	05	00	Shopping das Va- riedades	Ilumi	Novo
Cadeira de plástico bran- ca	R\$ 26.00	10	00	Shopping das Va- riedades	Bela vista	Novo
Banquinho de madeira	R\$ 30	04	00	Shopping das Va- riedades	-	Novo
Mesa para secretária com gaveta c/ chave Ale- manha Bran- ca	R\$ 243.00	01	00	Domingão Móveis	RV Móveis	Novo
Suporte De Parede Fixo Universal Para Tvs E Monitores Lcd Led Plasma 10 a 80 pole- gadas	46.89	05	00	Paraíba	-	Novo
Lâmpada led 15 W	R\$ 13.00	02	00	Supermercado Es- trela	Elgin	Novo
Ar Condicio- nado Split Consul 9000 Btus Frio 220v	R\$ 777.67	01	35	Laser eletrônicos	Consul	Novo
Banco de ma- deira 2 me- tros	R\$ 80.00	02	00	Madeiraira o Globo	-	Novo
Mesa de cen- tro pequena	R\$ 40.00	05	00	Madeiraira o Globo	-	Novo

Quadro 2: Investimento em imobilizados
Fonte: própria (2019)

Jogos	Preço Unitário	Quantidade	Plataforma	Gênero
Injustice: Gods Among Us Ultimate Edition	R\$ 14.45	03	Playstation 3	Luta
Minecraft	R\$ 14.90	03	Playstation 3	Sandbox
Naruto Shippuden Ultimate Ninja Storm Revolution	R\$ 12.50	03	Playstation 3	Luta
God of War III	R\$ 20.00	03	Playstation 3	Ação/Aventura
The Last of Us	R\$ 9.99	03	Playstation 3	Survivor Horror
Call of Duty Black Ops 2	R\$ 20.99	03	Playstation 3	Tiro
GTA V	R\$ 23.40	03	Playstation 3	Ação/aventura
Pro Evolution Soccer 2018	R\$ 15.40	03	Playstation 3	Esportivo
Batman: Arkham City	R\$ 11.25	03	Playstation 3	<u>Ação/Aventura</u>
MotorStorm: Apocalypse	R\$ 11.00	03	Playstation 3	Corrida
FIFA 18	R\$ 11.74	03	Playstation 3	Futebol
Mortal Kombat Komplete Edition	R\$ 21.75	03	Playstation 3	Luta
Need for Speed: Rivals	R\$ 11.70	03	Playstation 3	Corrida
Resident Evil Revelations 2	R\$ 10.99	03	Playstation 3	Survivor Horror
Assassin's Creed Rogue	R\$ 15.80	03	Playstation 3	Ação/aventura
Counter-Strike: Global Offensive	R\$ 8.37	03	Playstation 3	Tiro
Lego Marvel's Avengers	R\$ 14.99	03	Playstation 3	Ação/aventura
Red Dead Redemption	R\$ 17.79	03	Playstation 3	Ação/aventura
Dark Souls 2	R\$ 8.84	03	Playstation 3	Survivor Horror
God of War	R\$ 49.99	02	Playstation 4	Ação/aventura
Call of Duty Black Ops 4	R\$ 122.30	02	Playstation 4	Tiro
Pro Evolution Soccer 2019	R\$ 119.90	02	Playstation 4	Esportivo
Shadow of the Tomb Raider	R\$ 89.90	02	Playstation 4	Ação/aventura
Red Dead Redemption II	R\$ 123.60	02	Playstation 4	Ação/aventura
Marvel Spider Man	R\$ 100.00	02	Playstation 4	Ação/aventura
Fifa 2019	R\$ 83.00	02	Playstation 4	Esportivo
Fortnite	R\$ 167.99	02	Playstation 4	Tiro



The Crew 2	R\$ 79.99	02	Playstation 4	Corrida
Overwatch	R\$ 65.98	02	Playstation 4	Tiro

Quadro 3: Jogos a serem disponibilizados
Fonte: própria (2019)

Gastos com investimento	
Jogos	R\$ 2,952.75
Imobilizado	R\$ 10,775.12
Frete	R\$ 687.40
Total	R\$ 14,415.27

Tabela 1: Total dos Gastos
Fonte: própria (2019)

4.2 Custos mensais

Custos Mensais	
Água	R\$ 40.00
Energia	R\$ 2.349,86
Internet	R\$ 135.00
Aluguel	R\$ 600.00
Produtos de limpeza (álcool em Gel, 4 De-sinfetante 2L)	R\$ 12.79 (R\$ 6.50, R\$ 23.16)
Simples Nacional	6%= 432
Total	R\$ 3.569,65

Tabela 2: Custos Mensais
Fonte: própria (2019)

O negócio terá funcionamento das 7 horas às 22:00 horas, totalizando 15 horas de funcionamento, durante toda a semana, inclusive nos feriados. Tendo em vista os consoles funcionando e ocupados durante esse tempo, gerará uma receita de 7200 reais por mês de acordo com o preço aceito na pesquisa. Os custos mensais para manter o empreendimento correspondem a 3569,65 reais mensais. Com isso, se resulta num lucro de 3630,35 reais e garante um retorno do investimento em 4 meses.

4.3 Ponto de Equilíbrio

Índice da Margem de Contribuição = $(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) / \text{Receita Total} = (7200 - 12,79 + 2.349,86 + 40) / 7200 = 0,66$

Ponto de Equilíbrio = $\text{Custo Fixo Total} / \text{Índice da Margem de Contribuição} = 135 + 600 + 432 / 0,66 = 1.768,12$ reais.



A partir dos dados anteriores, pode se obter um ponto de equilíbrio correspondente a 1768,12 reais mensais, ou seja, seria a quantidade que deveríamos vender mensalmente para se manter em uma situação onde não teríamos prejuízo ou lucro.

4.4 Rentabilidade do negócio

$\text{Lucro Líquido/Investimento Total} = 3.630,35/14.415,27 = 0,25 \times 100 = 25\%$ ao mês.

A rentabilidade mostra o retorno encima dos investimentos a longo prazo. No cálculo acima, obtivemos um resultado de 25% de rentabilidade ao mês.

4.5 Lucratividade

A lucratividade é um indicador contábil, gerado em porcentagem, que mostra o quanto a empresa consegue gerar encima do seu exercício. Em resumo, é a relação existente entre o valor de vendas e o lucro líquido (SEBRAE, 2018).

$$\text{Lucro Líquido/Receita} = 3.630,35/7200 = 0,504 \times 100 = 50\%$$

A partir do cálculo, o empreendimento pode gerar 50% de lucro sobre a receita obtida durante o mês, levando em consideração um cenário otimista em que a locadora estivesse sempre ocupada.

5. CONCLUSÕES

A pesquisa verificou a viabilidade ou não da abertura de uma locadora de videogames na cidade de Angical do Piauí. O negócio consistiria em um local agradável onde é possível que os clientes joguem videogames por determinado preço e tempo. Diante disso, foi realizada uma análise de viabilidade com vista na determinação da exequibilidade ou não da implantação do empreendimento. O estudo de viabilidade consistiu na análise do ambiente externo e determinação dos custos, indicadores de rentabilidade e lucratividade.

O trabalho teve como objetivo geral analisar a viabilidade econômico-financeira da implantação de uma locadora de videogames na cidade de Angical do Piauí e como objetivos específicos: verificar o ambiente externo do segmento e estimar as receitas, custos e lucros do empreendimento. A partir das respostas dos questioná-



rios, foi possível analisar o ambiente externo e descobrir, dentre outras coisas, os consoles que os possíveis clientes gostariam de jogar e qual faixa de preço de preço por hora eles estariam dispostos a pagar. Quanto aos preços, os respondentes deram preferência ao menor valor, apesar disso, de acordo com os cálculos feitos, o negócio ainda conseguiria obter um bom retorno financeiro.

A partir do levantamento dos custos atrelados à abertura do negócio e de dados dos questionários, conseguiu-se determinar as receitas, os custos totais e o lucro auferido. Além disso, constata-se que quase todos os respondentes gostam de videogames. Assim, é possível afirmar que a locadora daria lucros e poder-se-ia pagar todos os custos despendidos do empreendimento em um prazo curto de tempo.

No entanto, é preciso observar que o número conseguido de respondentes ao questionário foi baixo em relação ao universo da amostra, assim, esse fato pode ter prejudicado a pesquisa. Dessa forma, sugere-se que em pesquisas posteriores se obtenha um maior número de respondentes.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, Anthony A., BANKER, Rajiv D., KAPLAN, Robert S., YOUNG, S. Mark, **Contabilidade Gerencial**, 3 ed. – São Paulo: Atlas, 2011.

CHÉR, R. **A gerencia das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las**, 2ed. rev. e ampl. São Paulo: Maltese, 1991.

ECKERT, A.; MECCA, MS.; BIASIO, R. **Uso de técnicas de gestão de custos e de preço para tornar as empresas competitivas e lucrativas sem entrar na guerra de preços baixos**. Revista Contabilidade e Informação. Ijuí, RS, ano 14, n. 35, p. 12-24, jul/dez, 2011.

FABRETTI, Láudio Camargo. **Prática tributária da micro, pequena e média empresa**, São Paulo: Atlas, 2003.

HENRIQUE, Marco Antônio. **A importância da contabilidade gerencial para micro e pequena empresa**. Monografia. Universidade de Taubaté. SP- 2008.

JUNIOR, K; M. A. **Sobre a produção de significados e a tomada de decisão de indivíduos-consumidores**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Educação Matemática, Instituto de Geociências De Ciências Exatas, Campus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2011.

LINDEMEYER, Ricardo Matsukura. **Análise da viabilidade econômico-financeira do uso do biogás como fonte de energia elétrica**. 2008. Trabalho de Conclusão de Estágio (Bacharelado em Administração), UFSC, Florianópolis, 2008.

MENEZES, Márcio José dos Santos. **Plano de negócio para a abertura de uma locadora de vídeo games**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – UFRGS, Porto Alegre, 2015.

NÓBREGA, Newton Carlos Medeiros. **Um estudo teórico da avaliação de riscos em projetos de investimento em organizações**. 2007. 53 p. Monografia (Graduação em Engenharia de Produção). UFJF, Juiz de Fora, 2007.

OLHAR DIGITAL. **Hacker diz que piratear games se tornará impossível em dois anos**. 2016. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/games-e-consoles/noticia/hacker-diz-que-piratear-games-se-tornara-impossivel-em-dois-anos/54172>>. Acesso em 16/02/19.



OLIVEIRA, M. M. **Contabilidade gerencial: a aplicação na gestão de microempresas e empresas de pequeno porte**. 2005. 71f. Monografia. Universidade de Taubaté. 2005.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Curso Básico Gerencial de Custos**. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

PEREIRA et al. **Reações de Afeto no Processo Decisório Gerencial das Organizações: Uma Abordagem a Partir da Prospective Theory**. Revista Contabilidade Vista & Revista, Belo Horizonte, v. 21, n. 1, 2010.

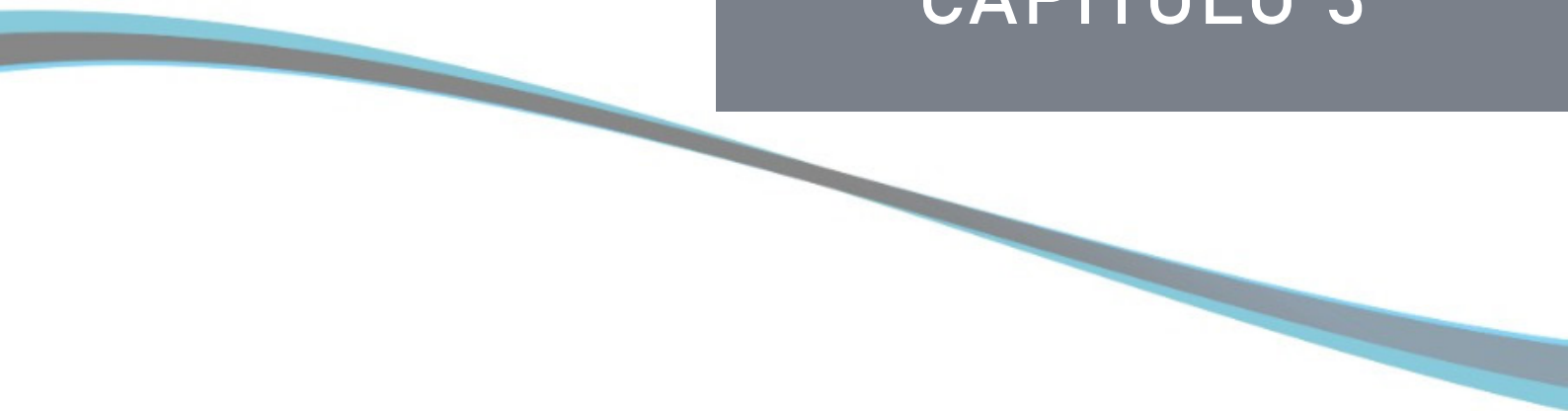
SEBRAE. **Anuário do trabalho nos pequenos negócios: 2015**. 8.ed. Brasília, DF: DIEESE, 2017.

SOUZA, Leila Alves de. **Contabilidade gerencial nas micro e pequenas empresas**. 2013. Disponível em: Acesso em: 13 fevereiro 2019.

TECMUNDO. **Grupo consegue piratear games do PlayStation 4 em um processo complicado**. 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/122572-grupo-consegue-piratear-games-playstation-4-processo-complicado.htm>>. Acesso em: 16/02/19.

VIEIRA, Euselia Pavaglio. **Custos e Formação de Preço de Venda**. 2. Ed. Rio Grande do Sul: Unijuí, 2013.





CAPÍTULO 3

PEGADA HÍDRICA DOS SOTEROPOLITANOS: A INFLUÊNCIA DAS VARIÁVEIS SOCIOECONÔMICAS E DEMOGRÁFICAS

SOTEROPOLITAN'S WATER FOOTPRINT: THE INFLUENCE OF
SOCIOECONOMIC AND DEMOGRAPHIC VARIABLES

Mateus Nascimento Moreira
Josenice Maria Gusmão Amorim Mascarenhas

Resumo

O 6º Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecido na Agenda 2030, celebrada pelos países membros da Organização das Nações Unidas em 2015, visa assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável da água e o saneamento para todos. Os riscos da indisponibilidade de recursos hídricos são grandes, por isso é necessária uma mudança de postura no que em relação ao consumo consciente da água, não apenas o consumo direto, mas também a água virtual presente em todas as etapas do processo produtivo. A pegada hídrica (PH) mede a quantidade de água necessária para sustentar o estilo de vida das pessoas, mas também pode ser mensurada em relação a um produto, um serviço, ou mesmo país. O objetivo desse estudo é verificar a influência das variáveis socioeconômicas e demográficas na PH dos soteropolitanos. O estudo, de caráter exploratório, foi conduzido na forma de *survey*, aplicado em uma amostra de 399 soteropolitanos nos meses de agosto e setembro de 2018. Os dados obtidos revelam que a PH varia tanto em função das variáveis socioeconômicas (escolaridade e classe social) quanto demográficas (gênero e idade), porém não foi possível observar variação significativa da PH em relação à região da cidade onde os pesquisados residem.

Palavras-chave: Agenda 2030, Pegada hídrica, Recursos hídricos, Água virtual.

Abstract

The 6th Sustainable Development Goal (SDG), set out in the 2030 Agenda, which was signed by member countries of the United Nations in 2015, aims to ensure the availability and sustainable management of water and sanitation for all. The risks of unavailability of water resources are great, so a change in attitude towards water consumption is needed, not only direct consumption, but also in relation to virtual water present at all stages of the production process. Water footprint (PH) measures the amount of water needed to support people's lifestyles, but can also be measured against a product, a service, or even a country. The aim of this study is to verify the influence of socioeconomic and demographic variables on Soteropolitans PH. The exploratory study was conducted as a survey, applied to a sample of 399 Soteropolitans in August and September 2018. The data show that the PH varies as a function of socioeconomic variables (education and social class), demographic (gender and age), but it was not possible to observe significant variation of PH in relation to the region of the city where the respondents live.

Keywords: 2030 Agenda, Water footprint, Water resources, Virtual water.



1. INTRODUÇÃO

Em setembro de 2015, os representantes dos países membros da Organização das Nações Unidas (ONU) celebraram a Agenda 2030 e assumiram o compromisso com o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) até 2030 (NAÇÕES UNIDAS DO BRASIL, 2015). Dentre esses objetivos, o 6º ODS visa assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável da água e o saneamento para todos.

Inspirada na pegada ecológica, que mede a área, em hectares, necessária de terra produtiva para manter a produção de bens requeridos por um certo sistema e para assimilar os dejetos por ele produzidos (BELLEN, 2006, p.104), a pegada hídrica (PH), proposta por Arjen Hoekstra em 2002, mede “[...] o volume de água total usada durante a produção e o consumo de bens e serviços, bem como o consumo direto e indireto no processo de produção” (SILVA et al, 2018, p.101). Ainda segundo Silva et al (2018), essa água embutida em todas as fases do processo produtivo é denominada água virtual, que se revela muito maior do que o consumo direto da água pelos indivíduos.

No Brasil, “o consumo médio de água no país é de 154,1 litros(L) por habitante ao dia,” (BRASIL, 2018, p.1), ou seja, 1.078 L por semana. Evidentemente, o estilo de vida adotado por cada indivíduo pode impactar nesse consumo. Sabe-se que as variáveis socioeconômicas (renda, ocupação profissional, grau de instrução e classe social) e demográficas (idade, sexo, etnia, número de membros da família, estado civil e localização geográfica) exercem grande influência sobre o estilo de vida das pessoas (LIMEIRA, 2008). Assim, o objetivo desse estudo é verificar a influência das variáveis socioeconômicas e demográficas na pegada hídrica dos soteropolitanos, contribuindo para a conscientização sobre o eminente risco de escassez dos recursos hídricos e da necessidade de garanti-los às próximas gerações.

2. PEGADA HÍDRICA

A escassez dos recursos hídricos tem ganhado posição de destaque nos debates sobre sustentabilidade, visto que é de extrema relevância entender que as gerações futuras também precisarão desse recurso vital, porém limitado.

a questão ambiental é uma questão de poucas vozes, que ainda precisam ser amplificadas, estimuladas para se organizarem e produzirem a pressão da resistência que seja capaz de inscrevê-la na agenda política mundial.[...] Isso tudo nos faz lembrar que estamos ante um problema com origem em nossas escolhas políticas e não na carência ou na indisponibilidade da água. (SCHONS, 2012, p.72).

Uma forma de diminuir o desperdício de água é levar a classe consumidora



desse recurso a entender e compreender a importância do consumo consciente. Para tanto, é necessário saber a quantidade de água necessária para atender às necessidades individuais e coletivas. Inspirada na *ecological footprint*, traduzida como pegada ecológica (PE), que mede a área, em hectares, necessária de terra produtiva para manter a produção de bens requeridos por um certo sistema e para assimilar os dejetos por ele produzidos (BELLEN, 2006, p.104), a pegada hídrica (PH) “[...] é definida como o volume de água total usada durante a produção e o consumo de bens e serviços, bem como o consumo direto e indireto no processo de produção” (SILVA et al, 2018, p.101). “A determinação da PH é capaz de quantificar o consumo de água total ao longo da cadeia produtiva” (Yu et AL., 2010, p.101 apud SILVA et al, 2018, p.101).

“O conceito de pegada hídrica (PH) foi introduzido em 2002 por Arjen Hoekstra na reunião de peritos internacionais sobre o comércio de água virtual realizada em Delf, Holanda.” (SILVA et al., 2018). A água virtual se refere à água embutida em todas as fases do processo produtivo

O termo ‘virtual’ diz respeito ao fato de que a maioria da água doce usada para produzir um produto não está contida no produto. Geralmente, o verdadeiro conteúdo de água dos produtos é insignificante se comparado com o conteúdo virtual de água. [...] Portanto o conceito de PH tem sido usado pela comunidade científica com o propósito de demonstrar a importância da gestão da água (SILVA et al., 2018).

“A PH pode ser calculada para um indivíduo, comunidade e qualquer grupo definido de consumidores, incluindo família, vila, cidade, estado ou nação” (MA et al., 2006; HOEKSTRA & CHAPAGAIN, 2005 apud SILVA et al., 2012).

No Brasil, a **lei nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997, instituiu a Política Nacional de Recursos Hídricos, e apresenta a água como** um bem de domínio público e um recurso natural limitado, dotado de valor econômico (BRASIL, 1987), apesar disso, o relatório do **Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento (SNIS) 2016, revela que, no território nacional, há 38,1% de perda de água na distribuição e, na Bahia, esse índice é de 38,4%** (BRASIL, 2018, p. 41).

O consumo médio per capita de água é definido como “[...] a média diária, por indivíduo, dos volumes utilizados para satisfazer os consumos domésticos, comercial, público e industrial” (BRASIL, 2018, p. 33). Em 2016, o brasileiro, diariamente, consumiu, em média, 154,1 L de água e, na Bahia, esse índice foi de 111,3 L/hab.dia (BRASIL, 2018).

Assim, para assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável dos recursos hídricos é necessário reduzir perdas e adotar o consumo consciente. Sabe-se, no entanto, que o estilo de vida adotado por cada indivíduo não é apenas uma opção, mas sim o resultado da influência das variáveis socioeconômicas e demográficas predominantes no contexto onde está inserido.



3. METODOLOGIA

A pesquisa, de caráter exploratório, foi conduzida na forma de um *survey*, aplicado em uma amostra de 399 soteropolitanos nos meses de agosto e setembro de 2018. Para tanto, os pesquisadores elaboraram um questionário, disponibilizado na plataforma *GoogleForms*, adotando como referência a metodologia para cálculo da pegada hídrica disponibilizada pelo projeto *Aquapath*, que foi financiado pelo Programa Europeu Erasmus como parceria estratégica no período entre 2014-2016 para a Educação dos Adultos (AQUAPATH, 2018). Destaca-se que a metodologia foi adaptada para o contexto soteropolitano.

Para a localização geográfica dos pesquisados foi utilizada a classificação dos bairros de residência por Distrito Sanitário (DS):

- a) DS Itapuã;
- b) DS Centro Histórico;
- c) DS Cajazeiras;
- d) DS Subúrbio Ferroviário;
- e) DS São Caetano/Valéria;
- f) DS Barra/Rio Vermelho;
- g) DS Cabula/Beirú;
- h) DS Boca do Rio;
- i) DS Liberdade;
- j) DS Brotas;
- k) DS Pau da Lima;
- l) DS Itapagipe;
- m) Região Metropolitana.

Foram utilizadas como variáveis socioeconômicas: escolaridade, classe social e renda familiar. As variáveis demográficas adotadas para os fins desse estudo foram: gênero, idade, estado civil e região da cidade onde o pesquisado mora, A



amostra foi composta por 214 mulheres (54%) e 185 homens (46%), sendo 51% jovens (entre 19 e 29 anos), 68% solteiros, 96% com no mínimo o ensino médio completo e 76% com renda familiar de até 4 salários mínimos (SM).

4. RESULTADOS

A pegada hídrica semanal média dos pesquisados é 1.522L, acima da média nacional que é de 1.078 L/semana. No que diz respeito às influências das variáveis socioeconômicas, os dados estão apresentados na tabela 1 discriminados por gênero.

Variáveis Socioeconômicas	Referência		Qt pesquisados		Média da pegada hídrica	
	Mulheres		Homens	Mulheres	Homens	
Escolaridade	Ensino Fundamental	Fundamental	8	8	1.755	2.030
	Ensino Médio		64	67	1.391	1.598
	Nível superior incompleto		82	63	1.456	1.531
	Nível superior completo		60	47	1.498	1.669
Classe Social e Renda Familiar	Classe E	Até 2 SM	116	83	1.454	1.636
	Classe D	Entre 2 e 4 SM	50	56	1.437	1.544
	Classe C	Entre 4 e 10 SM	41	35	1.458	1.603
	Classe B	Entre 10 e 20 SM	4	8	1.386	1.772
	Classe A	Acima de 20 SM	3	3	2.146	1.875

Tabela 1_Pegada hídrica média X variáveis socioeconômicas
Fonte: Elaboração própria (2018)

No que diz respeito à influência das variáveis socioeconômicas, de acordo com a tabela 1, é possível verificar que, na amostra pesquisada, os indivíduos que possuem apenas o nível fundamental têm uma pegada hídrica maior do que os que têm escolaridade maior. Sendo que, nesse quesito, os homens, independentemente de escolaridade, têm uma pegada hídrica maior. Já em relação à classe social, aqueles que pertencem à classe A têm uma pegada hídrica maior do que os das demais classes sociais, porém os homens de todas as classes sociais têm uma pegada hídrica maior que as mulheres.

Os dados obtidos em relação às variáveis demográficas estão apresentados nas tabelas 2 e 3.



Variáveis demográficas	Referência	Qt pesquisados		Média da pegada hídrica	
		Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Faixa Etária	Até 18 anos	10	31	1.340	1.726
	Entre 19 e 29 anos	104	98	1.475	1.430
	Entre 30 e 59 anos	98	53	1.449	1.712
	Acima de 60 anos	2	3	1.714	1.607
Estado civil	Solteiro	143	128	1.475	1.621
	Casado	45	41	1.426	1.555
	Outros	26	16	1.429	1.688

Tabela 2_Pegada hídrica média X variáveis demográficas

Fonte: Elaboração própria (2018).

Sobre as variáveis faixa etária e estado civil, de acordo com a tabela 2, é possível verificar que há uma tendência dos homens adolescentes e adultos terem uma pegada hídrica maior que as mulheres. O estado civil não exerce muita influência sobre a pegada hídrica, porém os homens, qualquer que seja o estado civil, têm uma pegada hídrica maior do que as mulheres em igual situação.

No que diz respeito à pegada hídrica em relação à região da cidade onde os pesquisados residem, os dados estão apresentados na tabela 3, agrupados por Distrito Sanitário para viabilizar a análise.

Distrito Sanitário (DS)	Pesquisados	Pegada Hídrica Média
DS Itapuã	15	1.553
DS Centro Histórico	13	1.549
DS Cajazeiras	11	1.485
DS Subúrbio Ferroviário	89	1.513
DS São Caetano/Valéria	18	1.671
DS Barra/Rio Vermelho	92	1.499
DS Cabula/Beirú	42	1.545
DS Boca do Rio	9	1.313
DS Liberdade	21	1.601
DS Brotas	39	1.614
DS Pau da Lima	15	1.572
DS Itapagipe	18	1.454
Região Metropolitana	17	1.471

Tabela 3_Pegada hídrica média por Distrito Sanitário

Fonte: Elaboração Própria (2018)

De acordo com a tabela 3, pode-se observar que os pesquisados do DS São Caetano/Valéria têm, em média, maior PH (1.671 L/semana) e os que apresentam menor PH média são os que residem no DS Boca do Rio (1.313 L/semana), apresentando uma variação entre eles de 358 L/semana.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados obtidos no estudo revelaram que a pegada hídrica na amostra pesquisada apresentou variação tanto em relação às variáveis socioeconômicas (escolaridade e classe social) quanto demográficas (gênero e idade). Os homens, jovens, com menor escolaridade, solteiros e com renda familiar até quatro salários mínimos, em média, apresentaram uma pegada hídrica maior.

No que diz respeito à variável demográfica localização geográfica não se observou grande variabilidade entre os residentes em diferentes distritos sanitários, apenas os pesquisados residentes no Distrito Sanitário São Caetano/Valéria apresentaram uma pegada hídrica maior que os demais.

O fato é que o estilo de vida pode influenciar o alcance do 6º ODS que tem como objetivo a gestão sustentável da água, por isso é importante intensificar ações de educação ambiental, principalmente às direcionadas aos homens, menos escolarizados e das classes sociais D e E.

REFERÊNCIAS

AQUAPATH. **Calculadora da pegada hídrica**. 2018. Disponível em: <<http://aquapath-project.eu/calculator-po/calculator.html>>. Acesso em: 18 maio 2018.

BELLEN, Hans Michael Van. **Indicadores de sustentabilidade**: uma análise comparativa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BRASIL. Lei nº 9433, de 08 de janeiro de 1997. Institui a Política Nacional de Recursos Hídricos, cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos, regulamenta o inciso XIX do art. 21 da Constituição Federal, e altera o art. 1º da Lei nº 8.001, de 13 de março de 1990, que modificou a Lei nº 7.990, de 28 de dezembro de 1989. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9433.htm>. Acesso em: 03. maio 2017.

BRASIL. Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental. Ministério das Cidades. **Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento**: diagnóstico dos serviços de água e esgotos – 2016. Brasília: SNSA/Ministério das Cidades, 2018. Disponível em: <<http://www.snis.gov.br/diagnostico-agua-e-esgotos/diagnostico-ae-2016>>. Acesso em: 09 jul. 2018.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.

NAÇÕES UNIDAS DO BRASIL (Brasil). **Transformando nosso mundo**: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em: 10 maio 2018.

SALVADOR. Secretaria Municipal de Saúde. Prefeitura de Salvador. **Distritos Sanitários**. 2018. Disponível em: <<http://www.saude.salvador.ba.gov.br/distritos-sanitarios/>>. Acesso em: 25 maio 2018.

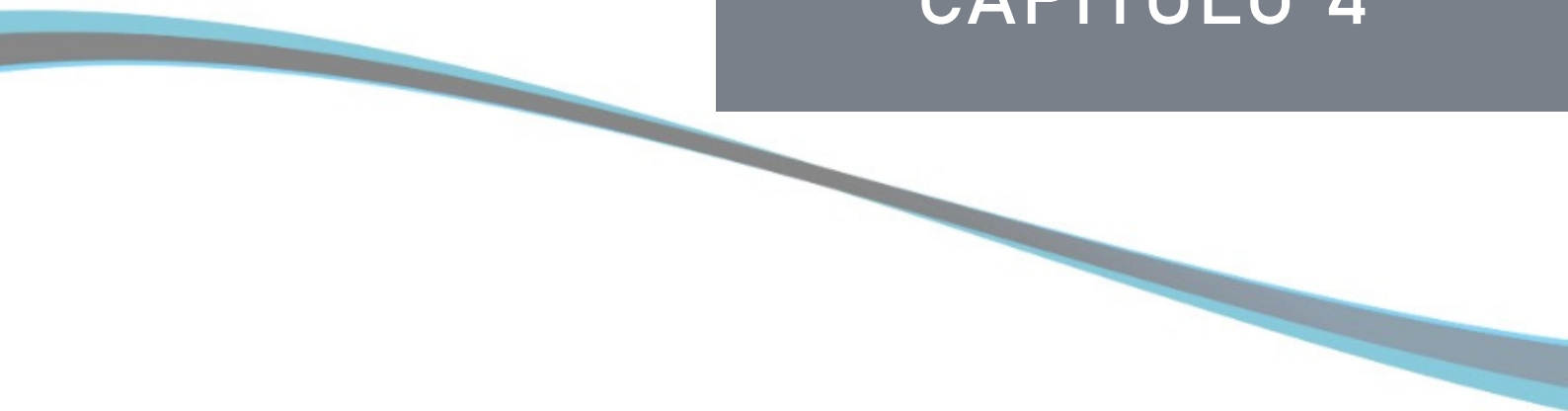
SCHONS, Selma Maria. A questão ambiental e a condição da pobreza. **Katálisis**, Santa Catarina, v. 15, n. 1, p.70-78, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rk/v15n1/a07v15n1.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2018.

SILVA, Vicente de P. R. da et al. Uma medida de sustentabilidade ambiental: pegada hídrica. **Revista Bra-**



sileira de Engenharia Agrícola e Ambiental, Campina Grande, v. 17, n. 1, p.100-105, 10 maio 2018.
Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbeaa/v17n1/v17n01a14.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2018.





CAPÍTULO 4

A DIVERSIDADE NA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA.

O SER INDIVÍDUO OU SER PRODUTO? OS CASOS PABLLO VITTAR E JOJO TODYNHO

DIVERSITY IN MEDIA REPRESENTATION. THE INDIVIDUAL BEING OR
BEING A PRODUCT? THE PABLLO VITTAR AND JOJO TODYNHO CASES

Carlos Augusto Fernandes do Nascimento

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão sobre os reais ganhos de representação para segmentos étnicos e sociais historicamente excluídos ou marginalizados, uma vez que presentes na *internet* através de múltiplas manifestações culturais. Pelo meio do uso de dados bibliográficos como método exploratório, este trabalho se debruça sobre os casos de sucesso das cantoras Pablio Vittar e Jojo Todynho, elevadas ao estrelato por meio da republicação e do compartilhamento de vídeos independentes através da plataforma *Youtube*, fazendo então o cruzamento com observações feitas por autores como Bauman (2001; 2008), Charles e Lipovetsky (2004) e Nascimento (2019), que discutem o momento contemporâneo e as interações sociais através da *internet*, assim como França (2012), Lopes e Facina (2012) e Moura, (2005), que procuram trazer à luz questionamentos quanto as representações LGBT e étnicas enquanto afrontadas com o mercado. A questão aqui levantada é: seria possível a estas classes se valer dos recursos oferecidos no ciberespaço para a visibilidade de suas questões sem cair na armadilha de se converterem meros produtos de consumo? Conclui por fim que, ainda que estejam inseridos neste contexto, portanto tratados e negociados como *commodities*, cabe a estes segmentos a procura por uma representatividade efetivamente identitária, onde seu empoderamento os coloque em posição de igualdade no que tange ao controle sobre o discurso, os meios e principalmente frente ao mercado, gestor incontestado da formação de ideias e opiniões que orientam a sociedade pós-moderna.

Palavras-chave: Racismo, LGBT, *Marketing*, *Youtube*, Ciberespaço.

Abstract

This article proposes a reflection on the real representation gains for historically excluded or marginalized ethnic and social segments, since they are present on the internet through multiple cultural manifestations. Through the use of bibliographic data as an exploratory method, this work focuses on the success stories of singers Pablio Vittar and Jojo Todynho, elevated to stardom through republication and the sharing of independent videos through the Youtube platform, then crossing with observations made by authors such as Bauman (2001; 2008), Charles and Lipovetsky (2004) and Nascimento (2019), who discuss the contemporary moment and social interactions through the internet, as well as França (2012), Lopes and Facina (2012) and Moura, (2005), who seek to bring to light questions about LGBT and ethnic representations while facing the market. The question raised here is: would it be possible for these classes to make use of the resources offered in cyberspace for the visibility of their issues without falling into the trap of becoming mere consumer products? Finally, it concludes that, even though they are inserted in this context, therefore treated and traded as commodities, it is up to these segments the search for an effectively identity representation, where their empowerment puts them in an equal position regarding control over the discourse, the means and especially in the face of the market, an undisputed manager of the formation of ideas and opinions that guide postmodern society.

Key-words: Racism, LGBT, Marketing, Youtube, Cyberspace.



1. INTRODUÇÃO

Em um mundo globalizado, unido e também dividido pelos recursos da *internet*, a abertura de caminhos para a inserção social de pessoas oriundas de camadas e segmentos historicamente excluídos se apresenta como uma realidade tangível.

Segundo Nascimento (2019), já em 2016 mais da metade da população mundial se utilizava da *internet* através de suas diversas formas de acesso. Dada a sua infinidade de recursos, este fato corrobora para posicioná-la como importante instrumento de democratização das sociedades por meio do acesso, quase que ilimitado, à informação.

Contudo, este fenômeno também tem trazido à tona rápidas e significativas alterações comportamentais que, coerentemente com o que é observado por autores contemporâneos como Bauman (2001; 2008) e Charles e Lipovetsky (2004), se materializam através de posicionamentos individualistas em conflito com a busca pelo reconhecimento pessoal através da coletividade.

Este ser pós-moderno, livre em suas expressões mas também enjaulado em conceitos e regras pré-estabelecidas contribui para a tormenta que se desenrola neste momento de mundo onde, o ímpeto pelo reconhecimento identitário se confunde com a procura por estereótipos diversos. Desta forma, cabe questionar como se forja uma representatividade legítima por meio do ciberespaço sem que se caia na reprodução de modelos confortáveis a seus usuários e úteis às demandas de consumo do mercado?

1.2 Objetivos

Por meio da análise dos casos das cantoras Pablio Vittar e Jojo Todynho – oriundas da classe baixa e representantes de movimentos como o LGBT e o feminismo negro – esta investigação busca entender como sua imagem e sua arte, fortemente impulsionadas pela cibercultura, se propagam em meio a sociedade e ao mercado, considerando que ambos estão intrinsecamente ligados e orientados por tendências que, via de regra, não refletem ou atendem aos anseios das camadas que estas artistas representam (FRANÇA, 2012).

A pergunta posta a esta discussão é: seria possível a estas classes marginalizadas se valer dos recursos do ciberespaço para a visibilidade de suas questões sem cair na armadilha de se converterem meros produtos de consumo?

Procura-se aqui compreender um pouco do conflito estabelecido entre a necessária representatividade de segmentos menos assistidos socialmente, a contribui-



ção da *internet*, e as problemáticas emergentes destas relações.

1.3 Justificativa

Este artigo parte da observação da *internet* como meio multifacetado de comunicação, e dos impactos que sua utilização tem gerado nas relações humanas. Em particular, centra-se na abertura de canais que, por força do momento ou por outros motivos distintos, passaram a dar voz e visibilidade a demandas de camadas sociais que até então eram pouco consideradas pelos meios hegemônicos de cultura, política e economia.

A visibilidade destas camadas em lugares anteriormente impensáveis pode ser associada a forma como a *internet* penetrou no cotidiano das pessoas, em grande parte devido à popularização dos *smartphones*, assim como de aplicativos como o *Instagram* e o *Youtube*: instrumentos que possibilitam a qualquer pessoa gerar conteúdos diversos e publica-los sem intermediários diretos ou limitações de forma, tempo ou espaço. Contudo, importa em muito atentar que a alavancagem destas publicações também se dá pela sua utilização comercial, vislumbrando oportunidades de alcance de novos públicos que se identifiquem com estas novas tendências.

2. METODOLOGIA

A partir da pesquisa bibliográfica como método exploratório, este artigo procura relacionar exemplos de fatos extraídos de reportagens publicadas através da *internet* e de canais do *Youtube*, fazendo uma ponte com artigos e autores que tratam o mundo contemporâneo, as interações *online*, e as relações de classe e de gênero na atualidade.

A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica (BOCCATO, 2006, p.266).

Esta pesquisa vale-se da riqueza de informações disponíveis no ciberespaço, dispostas através de artigos científicos usualmente localizados através do *Google Scholar*; da consulta de reportagens publicadas em *sites* jornalísticos reconhecidos como o Meio & Mensagem, UOL e Istoé, assim como de leituras de obras de autores e cientistas referenciados no campo epistemológico aderente a questão proposta.



3. REFERENCIAL TEÓRICO

Pensar nas representações das minorias sociais em meios de mídia requer elaborações em torno do momento histórico em que se vivencia estes processos. A dinâmica dos acontecimentos contemporâneos, reflexo de uma sociedade democrática, tende a sobrepor a condição humana, minimizando o campo das ponderações acerca dos valores inerentes a sua multiplicidade étnica e sociocultural.

Para subsidiar esta pesquisa, recorreu-se a autores que discutem a influência da cibercultura no cotidiano das pessoas em composição com outros que põem em debate questões históricas e contemporâneas, ligadas aos enfrentamentos sociais. Conflitos estes que se observam a partir das demandas de comunidades socialmente desfavorecidas ou discriminadas, como é o caso dos moradores das favelas, das mulheres negras e da população LGBT.

Desta forma entende-se a relevância das colocações de Lyotard (1998), Rocha (2008), Bauman (2001; 2008) e Charles e Lipovetsky (2004) para a compreensão dos aspectos que influenciam o comportamento social contemporâneo e sua forte relação com consumo e com o mercado. Também colaboram os posicionamentos de Nascimento (2019), Santos (2008) e Santos (2014) sobre as relações de poder e representatividade através das interações no ciberespaço, e França (2012), Lopes e Facina (2012), Moura (2005) e Souza (2019) que procuram discutir elementos importantes da busca pela visibilidade de segmentos sociais desfavorecidos, frente a uma sociedade marcada por preconceitos e grandes desigualdades de classe.

Espera-se, através deste encontro de ideias, levantar novas proposições e questionamentos em torno das observações postas. Os conflitos inerentes às ciber-interações, assim como os ganhos e perdas associados a estes processos transitam em meio a uma confluência de fatores que, dada às velocidades e às exigências do dia a dia, muitas vezes fogem a compreensão geral da população e, por isso mesmo, carecem de reflexões pontuais sobre sua extensão e seus impactos.

4. O CIBERESPAÇO: REPRESENTAÇÕES DA DIVERSIDADE OU NEO SUBMISSÃO?

Em sua tese de Doutorado, Santos (2009) explora as várias possibilidades do ciberespaço como palco de confissões e abertura para homens, cujo comportamento não heteronormativo carece de lugar e conforto em meio a uma sociedade marcadamente orientada pelo machismo. O autor ressalta a contribuição da *internet* neste sentido uma vez que seus usuários encontram-se protegidos pelo anonimato e pelo distanciamento físico característico deste lugar. Fato que propicia uma maior liberdade de expressão e uma sensação de segurança em relação a este palco de



convivências múltiplas. Esta proteção tem se mostrado interessante a diversos segmentos sociais que, a partir de posturas inicialmente anônimas, ganham força e representatividade ao encontrarem o apoio de pares (e ímpares), formando a partir daí as nominadas comunidades virtuais (MOURA, 2005).

As novas tecnologias digitais têm apoiado a composição de novas formas de poder individual e permitido a disseminação de textos que privilegiam o ponto de vista dos excluídos (MOURA, 2005, p. 11).

Este ganho de espaço, alicerçado pelas mídias sociais, tem feito aflorar personalidades que, ao encontrarem conforto em suas ciber-representações, expõem posicionamentos importantes em favor de minorias étnicas e sociais. Pessoas de origem distintas, usualmente marginalizadas nas interações face a face, ganham voz através nesta arena sem limites, podendo expor suas ideias através do diálogo, da arte, da palavra e da música, resguardadas por uma espécie de âmbar digital que tanto as protege quanto as expõe a percepções e enquadramentos vários.

Para uma sociedade historicamente acostumada à manutenção de processos excludentes, lidar com estas novas inserções significa forçosamente admitir a existência do “outro”, até então indesejado, que, se valendo da onipresença característica do ciberespaço (NASCIMENTO, 2019), tem a oportunidade de se mostrar, em suas diferenças, em lugares antes improváveis.

Ainda que a aceitação deste “outro” esteja sujeita a questões culturais e socioeconômicas, percebe-se, em parte, o rompimento do individualismo atomizante criticado em Han (2018). Possível neste momento da história pela popularização e pelo acesso a recursos disponíveis nos ambientes virtuais.

A utilização destes expedientes tem se mostrado de fundamental importância para movimentos de inserção social e também como um caminho possível para a construção de um mundo mais igualitário. A visibilidade dada a temas como o feminismo, o racismo e a homossexualidade atrai um público cada vez maior de pessoas que, uma vez que confortáveis e seguras enquanto postas por detrás das telas, se identificam, se manifestam, e passam a se sentir representadas como parte integrante de uma sociedade à qual sempre estiveram à margem.

Através de dispositivos como as redes sociais, a aceitação destes temas e das pessoas que se associam a eles é usualmente feita por meio de curtidas (*likes*), pelo volume de compartilhamentos, e pela agregação de seguidores. Sobre esta legitimação, ocorrida dentro de novos modelos de interação social, Santos (2014, p.2) afirma que, dar curtidas “(...) significa dizer à sua rede social virtual (‘amigos’) que o conteúdo é interessante e merecedor de sua indicação”. Em complemento e em associação às percepções de reconhecimento do indivíduo pós-moderno através de seu poder de compra, Nascimento (2019) observa que estas curtidas também podem ser entendidas como um ato de consumo, ou seja, de comprar ou descartar ideias, o que dá a seus usuários a sensação de posse, de poder sobre



aquela informação, podendo negocia-la como um *commodity* em benefício próprio.

Ainda conforme Nascimento (2019), na pós-modernidade esta representatividade está intimamente associada à condição do consumo como forma de aceitação e inserção social. Logo, de algum modo, tornar-se uma pessoa benquista nos meios virtuais passa por fazer-se entender comprador, seja de produtos, seja de ideias, seja com dinheiro, seja com curtidas. Este pensamento concorda com Rocha (2008, p. 112) ao afirmar que "(...) só sabemos quem somos com base no que consumimos".

Este reconhecimento pela capacidade de consumir, citado em Charles e Lipovetsky (2004), é também, segundo Lyotard (1998), oriundo dos processos característicos da pós-modernidade, marcados pelo fim da alternativa comunista e pela valorização do modelo produtivo individualizado de bens e serviços. Em propósito deste e lastreada numa filosofia capitalista, forjou-se uma sociedade onde seus entes escalonam valores e estabelecem segregações pela capacidade cumulativa de bens, sejam estes tangíveis ou não. Comportamento este que sempre isolou minorias como pobres, negros, mulheres e homossexuais, criando espécies de reféns sociais: pessoas inseridas numa mecânica de revolta associada a incapacidade de pertencer a este "mundo ideal".

A *internet*, por outro lado, recria algumas destas percepções ao conceder a seus usuários o acesso quase que irrestrito a informação, assim como a possibilidade de gerar e interagir com esta. Este fato, observado por Lévy (1998) como componente de democratização social, leva a esta massa de excluídos a sensação de admissão neste universo de consumo, pois, através de seus recursos conseguem "comprar", "vender" e produzir conteúdo (informação): novos bens passíveis de negociação no espaço virtual.

A democratização ou pulverização do poder, dentre várias interpretações, se apresenta como um dos componentes de risco presentes na modernidade líquida (Bauman, 2001), haja visto que não é passível de identificação ou mensuração, portanto, de difícil controle (NASCIMENTO, 2019).

Também, como cita Nascimento (2019), a impossibilidade de controle do Estado sobre a origem e a destinação da informação acaba por reorientar a sociedade contemporânea em sentidos diversos e por vezes contraditórios. Desta forma, o ciberespaço que abre lugar para a inserção social também é usado para a propagação de discursos discriminatórios e incentivo a posicionamentos criminosos a estas mesmas minorias que tentam através dele emergir.

Retomando a representatividade possível através da privatização e da acessibilidade da informação, questiona-se neste artigo, através da exposição de casos pontuais, qual o limiar entre a oportunidade destas minorias se mostrarem através do ciberespaço e a sua conversão em parte integrante do mecanismo que as oprime.



Para a discussão destas questões, optou-se pela investigação através de dois casos recentes de sucesso de artistas, representantes de segmentos socialmente marginalizados, que despontaram para o estrelato por meio dos recursos midiáticos de frequente uso no ciberespaço.

As cantoras Pablio Vittar e Jojo Todynho se revelaram a público a partir da publicação de vídeos independentes na plataforma de compartilhamentos *Youtube* e, dada a sua estética contra-hegemônica, viralizaram nas redes sociais e, tal como ocorre com muitos outros fenômenos de visualizações no ciberespaço, rapidamente foram rastreadas pelas ferramentas de *big data* que servem de suporte aos planos de *marketing* de grandes corporações.

Em campos distintos mas também intercruzados, suas expressões artísticas trazem a público, lugares, ritos, comportamentos e linguagens próprios do mundo LGBT, das favelas e do empoderamento negro e feminino. Segmentações sociais e de gênero postos sempre em lugares delimitados por formas de racismo cultural (SOUZA, 2019), mas que representam contingentes significativos da população e, portanto, um imenso potencial para a geração de negócios. Realidade que pode ser comparada com a do fim do Século XIX, quando o encontro entre interesses comerciais e políticos deram lastro ao movimento abolicionista no Brasil. Naquele momento da história, a percepção da população escrava como seres humanos se confundia com a necessidade de abertura de novos mercados e a formação de públicos consumidores.

Desta forma, conforme observa Bauman (2008), estabelece-se um momento em que sujeito e mercadoria se confundem, estando este primeiro exposto, muitas vezes de forma consciente, a “comodificação” de sua existência. Relação promiscua entre sociedade e mercado que afeta a todos e lança dúvidas sobre a real contribuição da recursos como a cibercultura para a aceitação indistinta do ser humano.



5. PABLO VITTAR. SÍMBOLO (MULTI)SEXUAL

Com 5, 7 milhões de seguidores no *Youtube*¹ e 9,2 milhões no *Instagram*², o maranhense Phabullo Rodrigues da Silva, assume para si a identidade *drag queen* de Pablo Vittar. Seu trabalho, destaque na cena *pop* mundial, funde gêneros musicais brasileiros e estrangeiros, colocando em foco a provocação à aceitação de questões identitárias de gênero, em especial no campo da referência *queer*³. (CARDOSO FILHO et al., 2018).

Sua arte, polêmica e instigante, não textualiza diretamente questões sociais, discriminatórias ou políticas. De forma geral e positiva trata de amor, sexo e de seu cotidiano. Elementos pouco ou nada discutidos em público quando relacionados a população LGBT. Seu estilo, que mantém atrelados a música, a *performance*, a dança e a exposição de corpos sexualizados, atravessa e perturba modelos heteronormativos, se insere e se confunde dentro dos moldes estéticos globalizados, se alojando em lugares usualmente ocupados por cantoras como Beyoncé, Rihanna, Shakira e a brasileira Anitta.

Este fato, além de estrategicamente colocar seu trabalho no cenário internacional da música *pop*, remete às reflexões do que Lipovetsky e Serroy (2011) descrevem como cultura-mundo, em particular quando estes tratam de hipertecnização e do hiperconsumo.

Ao tornarem visíveis as identidades drag, Vittar e Groove disputam sentidos em torno de feminilidades e masculinidades, colocando em tensionamento os dispositivos de subjetivação no que se refere às condutas sexuais que são compreendidas como as únicas possíveis numa sociedade (CARDOSO FILHO et al., 2018, p.85).

A projeção de seu trabalho importa ao momento contemporâneo por se abrigar em um ambiente onde as liberdades informacionais expõem de forma cada vez mais aberta, representações distintas da existência humana que há muito carecem de espaço e visibilidade. Gostar ou não de sua arte passa por questões histórico-culturais e da formação educacional de cada indivíduo. Contudo, é relevante entender e aceitar este processo como parte de uma reconexão de mundo, necessária e irreversível, que oriunda de muitos anos de luta contra discriminações diversas, encontra agora sítio através destes dispositivos midiáticos.

1 Pablo Vittar. **Youtube**. Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCugD1HAP3INAI-Xo70S_sAFQ>. Acessado em 19 de setembro de 2019.

2 Pablovittar. **Instagram**. Disponível em <<https://www.instagram.com/pablovittar/>>. Acessado em 19 de setembro de 2019.

3 "(...)é uma "categoria" ampla, que abriga as diferentes identidades da comunidade LGBT. Todo mundo que não é hétero (lésbicas, bissexuais, gays, entre outros) ou que não é cisgênero pode se identificar como *queer*. É um termo que tem o mesmo significado do acrônimo LGBT" (Estanteante, 2018).



Ao traçar uma análise entre mercado de consumo LGBT e política, França (2012, p. 227) coloca a importância do crescimento deste como forma de ressignificação do sujeito, e afirma que:

(...) o mercado segmentado produz diferentes categorias em torno da homossexualidade e faz circular referências e imagens identitárias acerca dos possíveis estilos de vida ligados à homossexualidade, colaborando para construir e reforçar identidades coletivas que servem de referência para a atuação do movimento social e vice-versa. Temos, então, um campo comum entre movimento e mercado.

A visibilidade e o sucesso alcançado por suas *performances* facilmente atraíram a atenção de anunciantes que procuravam associar sua imagem a elementos da aceitação da diversidade étnica e cultural. Este é caso das marcas *Avon*, *Trident*, *Adidas*, *Absolute*, *Chilli Beans* e *Apple Music*, além do Ministério da Saúde do governo Michell Temer, este último para a campanha de conscientização do uso de preservativos⁴.

Contudo, cabe relevar aqui que, no processo de conquista constante de novos segmentos de mercado, estão sempre atentas as equipes de planejamento de *marketing* das instituições para a localização de novas oportunidades de inserção e vendas de seus produtos e serviços. Fato que nem sempre traz coerência entre o que se pretende comercializar e a ideia à qual se almeja associar àquela imagem.

Neste caso específico, tem-se como exemplo o ocorrido no ano de 2018 quando do rompimento de contrato de patrocínio por parte da artista com a marca de sapatos Victor Vicenza, após seu proprietário manifestar apoio público ao então candidato à presidência da República pelo PSL, Jair Bolsonaro, conhecido por posicionamentos misóginos e contrários às causas LGBT⁵. Vê-se neste episódio, conforme preconiza Lipovetsky e Serroy (2011), um exemplo do hipercapitalismo que sobrepuja questões humanas, visto que, em uma sociedade sob o domínio do capital, muitas vezes pouco importa onde se vincule a imagem de uma marca ou se aloque os investimentos de uma instituição, desde que haja ali uma oportunidade concreta de retorno financeiro ou de captação de negócios.

4 Pablo Vittar exerce atração irresistível sobre as marcas. Meio & Mensagem. 2017. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/09/08/pablo-vittar-exerce-atracao-irresistivel-sobre-as-marcas.html>>. Acessado em 20 de setembro de 2019.

5 Pablo Vittar rompe com grife após dono declarar apoio a Bolsonaro. **Istoé**. 2018. Disponível em <<https://istoe.com.br/pablo-vittar-rompe-com-grife-apos-dono-declarar-apoio-a-bolsonaro/>>. Acessado em 22 de setembro de 2019.

Face a situações como esta, França (2012, p. 239) lembra que “as demandas dos consumidores nem sempre se igualam à atuação dos empresários, ou seja, não há qualquer conexão direta entre anseios do consumidor e atuação dos empresários”, e também que:

(...) existe uma distância considerável entre o encontro de interesses entre sociedades consumidoras e negócios, de um lado, e a formação de uma cidadania responsável e moral, preocupada com as consequências de suas demandas (MILLER, 1995, p. 45 apud FRANÇA, 2012, p. 239).

Portanto, ainda que nomeadamente represente uma porcentagem significativa da população, importa observar que para o mercado, Pablo Vittar não escapa a classificação de produto, bem ou *commodity*. E como tal, se acha passível de uso, ascensão ou descarte, conforme as oscilações próprias de qualquer oportunidade de negócio.

As reivindicações aderentes a sua obra, legítimas e importantes para o reconhecimento das comunidades LGBT, se fragilizam à medida em que se convertem a esta sistemática, pois, ao se tornarem em objeto de consumo, corroboram com a afirmação de que seus valores somente são passíveis de aceitação quando convertidos à lógica de mercado.

6. JOJO TODYNHO. MULHER NEGRA, POBRE E GORDA

Com o *hit* “Que tiro foi esse?” a funkeira Jojo Maronttinni despontou para o cenário musical brasileiro às vésperas do carnaval no ano de 2017. Mais conhecida pelo nome artístico de Jojo Todynho, emplacou sua música entre as mais ouvidas daquele ano, alavancada pela multiplicação de visualizações em seu canal de *YouTube*⁶, hoje com mais de 7 milhões de seguidores.

Assim como Pablo Vittar, a cantora se enquadra nas representações de minorias étnicas ao se apresentar como uma mulher da favela, negra, despachada, de 1,5 metro, que pesa 90 kg e exibe seios de numeração 58 (UOL, 2017). Estética completamente oposta à usualmente aceita como padrão de beleza e afirmação feminina que, conforme Souza (2019), se origina na ideia racista da superioridade comportamental do modelo branco conservador como definidor da verdade a ser alcançada.

6 Jojo Maronttinni – Tópico. **Youtube**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCN9t0yIjh0SBpWTt4h2O6g/playlists>>. Acessado em 22 de setembro de 2019.



Ainda que apresente ao público a força da estranheza de sua imagem, em comum com a *drag queen* maranhense, sua música se mostra interdependente dos recursos de publicação de vídeos na *internet*. A temática de suas músicas trata também de assuntos efêmeros, em muito associados ao consumo e vinculados a imagens sexualizadas, fortemente influenciadas por padrões de beleza oriundos na cultura negra norte-americana. Neste caso, colocados através da música e do estilo *funk*, que sorve e adapta o protesto presente no *hip-hop* estadunidense para a realidade das favelas cariocas (LOPES & FACINA, 2012).

Lopes e Facina (2012) ressaltam também a importância e o conflito gerado por esta manifestação. Segundo estes, o estilo musical é discriminado frente a sociedade, tanto por segmentos conservadores, ao afirmarem que “o funk é música de bandido, incita à violência, corrompe menores, aumenta o uso de drogas” (p.195) assim como progressistas onde é entendido como:

(...) um ritmo alienígena, importado, a refletir a alienação e a barbárie das classes subalternas, particularmente na sua versão lúmpen (...) produto de uma série de faltas: falta de educação, de consciência política ou de classe, de gosto, de bom senso e mesmo de moral (LOPES & FACINA, p.195).

Em alinhamento ao exposto em Nascimento (2019), também ressaltam Lopes e Facina (2012) que as manifestações do *funk* são hoje tratadas de forma similar ao que ocorrera com o samba até a metade do século XX: uma cultura imprópria, marginal e associada a violência, proveniente de classes inferiores e ignorantes.

Neste contexto, implica fortemente para a sociedade brasileira o importuno da existência do estrelato desta mulher. Arauto dos invisíveis, sua figura e seu discurso ganham espaço frente a necessidade do rompimento de conceitos morais e estéticos que ignoram a existência de parcelas importantes da população. Camadas estas que por vezes precisam se manifestar através das construções culturais possíveis e aceitas a partir da conjuntura que lhes é própria.

Assim como o ocorrido com a cantora Pabllo Vittar, também Jojo Todynho passou a condição de garota-propaganda de produtos como iFood⁷, Havaianas⁸ e McDonald's⁹. O uso de sua imagem exótica procura estabelecer uma ponte entre estas marcas e o público que se identifica com a cantora. Esta estratégia, além de criar alguma intimidade com estes segmentos, lança à sociedade a ideia de sintonia destas instituições com os movimentos de aceitação da diversidade étnica e de gênero.

7 Jojo Todynho estrela mais nova campanha do iFood. **Geekpublicitario**. 2018. Disponível em <<https://geekpublicitario.com.br/25228/jojo-todynho-ifood/>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.

8 Propaganda: o novo tiro de JoJo Todynho. **Meio & Mensagem**. 2018. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2018/02/07/propaganda-o-novo-tiro-de-jojo-todynho.html>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.

9 Jojo Todynho participa de campanha do McDonald's. **Meio & Mensagem**. 2018. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/02/21/jojo-todynho-participa-de-campanha-do-mcdonalds.html>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.

De novo expõe-se aqui o paradoxo da inclusão social tendo as regras de mercado como definidoras do que é passível de aceitação pela população. Questiona-se portanto se a beleza e a cultura, uma vez que originadas de uma mulher negra, gorda e favelada passam a ser entendidas a partir da expansão de uma ótica humanitária ou se enquadram em um modismo conveniente e pontual. Algo como a bondade subjetiva presente no ato de adoção de uma negra de estimação para enquadrar-se em uma tendência comportamental que, ao final, não se desprende de um pensamento escravagista.

A força da arte vinda da favela, seja ela manifestada pelo *funk*, assim como pela estética resultante de sua realidade, ao serem reproduzidas através de canais e de dispositivos gestados pelas classes responsáveis pela sua exclusão, podem não necessariamente representar um ganho de espaço frente ao meio social. Este caminho, ainda que oportuno, pode talvez representar a manutenção de políticas que permanecem a definir quem efetivamente detém o poder, neste caso, determinado pelo controle dos meios midiáticos e dos ganhos promocionais e financeiros que efetivamente se possam ter a partir destes.

7. RESULTADOS

Os exemplos das cantoras Jojo Todynho e Pabllo Vittar, fazem surgir reflexões sobre a representação de minorias sociais uma vez que colocadas a público como produtos de consumo. Deste fato emerge o contraditório de que estas minorias passam a pertencer a um mundo do qual sempre foram excluídas, à medida que se adequam a modelos e exigências deste. Neste caso em particular, quando calham de serem enxergadas como possíveis geradoras ganhos de capital. Desta forma, passam, mesmo que de forma involuntária, a concordar e a colaborar com a prevalência e o fortalecimento de métodos e comportamentos dos quais sempre foram vítimas.

Ganhar a luz através dos meios criados e monitorados pelas camadas dominantes da população pode ser uma forma inteligente de penetração em novos espaços. Contudo, cabe aqui questionar, até que ponto esta visibilidade não se dá através de um processo de servidão estética e moral. Afinal, este espaço está sendo efetivamente conquistado ou apenas cedido por estas classes? E, no caso de uma cessão, por quanto tempo esta se faria interessante?

Em ambos os casos, fica claro que as cantoras aparecem para a sociedade como seres excêntricos, cultuados no lugar e no momento próprio ao reconhecimento de suas diferenças. Algo como o proposto em Souza (2019) que observa o racismo cultural presente no próprio esforço pelo reconhecimento e pela inserção destas minorias no meio social. Segundo este, a assunção destas diferenças por parte da classe dominante faz perceber que há, de fato, o entendimento de uma relação hierárquica entre seus membros.



É neste elemento que passa e importar o questionamento quanto a arte aqui exemplificada. O “belo” representado na música, na dança e no erotismo dos vídeos destas cantoras, ainda que não corresponda a padrões usualmente aceitos, existe para uma camada significativa da população e, por isso mesmo, merece espaço de expressão. Contudo, a apropriação destas estéticas pela indústria do consumo, em parte, também os desqualifica como expressão de força identitária, já que os coloca na prateleira como produto comum, realimentando um mercado lastreado na inconsequência de suas práticas.

(...) o problema da sociedade de consumo e da cultura de massa não é induzir ao conformismo, porque mesmo o inconformismo pode ser vendido - traduzido em uma música, um estilo de roupa ou de alimentação (ROCHA, 2008, p. 118).

Logo, conforme observa Rocha (2008), assim como ocorreu com movimentos de contracultura como o *hippie*, o *punk* e o *grunge*, tudo pode ser convertido através da produção em massa e sua promoção sustentada justamente na busca por identidades subjetivas através do consumo. Reforça este ponto o que observam Bauman (2001) e Maffesoli (2011), citados em Nascimento (2019, p. 33) quando este afirma que:

(...) a busca da identidade individual depende do reconhecimento coletivo, o que dá bases ao conflito gerado pelo crescimento do individualismo baseado em um sistema de consumo uniformizado e segmentado por tribos.

A apropriação da cultura e do discurso das minorias pelo mercado é uma prática repetida há muitos anos. Um fato novo observado a partir das relações estabelecidas através da *internet* é que, o uso de dispositivos como o *Youtube* ou as redes sociais, leva para seu usuário a sensação de domínio sobre sua produção, não tendo este a real percepção do quanto esta pode estar disposta a manipulação pelos gestores dos sistemas. Este fato por si só reforça a ideia de que seus usuários estão ali expostos, de forma voluntária e muitas vezes consciente, como bens de troca em mãos de seus mandatários.

A ascensão destas camadas a Casa Grande, sem a busca pelo domínio ou ao menos pelo compartilhamento de sua gestão, reproduz em parte o comportamento do escravo que dá as costas a seus pares de senzala quando passa a ser aceito, por conveniência, nos ambientes limpos onde vivem seus proprietários.

Isto não significa, é claro, que o esforço e os caminhos trilhados para a conquista destes espaços não se façam necessários e não mereçam o devido reconhecimento. Contudo, importa lembrar que, frente a uma realidade capitalista, o poder decisório das coisas dificilmente se descolará das classes dominantes. Portanto, esta ascensão precisa ser acompanhada de uma forte dose de consciência de classe, para que efetivamente possa servir à busca por mudanças que venham melhorar o reconhecimento e a aceitação das pessoas que estão à margem deste sistema.



8. CONCLUSÃO

Do ponto de vista observado neste artigo, a inserção social através do ciberespaço como principal dispositivo de acesso, carece de uma maior crítica por parte dos que desta se valem. A visibilidade de classes desfavorecidas da população por meio deste canal, ainda que significativa, precisa ser revista uma vez que, o controle da geração e da distribuição de suas publicações encontra-se nas mãos de instituições que se valem de expedientes que mantêm estas mesmas classes na condição de submissão social.

Seria ingênuo e pouco efetivo sugerir que um caminho possível a esta revisão passaria pelo rompimento com estes meios. A concepção mercadológica da sociedade pós-moderna remete a construções históricas que não podem ser desmontadas de forma abrupta, por meio de enfrentamentos diretos e sem um propósito bem definido. Contudo, a utilização destes canais pode ser útil à provocação da reflexão acerca destas diferenças, destes (pre)conceitos e de suas consequências para o mundo.

O conflito percebido é que, ainda que cientes da condição de *commodities*, não há para os segmentos sociais agora visíveis, a opção de retroceder nas conquistas feitas através do ciberespaço. O que os coloca inevitavelmente na posição conflituosa de vítimas - conscientes ou não - destes meios, uma vez que neles encontram recursos para sua expressão mas também, em certo modo, necessitam se moldar a regras, estilos e ditames oriundos das classes que se perpetuam no poder. Logo, estabelece-se a necessidade do incentivo a uma visão crítica quanto a geração e utilização destes recursos.

Pablo Vittar e Jojo Todynho aparecem portanto, como legítimas representantes deste momento de mundo. Ainda que se deva entender e respeitar suas origens e carências de representação, estas se encontram inseridas em um modelo de aceitação que se norteia pelas demandas de mercado. São concorrentes de tantos outros descartáveis que parecem estar à disposição de compradores acríticos e robotizados, iludidos pela falsa percepção de que, através do consumo, estão se fazendo ouvir ou contribuindo para valorizar a representatividade outras minorias.

Como pergunta a ser deixada para reflexão, vale questionar se, em havendo uma queda do poder de compra e de influência destas populações, o mercado e as instituições que nele interagem se manteriam tão atentos à valorização de suas aspirações?

Interessa aqui discutir em que momento estas camadas, foco dos olhares da mídia e empoderadas pela *internet*, irão olhar para este meio e se movimentar em direção a busca pela partilha de seu controle. A inserção por concessão decerto não demonstra o real valor dos inseridos. Logo, entende-se que a procura pela



representatividade dos excluídos, seja através da *internet*, seja em ambientes físicos, deve-se fazer de forma a aspirar o topo da pirâmide social, o controle dos processos, pois, a igualdade possível entre as pessoas deve forçosamente passar pela divisão concreta de poderes, não pela pseudo conquista destes.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BOCCATO, Vera Regina Casari. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo**, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- CARDOSO FILHO, Jorge et al. Pablo Vittar, Gloria Groove e suas performances: fluxos audiovisuais e temporalidades na cultura pop. **Revista Contracampo**, v. 37, n. 3, 2018.
- CHARLES, Sébastien; LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- FRANÇA, I. L. Sexualidade e política: uma abordagem a partir do mercado e do consumo. **Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades**, v. 6, n. 07, 26 nov. 2012.
- HAN, B. A expulsão do outro. **Lisboa: Relógio D'Água Editores**, 2018.
- Jojo Maronttinni – Tópico. **Youtube**, 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCN9t0yIjh0S-BpWTt4h2O6g/playlists>>. Acessado em 22 de setembro de 2019.
- Jojo Todynho estrela mais nova campanha do iFood. **Geekpublicitario**, 2018. Disponível em <<https://geekpublicitario.com.br/25228/jojo-todynho-ifood/>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.
- Jojo Todynho participa de campanha do McDonald's. **Meio & Mensagem**, 2018. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/02/21/jojo-todynho-participa-de-campanha-do-mcdonalds.html>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.
- LÉVY, Pierre. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. **Revista Famecos**, v. 5, n. 9, p. 37-49, 1998.
- LOPES, Adriana; FACINA, Adriana. Cidade do funk: expressões da diáspora negra nas favelas cariocas. **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro**, v. 6, p. 193-206, 2012.
- LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. J. Olympio, 1998.
- MAFFESOLI, Michel. Pós-modernidade. **Comunicação e sociedade**, v. 18, p. 21-25, 2012.
- MOURA, Maria Aparecida. INFORMAÇÃO, ALTERIDADE E INTERFACES: AS REPRESENTAÇÕES MULTICULTURAIS NA WEB1. In: **Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, Brasil**. 2005.
- NASCIMENTO, Carlos A. F. 2019. 134 f. **O ciberespaço enquanto palco de confissões e contradições**. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2019.
- O que significa Queer? **Estantenate**, 2018. Disponível em <<https://estanteante.wordpress.com/2018/07/31/o-que-significa-queer/>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.
- Pablo Vittar. **Youtube**. Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCugD1HAP3INAIxo70S_sAFQ>. Acessado em 19 de setembro de 2019.
- Pablo Vittar exerce atração irresistível sobre as marcas. **Meio & Mensagem**, 2017. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/08/21/pablo-vittar-exerce-atracao-irresistivel-sobre-as-marcas>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.



www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/09/08/pablo-vittar-exerce-atracao-irresistivel-so-bre-as-marcas.html>. Acessado em 20 de setembro de 2019.

Pablo Vittar rompe com grife após dono declarar apoio a Bolsonaro. **Istoé**, 2018. Disponível em <<https://istoe.com.br/pablo-vittar-rompe-com-grife-apos-dono-declarar-apoio-a-bolsonaro/>>. Acessado em 22 de setembro de 2019.

Pablovittar. **Instagram**. Disponível em <<https://www.instagram.com/pablovittar/>>. Acessado em 19 de setembro de 2019.

Propaganda: o novo tiro de JoJo Todynho. **Meio & Mensagem**, 2018. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2018/02/07/propaganda-o-novo-tiro-de-jojo-todynho.html>>. Acessado em 28 de setembro de 2019.

Quem é Jojo Todynho, a funkeira 'plus size' que roubou a cena de Anitta?. **UOL**, 2017. Disponível em <<https://f5.folha.uol.com.br/musica/2017/09/quem-e-jojo-todynho-a-funkeira-plus-size-que-roubou-a-cena-de-anitta.shtml>>. Acessado em 19 de setembro de 2019

ROCHA, Sílvia Pimenta Veloso. O homem sem qualidades: modernidade, consumo e identidade cultural. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, p. 111-122, 2008.

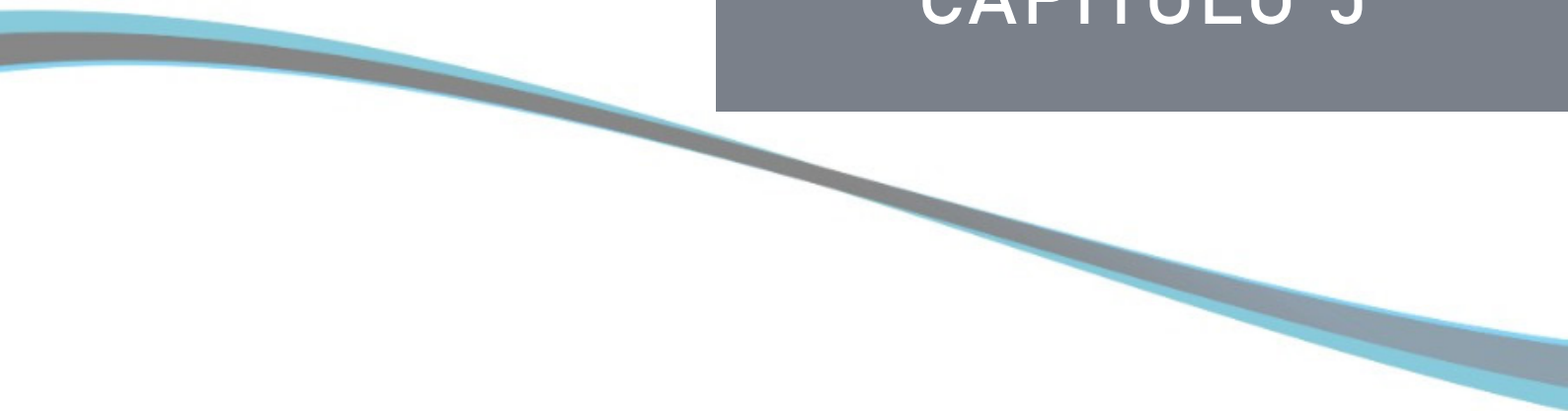
SANTOS, Luís Filipe Oliveira. **Tornar-se homem: dramaturgias em torno das apresentações de si, das emoções e dos afectos em palcos offline e online**. Tese de Doutorado. Minho, Instituto de Educação e Psicologia, Universidade do Minho, Minho, 2009.

SANTOS, Maria Stella Galvão. Sou curtido, logo existo: Vivendo sob a pressão do 'curtir'. Intercom – **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, João Pessoa, 2014. Disponível em <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0465-1.pdf>>. Acessado em 20/09/2019.

SERROY, Jean; LIPOVETSKY, Gilles. **A Cultura-mundo. Resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2019.





CAPÍTULO 5

A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE GERENCIAL PARA GESTÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE LAFAIETE COUTINHO

THE RELEVANCE OF MANAGEMENT ACCOUNTING FOR THE
MANAGEMENT OF FAMILY AGRICULTURE IN LAFAIETE COUTINHO

Amanda Santiago Oliveira
Nayara Batista Moreira

Resumo

Considerando a capacidade da agricultura familiar para o desenvolvimento socioeconômico do espaço rural, e, por conseguinte da nação, mediante o fornecimento de gêneros alimentícios ao mercado interno e externo, assim como a sua competência para gerar rendas e empregos entre outros, o grupo selecionado para este estudo foram os produtores rurais que comercializam seus produtos no próprio município, foi realizado um questionário em Julho de 2019 contendo 7 questões a uma amostra de 16 agricultores/comerciantes rurais do município de Lafaiete Coutinho (BA), foi utilizada amostragem não-probabilística. Através do resultado do questionário foi possível constatar que os agricultores/comerciantes pesquisados utilizam métodos básicos administrativos e contábeis na agricultura familiar, assim como não ocorre mudanças ou aperfeiçoamentos nesses métodos. A título de pesquisas futuras as formas de financiamento do BNDES para o município e os impactos da contabilidade de custos para o gerenciamento da agricultura familiar.

Palavras chave: Produção Rural, Agricultura Familiar, Desenvolvimento Financeiro.

Abstract

Having regard to the capacity of family farming for the socio-economic development of rural areas, and therefore of the nation, by supplying foodstuffs to the internal and external markets, as well as its competence to generate rents and jobs among others, the group selected for this study were the rural producers who market their products in the municipality itself, a questionnaire was conducted in July 2019 containing 7 questions to a sample of 16 farmers/rural traders in the municipality of Lafaiete Coutinho (BA), and a non-probabilistic sampling was used. Through the result of the questionnaire, it was possible to verify that the farmers/traders surveyed use basic administrative and accounting methods in family farming, just as there are no changes or improvements in these methods. For future research, the financing forms of BNDES for the municipality and the impacts of cost accounting for the management of the family farming.

Key-words: Rural Production, Family farming, Financial development.



1. INTRODUÇÃO

A agricultura está submissa ao comércio, dando maior ênfase a influência dos conhecimentos de gestão para promoção do seu negócio, para que isto ocorra o agricultor deve estar bem inteirado sobre as exigências do mercado em função dos produtos ofertados e a disposição da sua mercadoria em sua propriedade e os fatores naturais, tecnológicos e fundos de fomento a agricultura que podem ampliar o funcionamento integral ou parcial do seu negócio. O estudo dos recursos naturais amplia a produção em função da perspectiva na qual o mercado encontra-se adaptando os fatores naturais. Essa busca por conhecimento pode ser adquirida através dos sindicatos da classe, consultor rural ou outros profissionais que atuem em gestão na área rural.

A ampliação da divisão social do trabalho que acompanhou a mudança da base técnica por que passou a agricultura brasileira nos últimos 30 anos, em especial durante a década dos anos 70, colocou o uso de bens de capital e bens intermediários de origem industrial como condição socialmente necessária para produção agrícola. A utilização de produtos industriais colocou a agricultura na órbita financeira, processo esse incentivado e sustentado pela atuação do estado a partir de 1965 através da política de crédito rural subsidiado (MOREIRA, 1999, p.120).

Os agricultores têm buscado especializações na produção, assim como a pecuária absorve uma grande fatia de mercado. O cenário econômico brasileiro tem a contribuição significativa da agricultura familiar cooperando na geração de emprego e rédito no setor rural. Ao passar dos anos ocorreram mudanças expressivas que elaboraram um mercado com ampla concorrência e diversidade, exige assim um aprimoramento das práticas primitivas e tradicional que possam atender o presente momento econômico, político, tecnológico e social.

O municio de Lafaiete Coutinho foi constituído por famílias no século XIX que passaram a habitar estabelecendo a agropecuária na região, foi criado por Lei estadual em 1962. Apesar do comércio e industrialização contribui substancialmente para o Produto Interno Bruto (PIB) o censo demográfico computou aproximadamente 46,1% de habitantes que residem em área rural, conforme dados no site da prefeitura.

Acerca desse assunto surge o seguinte questionamento: De que forma a informação contábil é utilizada para o gerenciamento e tomada de decisões nas propriedades rurais do município de Lafaiete Coutinho?



1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

A presente pesquisa teve como propósito analisar a aplicação dos instrumentos da contabilidade gerencial na agricultura familiar do município de Lafaiete Coutinho, Bahia.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Os instrumentos da contabilidade gerencial na agricultura familiar
- Métodos de planejamento, orçamento e orientação para tomadas de decisões da atividade rural.
- Análise dos métodos praticados pelos agricultores do município

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na fundamentação teórica são expostos conceitos e dados, estruturados de modo a compor a análise do contexto sobre os mecanismos de gestão utilizados na agricultura familiar. A princípio elucidar a importância da agricultura para a sociedade em toda a sua história e como a administração possa zelar pelo patrimônio de cada indivíduo ou entidade. Logo após reiteramos a relevância da contabilidade gerencial a fim de analisar medidas mais significativas para o negócio e no tópico posterior é feito a análise do questionário sobre técnicas de gestão na agricultura familiar. Esta pesquisa foi desenvolvida através de uma revisão bibliográfica de artigos apresentados em periódicos e questionário aplicado aos proprietários do município.

2.1 Administração Rural

Na atual conjuntura a administração tem um papel importantíssimo e significativo na construção social, pois não existe uma organização sem administração, mesmo está não sendo aplicada de forma correta, e não existe uma sociedade sem organizações.



Conforme Silva (2016, p.3):

“A agricultura familiar no Brasil surge como uma forma de produção alternativa à monocultura e ao latifúndio do período colonial fortalecendo-se com os impactos sociais, culturais e ambientais ocasionados pela “revolução verde” a partir da década de 1950”.

A agricultura ou agropecuária familiar assim como grandes ou pequenas estruturas organizacionais são formados por pessoa ou pessoas que buscam suprir as necessidades básicas e obter lucro através do trabalho, em alguns desses momentos é necessário tomar decisões e segundo Chiavenato (2016, p. 57):

“Decisão é o processo de análise e escolha entre alternativas disponíveis de cursos de ação que a pessoa deverá seguir”. Toda decisão envolve seis elementos:

1. Tomador de decisão [...]
2. Objetivos [...]
3. Preferências [...]
4. Estratégias [...]
5. Situação [...]
6. Resultado [...]

[...] O tomador de decisão escolhe uma alternativa entre outras: se ele escolhe os meios apropriados para alcançar determinado objetivo, sua decisão é racional.

Segundo Crepaldi (1998, p. 53) a eficácia de um parecer da administração deve ser sintetizada sobre dois aspectos: “levantamento do estágio atual e a elaboração de um plano de medida tomado em curto prazo”.

O Ato de administrar não está necessariamente relacionado à ação do dono de qualquer organização, independente do número de pessoas que está possa ter, o gestor deve portar conhecimentos indispensáveis que possam manter a liderança e uma boa relação entre seus funcionários formadas com um bom dialogo impulsionados pela motivação, desta forma o excelente funcionamento reproduz nas finanças e na fidelização da clientela.

Para Cella (2002, p. 25) a competência desenvolvida pelos produtores é de suma importância e: “quanto mais conhecimento tem-se, maior a capacidade de discernimento e de compreensão dos fenômenos que ocorrem nos sistemas agropecuários”.



2.2 Contabilidade gerencial agrícola

A contabilidade é uma ciência que busca sanar dificuldade e ambições do proprietário em função dos seus bens e de que forma estes podem ser avaliados e fiscalizados. Lopes de Sá (2010, p. 46) atribuíam definições a contabilidade como ciência que investiga os eventos do, em virtude do êxito prático da organização social.

A gestão contábil busca prover através de relatórios, demonstrações e diagnósticos sob aspectos financeiros, com o objetivo de facilitar na sistematização para tomada de decisão. A contabilidade rural possui algumas particularidades, por exemplo, conforme Crepaldi (1998, p.):

“O ano agrícola, ou ano de atividade da empresa agrícola, é diferente do ano fiscal. Enquanto o ano fiscal abrange o período de 12 meses, que vai de 1 de janeiro a 31 de dezembro, o ano agrícola corresponde ao período de 12 meses, que engloba o início do cultivo até colheita das principais culturas da região. Na empresa rural, ocorreu o mesmo; assim determina-se o início e o fim do ano agrícola quando se obtêm a colheita e a comercialização da atividade de maior renda bruta”

A submissão das inconstâncias climáticas dificulta o cultivo na sua terra e este problema é um fato frequente na produção agrícola independente da sua extensão fundiária para cultivo, espera-se que os custos sejam protegidos pela produção e obtenção de lucros para prosperar com a atividade rural.

A atividade agrícola para fins de apuração na contabilidade se divide em duas categorias: cultura temporária e cultura permanente. Marion (2005, p. 38) identifica e explica propriedades sobre as categorias:

Culturas temporárias - são aquelas sujeitas ao replantio após a colheita, geralmente de plantio anual, chamadas de hortícola e forrageira: Cereais, Hortaliças, Tubérculos, Plantas oleaginosas, Especiarias, Fibras e Floriculturas;

Culturas permanentes - são aquelas vinculadas ao solo por mais de uma colheita ou produção, chamadas de arboricultura: Florestamento, pomares, vinhedos, olivais, seringueiras, canaviais, etc.

A busca de seus produtos cada vez mais presentes no mercado faz com que o produtor intensifique melhorias de seus insumos agrícolas acrescidos do desembolso na aquisição, manutenção e conservação em maquinário e outros instrumentos, para o aperfeiçoamento e crescimento do negócio, identificar e avaliar os custos e a renda obtida na comercialização, a contabilidade gerencial possui instrumentos para auxiliar os empreendedores e muito importante para a gestão rural, mesmo que se faça pouco presente na gestão dos agricultores do município.

Conforme Moura (2017, p.4) “o registro do custo da atividade rural demonstra



uma das suas maiores dificuldades dos agricultores”.

A partir dessas informações que iram comportar os demonstrativos contábeis que buscam trazer uma provisão sobre a situação econômica e financeira e a escolha de um modelo de gestão para sanar eventuais situações, buscar através de empréstimos e ampliar os negócios ou formação de preço.

A região nordeste caracterizada por um cenário semiárido, com solos aplanados e pedregosos cobertos por vegetação de caatinga testam seus habitantes que utilizam recursos para manutenção da vida, lutando contra as longas secas. A contabilidade compreende que esses fatores não podem ser controlados pelo ser humano e desta forma devem ser considerados como perda anormal ou perda improdutiva e devem ser pertinentes de modo direto ao resultado do exercício sem que seja computado no estoque.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo foi dividido em três estruturas:

3.1 Delineamento da pesquisa

O estudo de caso foi realizado no mercado municipal de Lafaiete Coutinho, no estado da Bahia, no qual os agricultores locais ofertam as suas mercadorias. No período de Julho de 2019. A princípio o estudo se desenvolveu por uma pesquisa bibliográfica sobre administração rural e contabilidade gerencial, no segundo momento foi elaborado um estudo de campo, as informações foram retiradas através de questionário.

3.2 Amostragem

O ato de pesquisar, ou seja, juntar arquivos e evidências, analisar informações sobre a escolha de tema ou conjunto de temas correlacionados e associar estas de forma que venha facilitar uma posterior análise, outra técnica indispensável para obter bons resultados foi à amostragem para esta metodologia científica. O tipo de amostragem aplicada foi a não probabilística, por se tratar de ser o estudo de trabalho foi selecionado o grupo de agricultores que comercializam no próprio município.



3.3 Instrumentos de coleta de dados e análise de dados

O instrumento da coleta de dados, questionário, foi elaborado por meio de perguntas fechadas. O método utilizado foi à pesquisa descritiva, buscou explicar as técnicas gerenciais na agricultura familiar e assim possa delimitar bons instrumentos para administração do seu negócio, com o objetivo de ratificar a relevância do controle contábil na agricultura familiar no município de Lafaiete Coutinho impactando de forma positiva a estrutura econômica das propriedades rurais. O objetivo do questionário foi de fazer a pesquisa necessária à elaboração do estudo construído com perguntas sobre tomadas de decisão em algumas situações presentes na rotina da agricultura familiar.

Para Gil (2002, p. 141) “Pode-se dizer que, em termos de coleta de dados, o estudo de caso é o mais completo de todos os delineamentos, pois vale-se tanto de dados de gente quanto de dados de papel”.

A fim de fazer a análise das respostas os procedimentos, a princípio analisar, relacionar e examinar os dados utilizando o método qualitativo e quantitativo, posteriormente foi desenvolvido através dos números de respostas obtidos nas questões propostas no questionário e os feedbacks que as entrevistas remeteram sobre os procedimentos de gestão, foram levados em consideração às respostas divergentes de forma que está tenha valor a proposta final da pesquisa, que consiste na melhor exatidão para a proposta da pesquisa. A pesquisa foi realizada de acordo com os parâmetros éticos.



4. ANÁLISE DOS DADOS E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O propósito deste artigo científico é identificar de que forma a informação contábil é utilizada para o gerenciamento e tomada de decisões nas propriedades rurais do município de Lafaiete Coutinho. A amostra escolhida foi um grupo de agricultores que comercializam seus produtos no próprio município e desta forma estão ligadas na atividade do início ao fim.

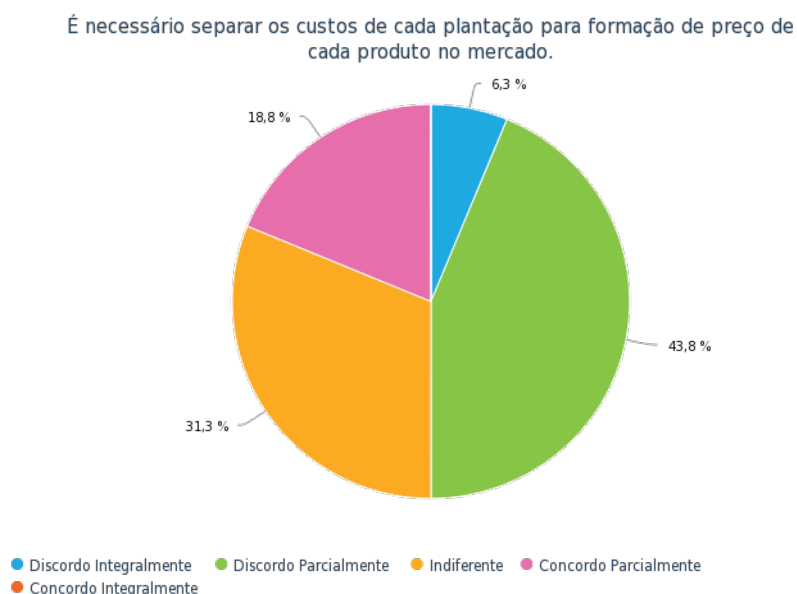


Gráfico 1 - Os custos de cada plantação para formação de preço.
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

O gráfico mostra a relação do instrumento de gestão (custeio) e desta forma podemos ver a ausência de apropriação dos custos em cada plantação com cerca de 50,1% e outra grande parte 31,3% não opinou sobre por não haver praticado essa técnica de apropriação e uma pequena parte concorda com está apropriação correta para cada cultivo. Alguns agricultores concordam parcialmente a separação dos custos correspondente a 18,8%.

É necessário fazer planejamento ou orçamento da melhor época para compra de adubos, sementes ou outros componentes necessários para a plantação.

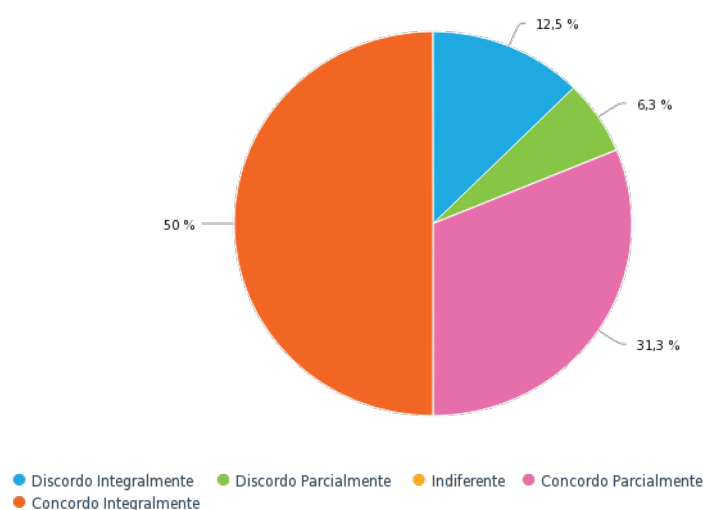


Gráfico 2- Planejamento
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A segunda pergunta buscou coletar informações a respeito do planejamento a ser feito pelo agricultor para gerenciar os investimentos e custos necessários.

Assim, observa-se que dentre os entrevistados 81,3% concorda com essa medida de planejamento a fim de respeitar a duração de cada colheita e melhor época para venda das mesmas, outra parte dos entrevistados, 18,8% não concordam e compram os insumos a depender do seu poder aquisitivo e dos valores estabelecidos no mercado. Outro fator importante a ser destacado é o conhecimento sobre a terra e os procedimentos para sua utilização, o tempo para terra descansar entre um plantio e outro período que colheita e os impasses para utilização de novos métodos, passados em sua maioria de forma hereditária.

É benéfico fazer a diversificação da produção para se proteger de frustrações da safras, de preços baixos e diminuir as variações de renda.

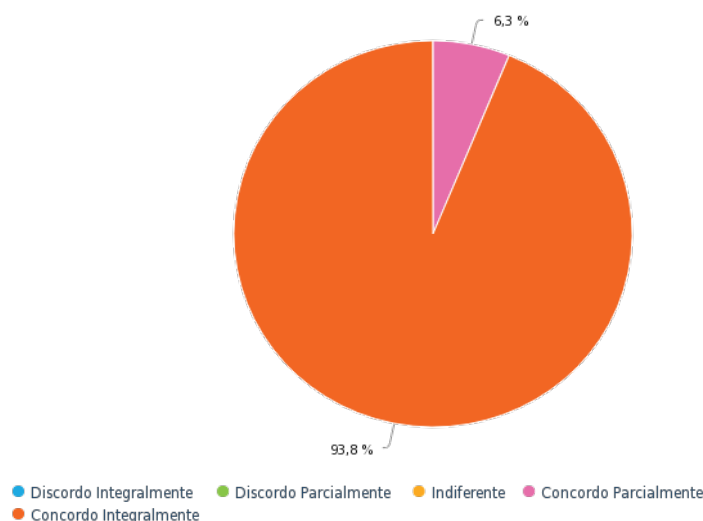


Gráfico 3- Diversificação da colheita
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.



É de conhecimento comum sobre os fatores que podem interferir na produção e desta forma uma perda de todos os gastos necessários para a sua produção. Foi possível identificar que 93,8% dos produtores rurais se preocupam e buscam ampliar os tipos de produtos a serem ofertados nas feiras semanais a fim de obter algum lucro do esforço realizado durante a plantação, 6,3% alegam a necessidade de diversificação, mas na ausência de variedade na plantação deve ser ofertado aquele que foi colhido no período.

É preciso sempre ter um controle separado de gastos da família e dos gastos com atividade da propriedade.

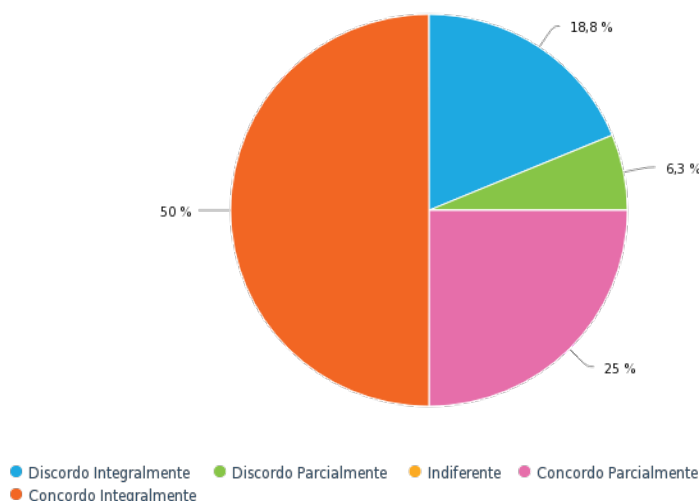


Gráfico 4- Destinação dos lucros
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Em relação ao controle de gastos em função da separação do que é devido ao produtor rural e outra parte a prosseguimento da sua produção e quando não é feita essa separação fere o princípio da entidade, o recebimento do produtor não deve ser confundido com o montante necessário para o investimento no negócio, o gráfico 4 mostrou que 75% dos produtores rurais entrevistados entendem a relevância dessa divisão como fator para funcionamento da sua atividade. Outra parte, 25% destina a compra de produtos domésticos como prioridade e o resto no investimento do seu negócio.

É essencial procurar adquirir insumos a preços menores e compra somente o necessário.

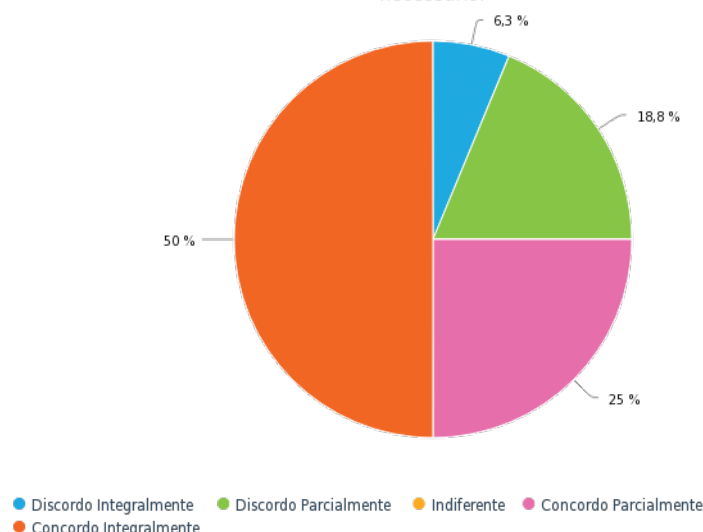


Gráfico 5- Provisionamento
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Quanto a importância de planejar todo o período da plantação e compra de insumos, 75% dos produtores acha essencial a pesquisa de preços dos insumos para obter maiores lucros e os preços ofertados satisfazerem ao consumidor e desta forma vender todos ou grande parte dos produtos na feira, outros 25% que existe poucos locais que vendem esse produto e desta forma a pesquisa em regiões próximas não compensaria pois o gasto com a gasolina pagaria a diferença do valor e assim eles ficam submetidos a compra nos mercados locais com preços muito parecidos.

A venda dos produtos deve ser de acordo com a necessidade de caixa (dinheiro) para honrar com os compromissos financeiros.

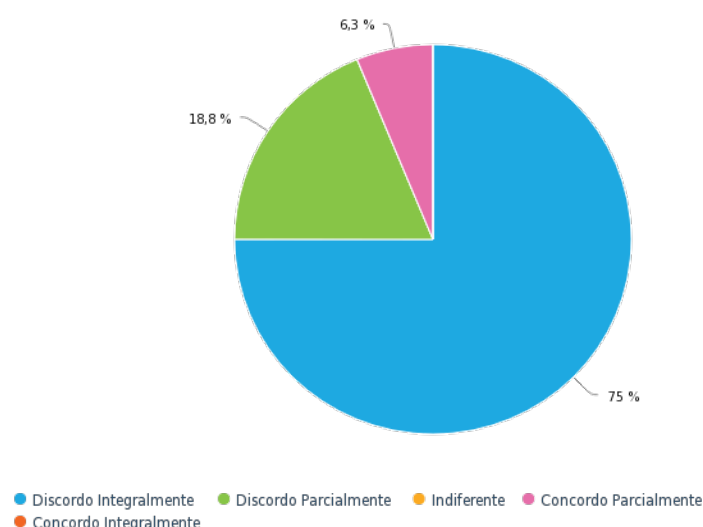


Gráfico 6- Vendas
Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Considerando as análises anteriores a respeito do planejamento no período da produção e possíveis datas para cultivo e venda 93,7% concordam que as vendas não devem se basear na meta diária e sim na venda de todos os produtos cultiva-

dos para venda para que dessa forma as perdas sejam minimizadas e a minoria com 6,3% concorda com o estabelecimento de uma meta diária e os produtos não vendidos retornaram as suas residências para uso próprio e desta forma não consideram como perda.

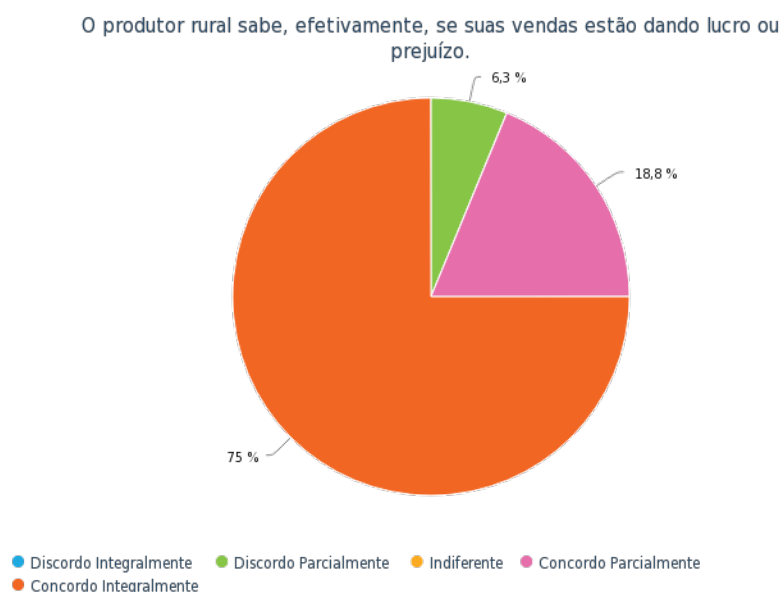


Gráfico 7- Faturamento das vendas

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Referente ao conhecimento que o produtor rural possui ao identificar o lucro ou prejuízo em função das suas vendas percebe-se que 93,7% consegue identificar esses valores através da quantidade vendida e desta forma pode tomar medidas para que a perda não seja tão grande, a exemplo a venda de seus produtos com um preço menor ofertado entre os feirantes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou identificar de que forma a informação contábil é utilizada para o gerenciamento e tomada de decisões nas propriedades rurais do município de Lafaite Coutinho.

Assim como nas empresas as agriculturas familiares precisam investigar medidas que busquem evidenciar-se diante da concorrência e até mesmo o “mercado” busca esse tipo de disputa saldável, tratar da contabilidade gerencial como ponto chave para tomada de decisões operacionais e econômicas da agricultura é uma função essencial, porém complicada, observando que a maioria destes produtores adotam costumes tradicionais sem uso de instrumentos que possam facilitar e trazer eficácia para a produção.

É necessário debater assuntos que possibilitem avanços que sejam significativos para economia do município e dos produtores quanto à relação comercial e

conhecimento sobre os fatores da terra que em sua maioria passados de pai para filho, é um assunto primordial essencialmente quando tratamos da agricultura familiar, é perceptível a não aceitação de novos procedimentos, e desta forma antigos procedimentos se fazem permanente a exemplo disso às negociações são realizadas pelo próprio produtor rural a qualquer que seja o negociador.

Enfim, deixa-se como orientações para pesquisa futura, para posteriores soluções do assunto:

- a) Formas de financiamento do BNDES que possam ampliar a economia do município;
- b) A contabilidade de custos para o gerenciamento da agricultura familiar.

Portanto, a escolha e análise conforme o contexto do tema foi de mais valia, sendo capaz de conquistar os resultados almejados, relacionando à temática através do referencial teórico e a experiência vivenciada pelos produtores em suas propriedades rurais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. IBGE . INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2019. Brasil em síntese – 2017. Disponível em: < www.ibge.gov.br/brasil/ba/lafaiete-coutinho/panorama>. Acesso em: 12/04/2019

_____. Pesquisas: **Censo Agropecuário 2017**. Bahia: IBGE, 2019.

CELLA, D. **Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso de um empreendedor rural**. 2002. 166 f. Dissertação para obtenção do título de mestre (Mestre em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura, Piracicaba, 2002. [Orientador: Prof. Dr. Fernando Curi Peres]. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-23072002-162811/publico/daltro.pdf>>. Acesso em: 11 Jun. 2019.

CHIAVENATO, I. **Administração Geral e Pública: Provas e Concursos**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2006.

CREPALDI, Ricardo. **Contabilidade Rural: Uma abordagem decisória**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

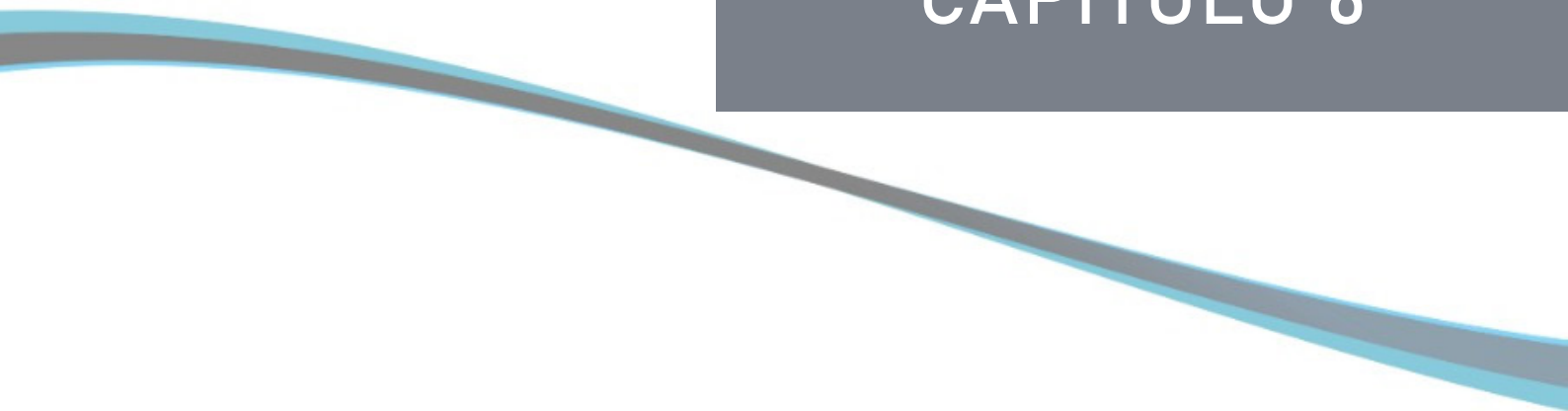
GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MOREIRA, R.J. **Agricultura Familiar Processos Sociais e Competitividade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

JESUS, P.; SILVA, R. J. **Os Desafios Do Novo Rural e As Perspectivas Da Agricultura Familiar no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://connepi.ifal.edu.br/ocs/index.php/connepi/CONNEPI2010/paper/viewFile/1407/457>>. Acesso em: 18 de mai. 2019

MOURA, L. **Benefícios da contabilidade rural para a agricultura familiar: um estudo sobre famílias na cidade Capitão Poço - Pará**. 2017. Disponível em: < http://www.eventos.ufu.br/sites/eventos.ufu.br/files/documentos/9373_-_beneficios_da_contabilidade_rural_para_a_agricultura_familiar_-_um_estudo_sobre_familias_na_cidade_de_capitao_poco_-_para.pdf>. Acesso em: 03 de mai. 2019





CAPÍTULO 6

PERFIL DE LIDERANÇA DOS GESTORES EM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO MUNICIPAIS

LEADERSHIP PROFILE OF MANAGERS IN PUBLIC MUNICIPAL
EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Renário Ferreira Ribeiro
Lawrence Matheus Soares da Silva
Ester Andressa de Oliveira Leal
Francis de Sousa Fernandes

Resumo

No âmbito da gestão escolar, há muito do que se discutir, principalmente no que diz respeito aos estilos de liderança dos gestores das instituições, a fim de agregar conhecimento. Assim, o presente artigo tem por objetivo identificar os estilos de lideranças dos gestores a partir da percepção dos seus liderados e determinar as semelhanças e diferenças entre os demais estilos de liderança gerencial trabalhados. Para tanto, foi aplicado uma escala validada de avaliação do estilo gerencial do tipo likert com funcionários de instituições de ensino da microrregião do médio Parnaíba piauiense, a fim de avaliar o comportamento dos gestores no dia a dia com seus funcionários, a escala utilizada é composta por 19 itens de forma que possa ser identificado três fatores relacionados à liderança. Os resultados expressam a predominância de um estilo voltado mais para o relacionamento na maioria das escolas pesquisadas onde este pode ser caracterizado como democrático.

Palavras chaves: Liderança; Estilos de liderança; Gestão escolar.

Abstract

In the context of school management, there is much to discuss, especially with respect to the leadership styles of managers of the institutions, in order to aggregate knowledge. Thus, this article aims to identify the managers' leadership styles from the perception of their subordinates and determine the similarities and differences between the other managerial leadership styles worked. For both, it was applied a scale validated for evaluation of the managerial style of the Likert type with officials of educational institutions of the microregion of the middle Parnaíba Piauí state, in order to assess the behavior of managers in the day to day with their employees, the scale used is composed of 19 items so that it can be identified three factors related to leadership. The results express the predominance of a style geared more to the relationship in most of the schools researched where this can be characterized as democratic.

Key-words: Leadership; Leadership Styles; School Management.



1. INTRODUÇÃO

Diante do contexto organizacional, a liderança é um dos assuntos mais abordados e analisados pelos estudiosos na área do comportamento das organizações. Tais pesquisas buscam em sua maioria analisar o líder dentro da organização, encaminhado para a função gerencial, ao invés da sua relação com o meio social ao qual está inserido. (MELO, 2013) Entretanto, não se deve confundir liderança e gerência, distintamente dos gestores que possuem autoridade formal diante do grupo, aqueles que assumem o papel de líder conseguem modificar a cultura organizacional devido ao conhecimento profundo que possuem (BERGAMINI, 2009). No âmbito escolar a liderança e a gerência estão atreladas, o gestor líder atua tanto na parte administrativa da escola como nas questões de inter-relação de comunicação da organização escolar (LÜCK, 2014).

O presente trabalho tem como problemática identificar e analisar o perfil de liderança dos gestores públicos municipais de instituições de ensino da microrregião do médio Parnaíba piauiense, através da identificação do estilo de liderança dos gestores a partir da percepção dos liderados da organização e determinar as semelhanças e diferenças entre os estilos de liderança dos gestores.

O tema liderança é bastante pesquisado no âmbito empresarial e por conta disso a gama de material acadêmico é bastante elevada, em contrapartida no que diz respeito a gestão escolar nota-se a ausência de trabalhos com uma visão administrativa acerca da temática. Partindo desta constatação, observou-se a oportunidade de realizar uma pesquisa afim de agregar conhecimento sobre o assunto abordado no artigo. A fim de qualificar a pesquisa, foi utilizado uma escala de avaliação do estilo gerencial validade, além disso, não foi constatada nenhuma utilização desta em pesquisa de artigos acadêmicos.

A pesquisa foi realizada em escolas municipais da microrregião do médio Parnaíba piauiense que compreende os municípios de Agricolândia, Água Branca, Amarante, Angical do Piauí, Arraial, Barro Duro, Francisco Ayres, Hugo Napoleão, Jardim do Mulato, Lagoinha do Piauí, Olho D'água do Piauí, Palmeirais, Passagem Franca do Piauí, Regeneração, Santo Antônio dos Milagres, São Gonçalo do Piauí, e São Pedro do Piauí. Na qual possui uma população residente de 130.789 pessoas IBGE (2010).

2. LIDERANÇA: CONCEITOS INICIAIS

A liderança como objeto de estudo do comportamento das pessoas nas organizações, tem por finalidade observar a forma como o líder age dentro de tal. O líder é aquele a qual tem a capacidade e habilidade de influenciar seus subordinados em



mutuantes situações a fim de alcançar determinado objetivo, em que este encontra-se diretamente ligado ao processo de motivação. Para, Silva, Oliveira e Prado (2005) líderes são indivíduos que por meio de suas ações agem como facilitadores de forma que consigam fazer eu um grupo de pessoas alcance uma meta, ainda segundo o autor, os líderes são responsáveis por estabelecer a direção que seus liderados devam seguir, além também de serem responsáveis por prepará-las e inspirá-las a superar as dificuldades que virem a surgir (SILVA; OLIVEIRA; PRADO, 2005, partindo desse pressuposto, liderança seria a capacidade e/ou processo de influenciar e motivar indivíduos. De acordo com Hunter (2004), liderar é a capacidade e habilidade de influenciar pessoas para que estas venham a se esforçarem e trabalharem com entusiasmo a fim de atingir um objetivo.

Sendo um processo de influenciarão, a credibilidade do líder somente se solidificará a partir do momento em que este tenha total competência para dominar recursos e transmitir aos liderados estratégias que possibilitem ser bem-sucedido diante do imprevisível, portanto liderar seria tornar possível a realização ampla daquilo que precisa ser feito baseado na decisão do líder, (BERGAMINI, 2009).

Zanotto *et al* (2015) afirma que, é papel do líder inspirar e incentivar os colaboradores para que estes venham a desenvolver uma visão ampla e compartilhada acerca dos objetivos, essa prática deve ser assumida pelo mesmo independente do contexto onde ele está atuando. A comunicação transparente sobre as metas e objetivos a serem alcançados é a principal responsável para que o líder direcione os esforços da equipe, fazendo com que o grupo se mobilize em prol do coletivo.

Inúmeras teorias surgiram com o objetivo de estudar a liderança, onde evidencia-se como a precursora desses estudos a teoria dos traços, de acordo com esta teoria os líderes propriamente ditos são aqueles dotados de uma série de características na sua personalidade, tais características são hereditárias além de permitir que o mesmo se diferencie dos seus seguidores, (MELO, 2013). Partindo desse pressuposto entende-se que para ser um líder o principal quesito é ter uma série de características de personalidade pré-definidas e herdadas. Além da teoria dos traços surgiram também teorias voltadas para a produtividade onde estas passaram a estudar o comportamento dos líderes das organizações, Melo (2013) afirma, que a forma com que o líder se comporta dentro da organização se relaciona diretamente com a motivação, qualidade e desempenho de seus seguidores dentro da mesma, dessa forma compreendemos que a maneira que o líder se comporta na organização influência direta ou indiretamente no comportamento dos colaboradores.

Ainda falando sobre a evolução das teorias temos a teoria contingencial de Fiedler, onde esta, representa uma virada de chave no que diz respeito às investigações sobre liderança deixando de focalizar apenas no líder e nas situações onde o mesmo atua e passa a enfatizar a importância do ajuste entre estilo de liderança e situação (CRUZ, NUNES e PINHEIRO, 2010). Essa teoria enfatiza três fatores importantes sobre o estilo de liderança, o primeiro deles é o fator tarefa onde este no mesmo o líder enfatiza a realização dos trabalhos levando em consi-



deração os aspectos técnicos, observando também os padrões e dando importância às questões hierárquicas; o segundo fator é o de relacionamento onde o líder dá importância para as relações interpessoais existente no âmbito da organização, a principal característica desse fator o alto nível de participação dos colaboradores; por fim temos o fator situação onde tem-se como palavra-chave a adaptação, pois o líder tende a identificar a realidade onde está inserido e a se adaptar a ela, nesse contexto o líder passa a ser flexível para poder variar seu comportamento de acordo com as carências de seus colaboradores, (MELO, 2013).

Com base nessas teorias podemos compreender melhor a evolução e o conceito de liderança ao longo dos tempos. Para melhor compreensão do tema abordado serão apresentados ainda, os conceitos de liderança gerencial e Gestão escolar.

3. LIDERANÇA GERENCIAL

Indubitavelmente, a função do gerente no processo de liderança tem como propósito entender e conduzir seus liderados debaixo de sua autoridade a fim de fazer com que aconteça as mudanças indispensáveis com o intuito de garantir a sobrevivência da empresa (CAMPOS, 2004). A estrutura organizacional provém do poder gerencial, que proporciona firmeza, ordem e resolução de impasses na estrutura. De outro modo, o poder de liderança flui de fatores pessoais, que promovem interesses pessoais, fins e valores (SILVA, OLIVEIRA, PRADO, 2005). Os gerentes, muitas vezes, gerenciam departamentos, gerenciam pessoas, mas não os lideram. A liderança eficaz os motiva voluntariamente, e esta é a palavra-chave, a dedicarem suas mentes e atributos físicos por um objetivo maior. Liderança e gerência não devem ser confundidas, Fiorelli (2000) afirma que, no ambiente organizacional, o gerente executa fins específicos precisos, fazendo uso da influência para com que uma ou mais pessoas exerçam seus papéis, recorrente do poder racional-legal.

Assim, Oliveira (2010) afirma que: "As formas de dirigir são variáveis, porém a direção desenvolvida com honestidade estabelece um clima mais favorável à confiança, facilitando, assim, a consecução dos objetivos empresariais." Os fatores situacionais foram defendidos pela abordagem contingencial como ponto principal sobre qualquer percepção de liderança, procurando caracterizar as variáveis situacionais que regulam a realidade das distintas abordagens de liderança. (CLEGG, HARDY, NORD, 2014)

Com base nos assegura Zaleznik (1977), a diferença principal entre gerentes e líderes está nas visões que eles mantêm, os gerentes se envolvem no processo buscando firmeza e o controle, como também a procura pela resolução dos problemas de forma breve e imediata. Os líderes, segundo ele, buscam sempre suportar o caos e a ausência de estrutura, bem como, a disposição de entender melhor as questões. Liderar e gerenciar são funções opostas, entretanto ambas são essen-



ciais simultaneamente dentro de uma mesma organização. (BERGAMINI. 2002). Faz-se necessário salientar que ser um líder gerencial não soa como algo mal, visto que as organizações precisam das atribuições de uma liderança nesta categoria. Todavia, a quantidade intensa de empresas que são dirigidas por esse tipo de liderança se torna possível, elas não agregam valor, mas sim conservam o valor (ROWE, 2002).

4. LIDERANÇA E GESTÃO ESCOLAR

Evidentemente a liderança tem se mostrado uma peça chave para o engajamento das pessoas nos processos grupais. Para Bass (1999) os líderes são impulsionadores de transformações, no qual estruturam e reestruturam um cenário para atender às suas expectativas e as dos demais membros da organização, utilizando-se da sua personalidade como ferramenta para influenciar e persuadir.

Conforme Lück (2009) a liderança é um processo de influência e motivação realizados no processo de gestão, visando promover o capital humano na consecução das atividades, e realização dos objetivos, é orientada por visão holística da organização e com objetivos de melhoria contínua onde atendam a organização como um todo. Nesse sentido, a liderança é uma habilidade essencial para o gestor escolar, visto que este é o responsável pela tomada de decisão e orientação das atividades escolares, visando coordenar e contribuir na dinâmica dos processos sociais, e podendo atuar em múltiplas dimensões, com o desafio de manter a escola funcionando e alcançando seus objetivos. Além disso, visa promover o desenvolvimento das potencialidades da gestão educacional (LÜCK, 2009).

O conceito de liderança encontra-se atrelado a gestão. De acordo com o programa de formação de gestores Cedhap (2003, p. 2) apud Lück (2014) “gestão escolar consiste no processo de mobilização e orientação do talento e esforços coletivos presentes na escola em associação com a organização de recursos e processos”. O principal enfoque da gestão escolar é a atuação em educação, diante disso, as ações devem atuar de acordo com as diretrizes e políticas educacionais presentes no projeto pedagógico para atingir os objetivos do ensino e coordenar as atividades da organização de maneira integrada. (Lück, 2009).

Nesse aspecto, surge a importância de se analisar a liderança como fator importante na execução das atividades, como afirma Campos (2004) o líder é o impulsionador das mudanças, criando novas visões e necessidades, mobiliza os esforços para as atividades e destaca o compromisso como essencial para alcance dos objetivos. Por meio da liderança o gestor integra a participação crítica da comunidade na execução do planejamento e desenvolvimento dos projetos educativos.

Dessa forma, o gestor escolar possui papel fundamental para o alcance desses objetivos e na integração de todos os colaboradores da gestão, pautados na



competência e na efetivação de planejamentos. Assim Lück (2009) destaca que o gestor escolar deve possuir múltiplas competências para atuar, sendo necessário que tenha embasamento teórico fundamentado nos aspectos educacionais e da gestão escolar, atentando-se para as normas legais e práticas organizacionais e possuir visão holística englobando a realidade interna e externa à escola, visto que o objetivo da escola é a formação de pensadores.

Para Colombo (2004), o sistema de gestão escolar baseia-se numa relação de cooperação entre o âmbito escolar interno e externo, buscando profissionais que se coloquem como sujeitos ativos do aprendizado, capazes de trocar conhecimento e experiências, no qual sua postura com as práticas escolares esteja em conformidade com os objetivos da escola. Nesse sentido, é necessário “à ação de um líder capaz de mobilizar a equipe, que tenha credibilidade como implementador e seja inovador, visionário. (...) assumir seu papel como aprendiz e investir na sua própria reciclagem” (COLOMBO, 2004, p. 242). Oliveira et al (2010), considera que o gestor escolar democrático visa proporcionar o desenvolvimento da escola através da valorização do trabalho coletivo e das relações interpessoais.

5. METODOLOGIA

A pesquisa consiste na conduta racional e na sistematização que tem por finalidade tornar proporcional a resolução de problemas, quando não se tem informação, ou quando tal instrução disponível está sem orientação, havendo a impossibilidade de relacioná-la com o problema (GIL, 2010).

As opções metodológicas dependem principalmente do objeto a ser avaliado, e os objetivos determinados na pesquisa. Dessa forma, pretendeu-se caracterizar os estilos de liderança de gestores a partir da percepção de seus liderados em escolas municipais da microrregião do médio Parnaíba piauiense.

Quanto a abordagem é uma pesquisa quantitativa-descritiva, pois o estudo visa quantificar e analisar os dados e resultados obtidos, além de descrever características variáveis quantitativas de uma população como um todo. Segundo Marconi pesquisa quantitativa-descritiva “consistem em investigações de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou a análise de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas ou o isolamento de variáveis principais ou chave.” (MARCONI, 2010, p. 170)

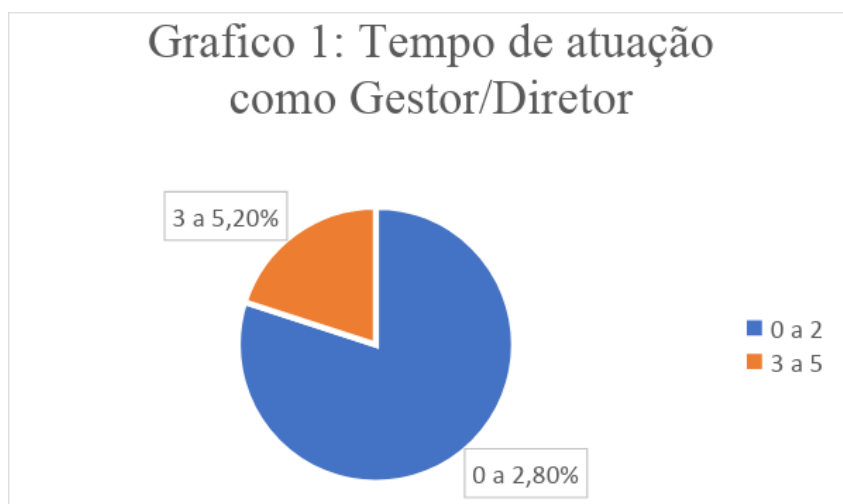
Para o levantamento dos dados, utilizou-se uma escala de avaliação do estilo gerencial do tipo likert com 19 itens, e três variáveis, sendo estas a variável tarefa, relacionamento e situação. A escala será aplicada aos subordinados que atuam nas escolas públicas municipais da microrregião do médio Parnaíba, onde está tem por finalidade segundo, Melo (2013, p. 227) “descrever os comportamentos apresentados pelas chefias no dia-a-dia de trabalho com seus subordinados”.



Ademais, classificar de acordo com sua atuação, avaliando o quesito de efetivação de atividades referentes ao trabalho, o relacionamento interpessoal do líder com seus subordinados e a habilidade de constatar a realidade no círculo de trabalho e adaptação ao estilo deste meio.

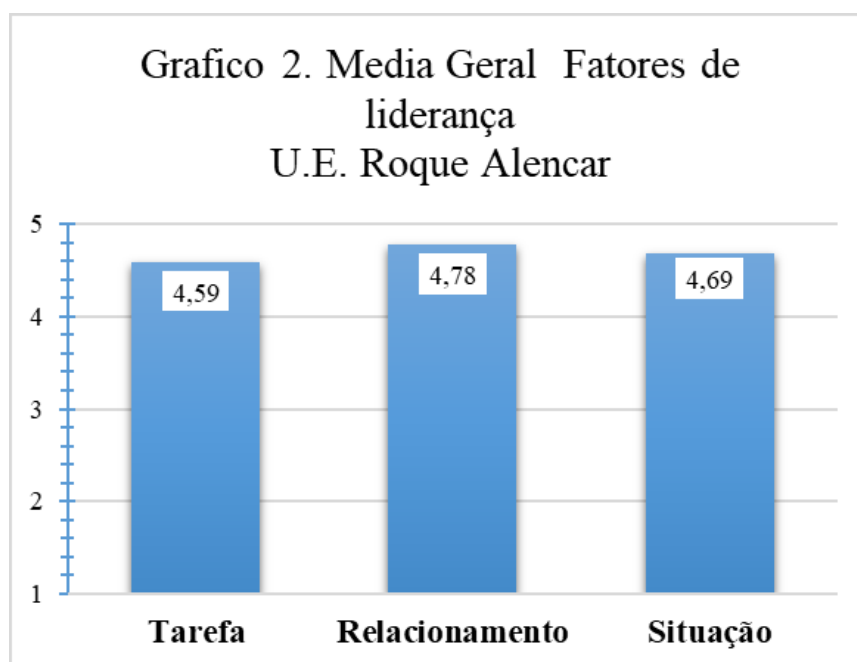
A análise dos resultados será obtida através do cálculo da média das respostas, de acordo com as variáveis tarefa, relacionamento e situação. A média compreenderá um valor que vai de 1 a 5, que representa a amplitude das respostas. Esta irá definir as percepções dos subordinados quanto ao estilo de liderança de seus gestores. A escala foi aplicada em 5 escolas da microrregião do Médio Parnaíba, e obteve uma amostra de 73 respondentes, primeiramente foi demonstrado o tempo de atuação dos gestores das escolas pesquisadas e logo após são expostos os dados obtidos em cada instituição.

6. RESULTADOS



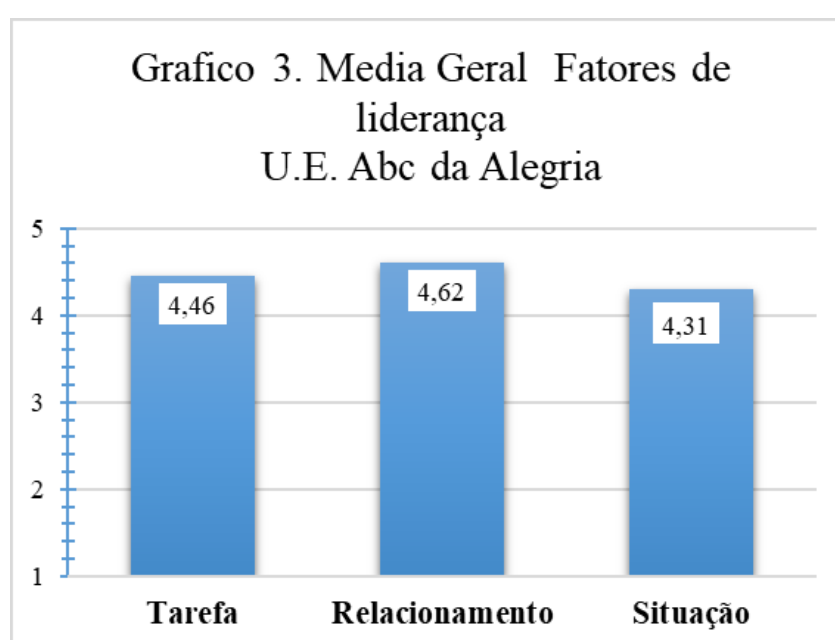
Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

Com base nos dados adquiridos pode-se constatar que o tempo máximo de atuação como gestor é de até 5 anos, onde quatro dos diretores abordados estão no cargo a menos de três anos e apenas um está a mais tempo no cargo, isso demonstra que a gestão em algumas dessas escolas muda com uma certa frequência.



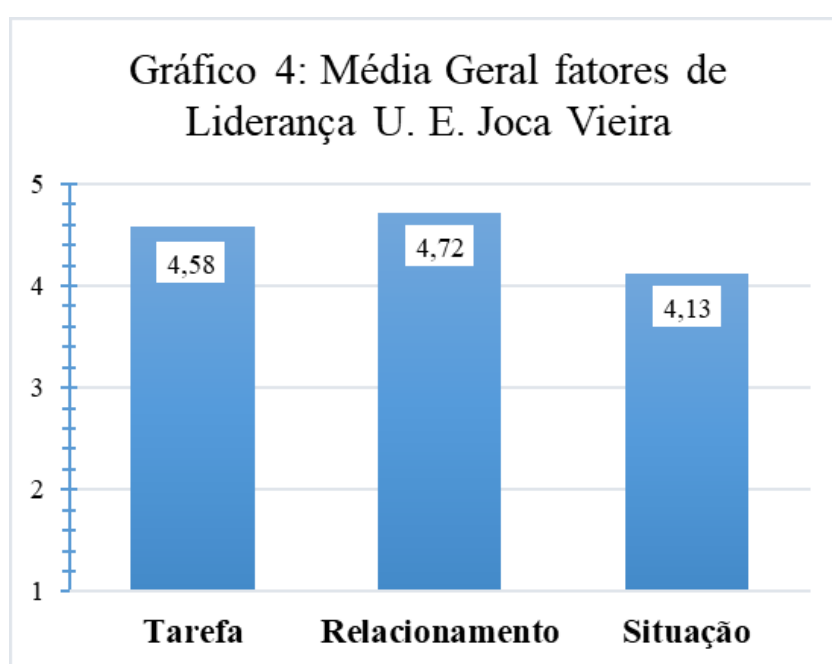
Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

O gráfico acima demonstra a média geral dos fatores de liderança obtidos através da aplicação da escala de avaliação dos estilos de liderança, com base nessa média o estilo de liderança do diretor da Unidade Escolar Roque Alencar pode ser definido como um estilo voltado ao relacionamento, onde segundo Melo (2013) o líder preza por um bom relacionamento interpessoal para com seus colaboradores, onde este é caracterizado por confiança mútua, amizade e calor humano nas relações. Analisando esse fator podemos concluir que o líder valoriza a individualidade dos seus subordinados além de dar importância às relações interpessoais, ou seja, esse é um estilo de liderança orientado para pessoas. Fazendo um paralelo com outras teorias acerca da liderança podemos definir essa forma de liderar como sendo uma forma democrática, onde está preza pela influência e participação dos subordinados nas tomadas de decisões.



Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

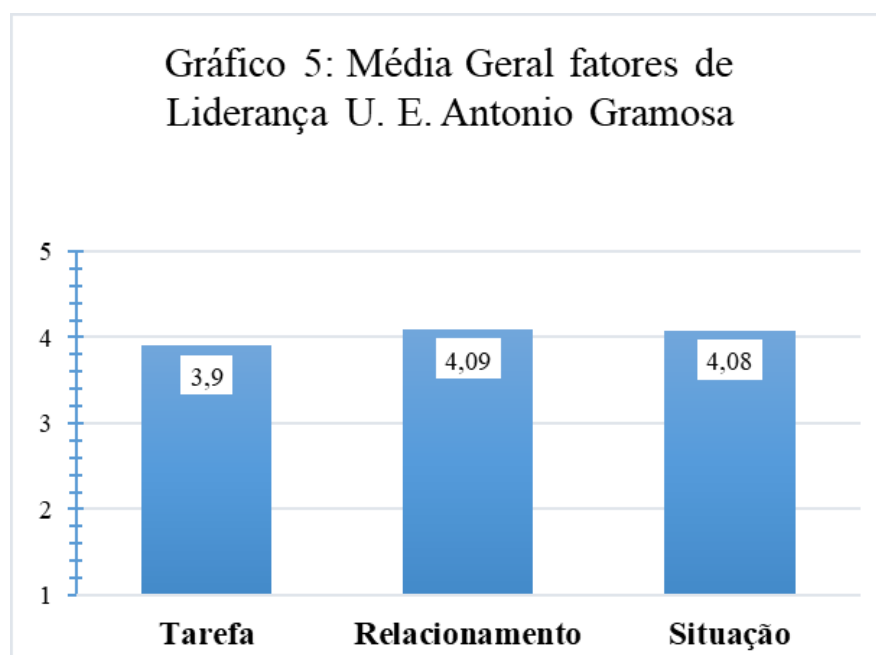
Com base nos dados obtidos na Unidade Escolar Abc da Alegria podemos evidenciar que assim como na U. E. Roque Alencar existe um certo equilíbrio entre os fatores tarefa e relacionamento, sendo enfatizado como predominante a questão do relacionamento entre líder e liderado, assim podemos concluir também que o diretor (a) da dita escola preza pelas relações interpessoais dentro da organização, caracterizando assim sua forma de liderar como sendo democrática. No entanto vale ressaltar que o diretor mesmo tendo um estilo voltado para o relacionamento o diretor valoriza o respeito à autoridade, isso pode ser evidenciado na média do item 17 da escala de avaliação, onde esta se mostra como a maior dentre as demais médias. Com isso podemos concluir que mesmo se caracterizando como estilo de liderança voltado para o relacionamento o gestor da escola valoriza alguns princípios do estilo voltado para tarefas. (MELO, 2013)



Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

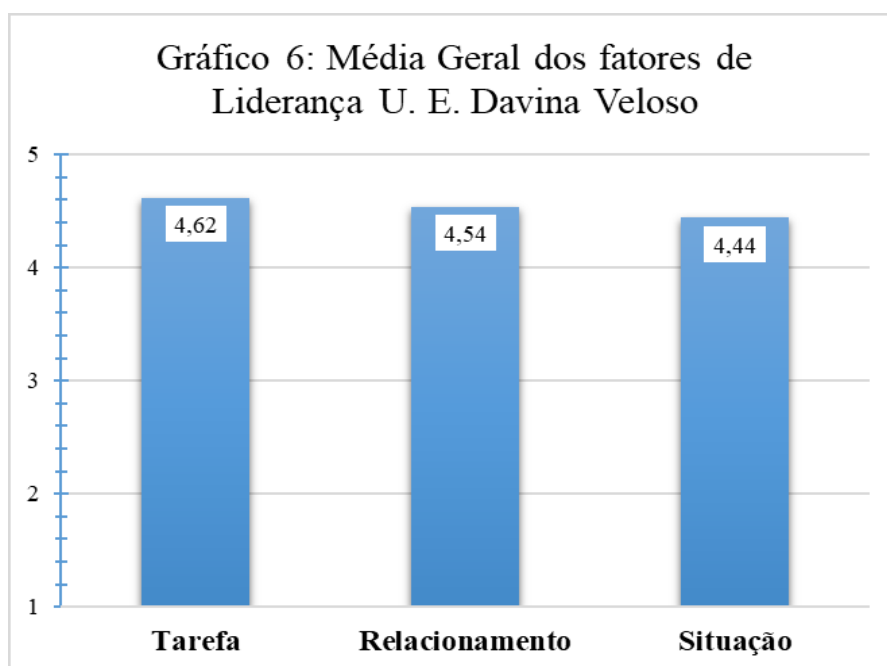
Analizando os dados obtidos através da pesquisa podemos evidenciar que, assim como nas demais escolas o gestor (a) da U. E. Joca Vieira tem seu estilo de liderança voltado ao relacionamento, enfatizando as relações interpessoais existentes entre líder e liderados e assim sendo caracterizado como líder democrático, contudo podemos evidenciar que mesmo sendo um líder democrático o gestor (a) da presente escola valoriza a subordinação, ou seja, o diretor (a) enfatiza a questão hierárquica, de forma que os subordinados devem respeitar suas posições hierárquicas (MELO, 2013).





Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

Referente ao gráfico analisado acima da Unidade Escolar Antônio Gramosa percebe-se a existência da predominância do fator relacionamento, no qual o líder estima por uma gestão participativa, valorizando as relações interpessoais e trabalho em equipe, confiabilidade e mostra-se aberto para receber as opiniões dos colaboradores. No entanto, é possível observar no gráfico a proximidade do fator situação, na qual Melo (2013) demonstra que o fator situação refere-se à inter-relação dos fatores tarefa e relacionamento, na qual o líder encontra-se voltado para a execução e valorização das relações de trabalho.



Fonte: autores (2018), com base nos dados da pesquisa.

De acordo com os dados analisados na Escola Municipal Davina Veloso, foi pos-

sível constatar que em relação às demais escolas pesquisadas, esta possui o fator tarefa como predominante na relação entre o líder e liderado, onde este preza por uma relação autocrática, na cobrança e exigência aos demais colaboradores na realização das atividades internas, segundo Melo(2013), o fator tarefa concerne à hipótese que o líder tem de determinar o seu papel aos seus liderados na procura da realização dos objetivos, este dá ênfase ao trabalho, hierarquização e realização de tarefas. Contudo, o gráfico demonstra que existe uma proximidade entre o fator relacionamento e o fator tarefa dando aporte para a hipótese de que mesmo sendo um líder com estilo voltado para a autocracia, o mesmo estabelece a uma relação de trabalho caracterizada pela confiança mútua, respeito e relacionamento interpessoal com seus subordinados.

7. CONCLUSÃO

Para compreender melhor a temática foram abordadas teorias acerca do tema liderança onde dentre eles foram expostas a teoria dos traços que afirmava que o líder era um indivíduo dotado de características na sua personalidade, outra teoria abordada foi a dos estilos de liderança que trazia em sua essência três formas de liderar: a autocrática, a democrática e a liberal e para finalizar veio a teoria contingencial com Fiedler onde o mesmo aponta três fatores para identificar o perfil de liderança que são eles, o fator relação, o fator estrutura da tarefa e por fim o fator posição de poder. Além do conceito de liderança e as principais teorias acerca da temática, foi abordado também a diferença existente entre liderar e gerenciar, além de elencar os conceitos acerca da liderança e gestão escolar.

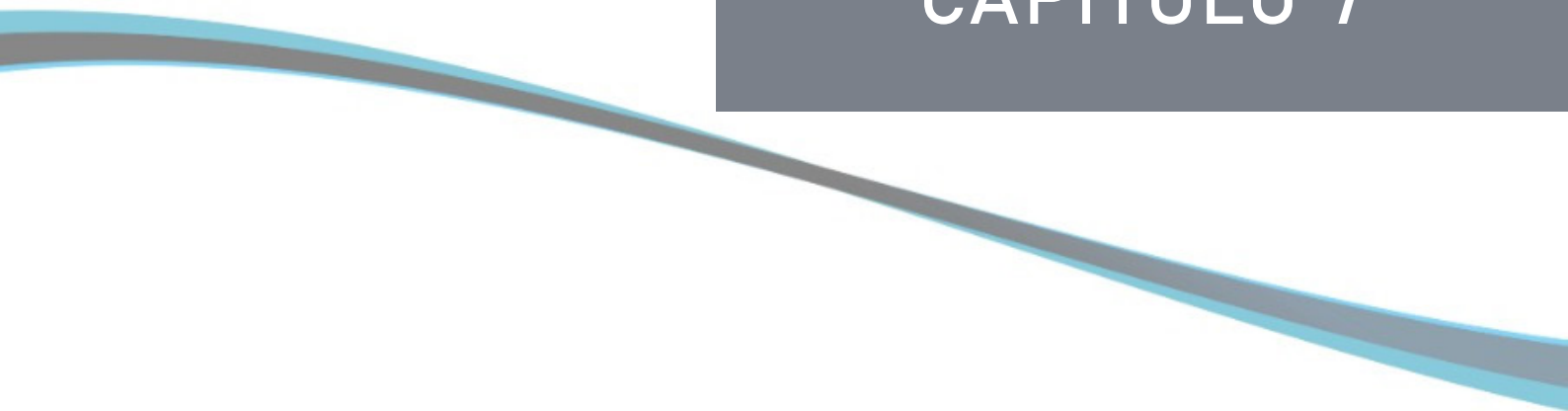
Através das análises dos dados obtidos até o momento ficou evidente que em sua maioria, os gestores das escolas estudadas têm seu perfil de liderança voltado para o relacionamento, entretanto constatou-se na U. E. Davina Veloso a predominância do estilo de liderança voltado para as tarefas. Com isso podemos levantar duas hipóteses, a primeira é de que o estilo de liderança predominante nas instituições estudadas até o momento é o voltado para o relacionamento, portanto conclui-se que este caracteriza-se como democrático, pois aquele no papel de líder preza pela relação interpessoal com seus subordinados. A segunda é de que mesmo sendo o aspecto mais preponderante, o fator relacionamento não é o padrão entre os estabelecimentos de ensino pesquisados tendo o fator tarefa como prevalência em algumas destas instituições de ensino.



REFERÊNCIAS

- BASS, B. M. **Bass & Stogdill's handbook of leadership**: theory, research, and managerial applications. New York: The Free Press, 1990.
- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **O líder eficaz**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Liderança**: Administração do sentido. 2. Ed. – São Paulo; Atlas, 2009.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia**. 8. ed. IDG Tecs, 2004.
- COLOMBO, Sonia et al. **Gestão educacional**: uma nova visão. Porto Alegre: Artmed, 2004. P.242.
- CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. **Handbook de estudos organizacionais**- vol. 3, ed. São Paulo, Atlas, 2014.
- CRUZ, M. R. P.; NUNES, A. J. S.; PINHEIRO, P. G. **Teoria Contingencial de Fiedler: aplicação prática da escala Least Preferred Co-Worker (LPC)** Disponível em <http://wdge.ubi.pt/investigacao/TDiscussao/2010/TD08_2010.pdf> Acesso em 14 de Julho 2019.
- FARIA, Carlos Alberto de. **Definição de liderança**. Boletim Eletrônico Semanal (BES). 2003. Disponível em: <http://merkatus.com.br/10_boletim/73.htm> Acesso em: 07 de mar. 2019.
- FIORELLI, José Osmir. **Psicologia para administradores**: integrando teoria e prática. - São Paulo: atlas, 2000.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2010.
- HUNTER, James C; O Monge e o Executivo: uma história sobre a essência da liderança. Editora Sextante, Rio de Janeiro. 2004.
- LÜCK, Heloísa. **Dimensões da gestão escolar e suas competências**. Curitiba: Positivo, 2009. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2190198/mod_resource/content/1/dimensoes_livro.pdf> Acesso em: 19 de mar. de 2019.
- LÜCK, Heloísa. **Liderança em gestão escolar**. 9. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.
- MELO, Eleuni A. de Andrade. Liderança Gerencial. In: Siqueira, M.M. Matias. (ORG.). **Novas medidas do comportamento organizacional**: ferramentas de diagnóstico e de gestão, São Paulo: Artmed, 2013. P. 227.
- OLIVEIRA, Dalila. **Política e gestão da educação**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- ROWE, W. Glenn. Liderança estratégica e criação de valor. RAE - Revista de Administração de Empresas. RAE • v. 42 • n. 1 • Jan./Mar. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v42n1/v42n1a03>>; . Acesso em: 02 Ago. 2019.
- SILVA, E. A. da; OLIVEIRA, J. F. de; PRADO, J. **Gestão de Negócios** - São Paulo: Saraiva, 2005.
- ZALEZNIK, A. Managers and leaders: are they different? Harvard Business Review, p. 67- 78, may-jun, 1977. Disponível em: <<https://hbr.org/2004/01/managers-and-leaders-are-they-different>> Acesso em: 02 Ago. 2019.
- ZANOTTO, Mayara Pires. *Et al.* **Análise dos Comportamentos e Práticas de Liderança Docente em uma Universidade Brasileira**. In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO. 15. Caxias do Sul: UCS, 2015. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucsppga/xvmostrappga/paper/view/4280>>. Acesso em: 14 de jul. 2018.





CAPÍTULO 7

O PAPEL DO ADMINISTRADOR QUANTO À ESTRATÉGIA, PLANEJAMENTO E DECISÕES

THE ROLE OF THE MANAGER REGARDING TO STRATEGY, PLANNING
AND DECISION MAKING

Fernando Húngaro Lemes Gonçalves
Rosália Maria Passos da Silva

Resumo

Este trabalho se dedicou a discutir a importância da estratégia, do planejamento e da tomada de decisões na vida do administrador, transmitindo ao leitor a importância de cada um destes tópicos, salientando seus pontos de convergência e informando sobre sua constituição e métodos que possam facilitar o trabalho da administração. O texto se apresenta na forma de ensaio teórico, e busca uma discussão interpretativa em linguagem acessível e apresentada de forma a contribuir com os conhecimentos dos estudantes de administração, sejam eles ou não parte do meio acadêmico. Inicia-se com um breve contexto histórico do papel da administração e do administrador, demonstrando ainda a rápida evolução das necessidades humanas em relação às organizações e a forma como elas impactam a sociedade. Em seguida são discutidas importantes considerações acerca de estratégia, planejamento e decisões, apresentado métodos e conclusões amplamente discutidos pela literatura científica em administração.

Palavras-chave: multi-critério, negócios, empresas.

Abstract

This work was dedicated to discussing the importance of strategy, planning and decision making in the manager's life, transmitting to the reader the importance of each of these topics, highlighting their points of convergence and informing about their constitution and methods that can facilitate the administration work. The text is presented in the form of a theoretical essay, and seeks an interpretive discussion in accessible language and presented in a way that contributes to the knowledge of business students, whether or not they are part of the academic environment. It begins with a brief historical context of the role of management and the administrator, also demonstrating the rapid evolution of human needs in relation to organizations and the way they impact society. Then, important considerations about strategy, planning and decisions are discussed, with methods and conclusions widely discussed in the scientific literature on management.

Keywords: multi-criteria, business, companies.



1. INTRODUÇÃO

Ao estudar administração, muito se lê e se ouve sobre planejamento e tomada de decisão. Estas duas áreas de estudo possuem uma vasta gama de publicações e estão presentes em muitas das discussões corporativas sobre gestão de negócios. Porém, muitas vezes estas discussões são apresentadas de maneira extremamente técnica, o que torna difícil a compreensão em um primeiro momento, principalmente ao estudante ou ao empresário que estiver iniciando sua jornada pelo conhecimento das ciências presentes na administração.

O objetivo deste trabalho é promover uma discussão simplificada em torno destes dois assuntos, que aqui se apresentam conjugados, com o objetivo de facilitar seu entendimento, uma vez que os processos de planejamento e decisão são elementos complementares um do outro, pelo simples fato de que não há sentido em planejar sem fazer com que os planos se realizem por meio das decisões.

O administrador contemporâneo possui a missão de lutar diariamente para superar desafios relacionados à evolução crescente da tecnologia, dos hábitos das pessoas enquanto clientes internos e externos de suas atividades, das pressões do dinâmico mercado financeiro e da competitividade da concorrência, onde um pequeno diferencial mercadológico pode ditar a sobrevivência ou mortalidade de um negócio, além de lidar com pressões da vida pessoal que se relacionam como sua extensa jornada de trabalho. Este conjunto de fatores exige do administrador capacidade de planejar e traçar estratégias, tanto mercadológicas quanto para a gestão de suas próprias atribuições, além da necessidade de aplicar estas estratégias por meio de um dinâmico processo de decisão (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2010).

Para que se compreenda a formação desta gama de atribuições às quais o administrador contemporâneo está submetido em sua rotina de trabalho, e se tenha uma dimensão mais precisa das reais atribuições do administrador em seu trabalho, apresentamos um breve contexto histórico, contendo algumas das mudanças mais proeminentes do mundo dos negócios, onde é possível identificar o surgimento de alguns dos aspectos mais importantes da administração.

2. CONTEXTO HISTÓRICO DE ASPECTOS IMPORTANTES DA ADMINISTRAÇÃO

Com o advento da revolução industrial, o homem deixou o sistema de produção baseado em manufaturas e passou a trabalhar em grupos, que figuraram como as primeiras células de produção industrial. Estes grupos passaram a ser gerenciados e a ter suas tarefas divididas por etapas, o que muito diferiu do trabalho de



manufatura, onde os trabalhadores produziam uma única peça, do início ao fim. Na indústria, cada etapa de produção passou a ser calculada e dotada de novos métodos e ferramentas, o que permitiu produzir mais unidades de produto em um menor tempo, utilizando-se de menor quantidade de matéria prima, otimizando assim a produção (BRAVERMAN, 1998).

Dado este passo na evolução dos sistemas produtivos, o próprio trabalho humano passou a ser visto como algo ao qual poderia ter um valor atribuído, uma vez que a natureza do trabalho deixou de ser a de artesanato, que confeccionava uma peça inteira com a qualidade que a experiência prática lhe conferia; mas, o trabalho passou a ser facilmente realizado em iguais condições de qualidade, por praticamente qualquer pessoa que recebesse um treinamento na produção daquela peça específica (BRAVERMAN, 1998).

Historicamente, um dos responsáveis pela transformação da indústria foi o engenheiro mecânico Frederick Winslow Taylor (1856 - 1915), que, com o objetivo de reduzir os custos de produção em sua unidade, efetuou diversas experiências relacionadas à produtividade de funcionários e equipamentos em uma indústria siderúrgica. Taylor estudou sobre os tempos e movimentos realizados por funcionários e equipamentos da indústria. Em decorrência de seus estudos, estabeleceram-se diferentes cotas de pagamentos para os funcionários, baseando-se no que foi considerado o “melhor dia de trabalho”, que se pautava no melhor desempenho obtido pelo funcionário mais produtivo da indústria. Foi iniciada, então, uma busca por maior produtividade ao menor custo possível. As experiências de Taylor deram início a um movimento chamado Taylorismo (BRAVERMAN, 1998; SILVA, 2011).

Como consequência natural do desenvolvimento, e altamente influenciado pelo Taylorismo, o mundo corporativo se organizou de forma a priorizar velocidade e qualidade de produção ao menor investimento, utilizando-se cada vez mais, de técnicas e equipamentos modernos que figurassem como diferencial competitivo. Para que isto fosse possível, se tornou cada vez mais necessário o papel do gerente: um profissional com a responsabilidade de pensar e planejar as ações a serem executadas pelos funcionários, calculando métodos, equipamentos, matéria prima e tempo necessários para a produção, bem como coordenando e fiscalizando o trabalho dos seus subordinados. A partir de então, foram surgindo novos métodos de administração (BRAVERMAN, 1998).

A administração contemporânea advém diretamente deste período histórico, mantendo a necessidade de pensar os meios e recursos de produção, custos de produtos, processos, estoques, mão de obra etc. Porém, existem também grandes diferenças, como a consideração do elemento humano da produção, diferenciando-o de uma máquina, ao qual fora associado no período do Taylorismo. O evento histórico mais proeminente neste sentido foi o experimento de Hawthorne (HANSSON; WIGBLAD, 2006).

O experimento de Hawthorne ocorreu nos Estados Unidos da América, em



1927, e foi um importante estudo para observação do elemento humano na produção. Esta pesquisa se dedicou a analisar o comportamento de funcionários de uma fábrica da Western Electric Company, quanto à sua reação em relação a mudanças no ambiente de trabalho, e na carga ou volume de trabalho a que cada um estava responsável. O experimento de Hawthorne ficou mundialmente conhecido pelos seus resultados, e suscitou grande discussão sobre condições de trabalho e a consideração do ser humano no ambiente laboral, servindo como base para a Teoria das Relações Humanas (HANSSON; WIGBLAD, 2006).

A partir deste momento, cada vez mais estudos surgiram para identificar pontos onde a gestão empresarial poderia utilizar métodos questionáveis de produção em busca de alta lucratividade a menores custos. Alguns destes estudos evidenciaram a necessidade de haver mais equidade em relações de trabalho, melhor uso dos sistemas legais dos países para o desenvolvimento tecnológico, social e ético, além de resultarem em novas teorias sobre o uso de recursos do meio ambiente, como terras, minérios, água, combustíveis fósseis, dejetos industriais, e o aproveitamento de determinadas matérias primas em detrimento de outras, devido a suas características e riscos naturais. Uma vez detectados pontos onde a gestão de negócios poderia estar sendo negligente, surgiram áreas de estudo como a economia ambiental, economia ecológica e economia circular. Esta preocupação com o uso de recursos gerou movimentos sociais e novos hábitos, como os movimentos minimalista, vegetariano e vegano, por exemplo.

É possível observar, hoje, que a administração trata não somente dos itens mais básicos relacionados a um negócio, como custos, lucros e operações, mas envolve toda uma gama de considerações por parte do administrador ao tomar suas decisões, efetuar um planejamento, ou traçar uma estratégia de negócios. O mundo moderno é complexo, onde todas as relações estão expostas e interligadas, levando a mudanças rápidas de cenários, tecnologias e hábitos de consumo. A administração contemporânea é pautada no dinamismo e na interconexão do mundo atual.

3. ESTRATÉGIA, PLANEJAMENTO E DECISÕES EM ADMINISTRAÇÃO

A administração de um negócio envolve considerações sobre aspectos internos e externos da organização, seja de pequeno, médio ou grande porte. É necessária, ao administrador, uma gama de conhecimentos sobre quesitos básicos de gestão, como a administração financeira; a idealização e promoção de sua marca, que envolvem práticas de marketing; a gestão de produção; o planejamento e controle de estoques de produtos, além da gestão de estoques de matéria prima; e, como uma das suas mais importantes atribuições, figura a gestão de pessoas. Estes são exemplos dos focos da gestão mais básicos e primordiais que um administrador deve possuir ao iniciar sua carreira de trabalho, para que, a partir daí, possa desenvolver suas competências e potencialidades em tópicos mais complexos e dinâ-



nicos (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2010).

É possível observar, portanto, que o administrador deve ser um profissional polivalente, detentor de conhecimentos que o permitam gerenciar diferentes tipos de situações ao mesmo tempo. Estas potencialidades podem ser amplificadas por meio do uso de um planejamento eficiente das atividades, aliado a decisões acertadas e precisas, que encaminhem as atividades na direção dos planos efetuados.

Planejar, no contexto empresarial, é uma matéria que demanda um planejamento de si mesmo, uma vez que esta atividade consome tempo e dedicação. A questão sobre “como” e “quando” também deve ser considerada, uma vez que o administrador, muitas vezes, possui agenda e jornada de trabalho cheias de atividades importantes que demandam sua atenção. Portanto, a própria atividade de planejar consumirá do administrador tempo que poderia ser aplicado em importantes tarefas que realiza em sua rotina de trabalho, e isto deve ser considerado ao se decidir a efetuar o planejamento (BRINCKMANN *et al.*, 2019).

Estudos sobre a forma como o planejamento acontece nas empresas têm sido realizados, e os resultados demonstram informações sobre o perfil do administrador. Em empresas onde o administrador possui alto grau de escolaridade, existe maior tendência em se efetuar um planejamento formal e escrito, onde é possível visualizar certa dificuldade prática em sua aplicação. Em organizações onde o profissional da administração possui maior experiência prática do que acadêmica, existe uma tendência maior em haver um planejamento não formal e não escrito, onde as ações tendem a ser pautadas na prática. Existe ainda um terceiro cenário, onde não há planejamento, isto é visualizado, principalmente, em ambientes onde há muita instabilidade de acontecimentos. Tal instabilidade acaba por inviabilizar a atividade de planejamento, se tornando o não planejamento também uma ferramenta útil nos casos de incertezas e dinamismo (BRINCKMANN *et al.*, 2019).

É importante considerar que planos para o gerenciamento de um negócio serão feitos, principalmente, a partir da experiência e conhecimento do administrador. Estes planos refletirão os conteúdos enraizados no profissional que opera o planejamento. Portanto, planejamento de negócios pode ser pautado em teorias e estudos formais, nas experiências do dia-a-dia de negócios e nas características empreendedoras do administrador. A maior importância em efetuar um planejamento, é que este esteja de acordo com a realidade da empresa e considere fatores essenciais para seu sucesso. Um planejamento formal e escrito, impresso em muitas páginas e encadernado, mas que não é executado, vale menos do que um planejamento informal e apenas pensado, mas que é executado e revisto durante sua execução (BRINCKMANN *et al.*, 2019).

Para tanto, salienta-se a importância de pensar a forma como o planejamento será efetuado e apresentado, ou seja, quanto tempo este planejamento levará para ser feito, e se o mesmo será composto e apresentado em forma de documento formal ou apenas em forma de considerações e direcionamentos mentais. Estas



decisões ficam a cargo da parte cognitiva do administrador, que deverá ponderar pontos positivos e negativos de cada uma das opções. Algo importante a ser considerado neste contexto, é o fato de que um planejamento informal e apenas pensado pode sofrer alterações imprevistas por motivos simples, como o impedimento do administrador em estar na hora e lugar necessários para a tomada de decisão, delegando esta à pessoas que não estejam a par do planejamento, ou, por mera falha de memória do administrador, entre outros (BRINCKMANN *et al.*, 2019; MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2010).

Uma vez que o profissional da administração considerou e compreendeu qual será a forma em que tal planejamento irá se apresentar ou será composto, dedicou tempo e recursos para esta atividade, e decidiu pormenores relacionados à planejar os negócios de sua empresa, é hora de definir o tipo de estratégia que a organização adotará. Sem a definição de uma estratégia, dificilmente se alcança um planejamento que leve a empresa na direção da saúde financeira e organizacional (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2010).

Estratégia está intimamente vinculada ao planejamento, e é praticamente impossível trabalhar um deles sem que seja necessário compreender o outro. A estratégia empresarial analisa os objetivos que dizem onde a empresa quer chegar, e define os passos a serem dados para chegar a este destino. O planejamento está encarregado de garantir que estes passos sejam dados exatamente na direção estabelecida pela estratégia, pois somente assim serão alcançados os objetivos. Portanto, estratégia e planejamento são itens conjugados e necessários um ao outro. Desta forma, o administrador deve, antes de mais nada, se perguntar:

- Quais são os objetivos do meu negócio?
- Qual é a estratégia para alcançá-los?

Percebe-se que a atividade de planejar consome tempo e requer do profissional de administração considerações profundas acerca de seu trabalho, porém, uma vez respondidas estas duas perguntas, o administrador estará pronto para efetuar um planejamento eficiente, que direcione as ações no sentido dos seus objetivos.

É muito importante que o administrador, ao considerar os fatores expostos, não se apegue ao “lugar comum”, ou a “receitas prontas de sucesso”, pois cada negócio está inserido em um meio específico, possui um foco específico e características específicas que podem ser altamente proveitosas para a sua saúde financeira e organizacional. Uma das receitas mais divulgadas pelos economistas é o “aumento de lucratividade”, como se ao aplicar uma receita mágica, os lucros poderiam aumentar (REID; JACOBSEN; ANDERSON, 2002).

O que ocorre, na verdade, é que a grande maioria das empresas está situada nas categorias “média” ou “pequena” empresa, e estes mercados são marcados pela alta concorrência e equidade de produtos e serviços, o que torna muito difícil,



se não impossível, a aplicação de uma receita que irá multiplicar os lucros. Portanto, é muito importante que o administrador leve em conta aspectos particulares de seu negócio, do meio onde está inserido, dos produtos e serviços oferecidos, e dos processos executados (REID; JACOBSEN; ANDERSON, 2002).

Estas receitas prontas de estratégia e gestão foram altamente disseminadas e entregues por muitos autores como fórmulas para o sucesso. Existem sérias críticas a este tipo de orientação, pois, durante o final dos anos 1970 e decorrer da década de 1980, vários métodos se popularizaram e a adoção de ferramentas se tornou “moda”. As empresas que não estivessem efetuando reengenharia, instituindo políticas ditadas pelos professores de Harvard ou aplicando as ferramentas de Michael Porter eram tidas como companhias antiquadas e que não estavam acompanhando a modernidade, sendo até mesmo classificadas como futuros fracassos. O que ocorreu, na verdade, foi que a maioria das empresas que investiu cegamente na mudança de processos ou adoção de agressivas estratégias prontas foi à falência, enquanto as que se mantiveram mais conservadoras quanto a isso superaram este período com maior facilidade (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2010; QEHAJA; KUTLLOVCI; PULA, 2017).
"title": "Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico", "type": "book"}, {"uris": ["http://www.mendeley.com/documents/?uuid=e4bab745-dbe4-421e-99cb-f6bfe8c806a9"]}, {"id": "ITEM-2", "itemData": {"DOI": "10.11118/actaun201765020585", "ISSN": "12118516 (ISSN.

Além das receitas prontas de sucesso, um dos perigos ao se pensar o caminho que a empresa deve seguir é o de iludir-se com a realidade “que se quer enxergar”, ou seja, quando a empresa está produzindo resultados, mas estes resultados não são os melhores, ou mesmo suficientes, porém, são tidos pelo administrador como aceitáveis.

Um exemplo disso, é quando uma empresa está apresentando lucratividade comparável ao rendimento de seu capital investido em um conta de aplicação bancária. Os lucros existem, o giro de capital existe, a comercialização existe, e então passa a existir também a ilusão de que os lucros estão dentro do esperado, enquanto o que há, na verdade, é muito esforço sendo feito para se obter resultados medíocres. Este efeito acomete a todos os tipos de empresas, e é muito difícil de identificar, uma vez que o administrador se envolve profundamente com os números que está trabalhando. A este fenômeno se dá o nome de “subdesempenho satisfatório” (GHOSHAL; TANURE, 2004).

Estes cuidados relatados ao planejar as ações da organização ou do administrador no exercício de suas funções não devem servir como propulsor para um pensamento negativo, mas sim, como alerta para cuidados ao efetuar o planejamento. É importante que o administrador tenha em mente que existem meios de promover melhorias substanciais, que é possível obter resultados melhores e que um salto de produtividade e lucratividade pode, sim, ser alcançado. O papel destes alertas é apenas o de manter a vigilância para que não se incorra em erro. Acreditar que as mudanças positivas são possíveis é o passo mais importante para que elas real-



mente aconteçam (GHOSHAL; TANURE, 2004).

É, portanto, importante que o administrador tenha cautela ao estudar estes processos, sempre considerando o que é ideal para o seu negócio. Estas situações demonstram a importância de planejar as ações, salientando ao profissional da administração a relevância de suas atribuições nas atividades da organização. Uma vez realizadas todas estas considerações sobre o processo, é possível iniciar o trabalho de planejamento com segurança e otimismo.

Uma vez que os passos para se chegar à atividade de planejamento foram devidamente apresentados, é hora de o administrador responder à pergunta:

- Quais são as etapas que devo cumprir para que as decisões do dia a dia da empresa a levem na direção da estratégia traçada?

A resposta para esta pergunta provavelmente virá na forma de um planejamento, ou seja, um elenco de ações e considerações sobre as possibilidades de ações em diferentes cenários possíveis, que serão traduzidas pelas decisões tomadas em cada situação chave estabelecida pelo administrador. Estas situações chave são aquelas decididas como importantes para levar a empresa na direção de sua estratégia, como, por exemplo: alterar a quantidade de compras para estabelecer uma nova gestão de estoques, mudar um processo para garantir maior agilidade no atendimento, oferecer um novo produto para atrair clientes de um segmento diferente, adquirir um empréstimo bancário para incrementar o capital de giro etc.

Em suma, o processo de planejamento deve estar focado nas decisões que serão tomadas, para que estas levem a empresa na direção estabelecida. O processo de decisão, por sua vez, possui características que devem ser analisadas pelo administrador, para sua compreensão e refinamento em relação à precisão, ou seja, para que as decisões passem, cada vez mais, a refletir aquilo que realmente se deseja obter, escolhendo a melhor opção dentre as disponíveis.

O processo de tomada de decisão envolve a geração de uma série de alternativas para a solução de um problema ou escolha de um caminho a ser traçado. Além de analisar alternativas, este processo abrange considerações profundas sobre os resultados das decisões a serem tomadas, e, para que haja alto nível de acerto em relação aos objetivos traçados, leva em consideração que o julgamento humano pode ser influenciado por diferentes fatores de seu processo cognitivo (BHUSHAN; RAI, 2004; SILVA, 2013).

É fato estudado pelas ciências da psicologia, marketing e administração, que as decisões humanas podem ser tomadas de forma intuitiva, que são motivadas principalmente pela experiência do indivíduo, e não considera os fatores envolvidos por um longo período de tempo, sendo, portanto, mais rápida; ou de forma não intuitiva, que envolve a consideração criteriosa de fatores e promove maior raciocínio sobre o que está sendo decidido, sendo, portanto, mais demorada (SILVA, 2013).



Muitas vezes, a tomada de decisão pode ser um fator impeditivo da execução do planejamento da organização, sendo necessário ao gestor considerar métodos para facilitar o processo. Existem estudos sobre métodos utilizados para facilitar a tomada de decisão, onde diferentes tipos de considerações são feitas para aprimorar a capacidade de acerto de uma decisão em relação à direção que se deseja tomar. Existem alguns exemplos de métodos que auxiliam a tomada de decisão por meio de análise de hierarquia, que são conhecidos como Métodos Analíticos de Hierarquia, e outros métodos que se baseiam na geração de critérios de decisão, conhecidos como Métodos de Decisão Multi Critério, entre outros (BHUSHAN; RAI, 2004; CRNCAN *et al.*, 2018).

O método de decisão baseado na análise de hierarquia estabelece valores para avaliação das opções, por exemplo: quando uma organização precisa decidir entre adquirir ou alugar um novo equipamento de produção. Pode-se escrever os prós e os contras de cada uma das opções em duas colunas e atribuir pontuações positivas e negativas às possibilidades (positivo = 1; negativo = -1), onde o resultado da soma dos pontos pode ser considerada como uma opção ideal ou melhor. Este tipo de análise deve ser feita com cuidado e abranger o máximo de considerações possíveis sobre o tema a ser decidido (BHUSHAN; RAI, 2004; PAMUCAR; CIROVIC; SEKULOVIC, 2015).

O método de decisão multi critério se baseia em estabelecer critérios mínimos esperados para os resultados da decisão. Como, na mesma situação do parágrafo anterior, ao decidir se adquire ou aluga um equipamento para produção, o administrador define os requisitos mínimos que deseja atingir, como por exemplo: definir que o custo de operação não pode ser superior a "x", que o equipamento deve ter uma vida útil de "x" anos, e que sua capacidade de produção deve ser de "x" unidades por hora, a um custo de "y". Com base na avaliação de todos estes critérios, o profissional da administração obterá um melhor resultado em suas decisões (CECCONI *et al.*, 2017; CRNCAN *et al.*, 2018) thus to focus on main clients' needs. Decisions about real estate assets are frequently made by managers with incomplete and scattered data, not sufficient to fully support the decision making process. Using a BIM model as a central repository of information could strongly support to compare objectively different scenarios and consequently to decide the application of a multi-criteria matrix involving management, energy, economic and social issues. BIM and BEM (Building Energy Modelling).

Existem outros métodos que possuem a capacidade de auxiliar o administrador a tomar decisões de forma segura e que seja abrangente em relação à análise de opções, porém, as opções sempre serão visualizadas pelo profissional que analisa e decide. Desta forma, o melhor método sempre será a cautela e a busca por opções dentro de cada situação a ser decidida. Ou seja, por mais que existam ferramentas de auxílio, nenhuma possui a capacidade de identificar fatores críticos como o julgamento do administrador. Por esta razão, este profissional deve estar sempre buscando aprimoramento, além de questionar seus próprios métodos e convicções com frequência.



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A função do administrador no contexto da sociedade é de grande importância, uma vez que as organizações possuem papel determinante em diversos fatores da vida social, influenciando diretamente a qualidade de vida das pessoas, seja por meio das políticas laborais adotadas, que refletem em seus funcionários e nos familiares deles, seja por meio da inserção de produtos e serviços que possuem potencial de transformação social, seja pela adoção de práticas e materiais que respeitem a ordem social, a ética e o meio ambiente. Pode-se afirmar, portanto, que o administrador está intimamente ligado às decisões cruciais tomadas por organizações que determinam, dia após dia, o andamento e evolução da sociedade.

Para que execute seu papel em manter as organizações funcionando e proporcionando bem estar social, gerando riquezas e optando por métodos saudáveis de crescimento, o administrador deve sempre se utilizar do planejamento de ações, e do cuidado para que estas ações planejadas sejam executadas dentro do esperado, para que se obtenha os resultados desejados. É papel fundamental do administrador pensar este planejamento, sempre aliado a uma estratégia que remeta aos objetivos da organização.

Há muitas formas de exercer o planejamento, mas certamente a única forma segura de planejar ações está centrada na aquisição de conhecimentos sobre a área de atuação, o tipo de clientes internos e externos a serem atendidos, as necessidades da organização e do meio onde ela está inserida, bem como de seus objetivos de longo prazo. Possuindo estes conhecimentos, é possível efetuar e executar um planejamento adequado, que apresente resultados positivos e satisfatórios.

O administrador tem como uma de suas principais prerrogativas, executar ou fazer executar por meio da tomada de decisão. Esta deve ser estudada com cautela e ter seus efeitos considerados, levando em conta, ainda, o máximo de possibilidades de resultado dentro do contexto onde ocorre a decisão. Não é necessário que sejam utilizadas ferramentas para o auxílio de nenhuma das etapas aqui descritas, mas certamente, é preciso que haja raciocínio, que o profissional que opera o planejamento e as decisões busque pensar suas ações e nas ações de sua organização, tanto no tempo presente, como no tempo futuro, aprendendo, sempre que possível, com as ações tomadas no tempo passado, porém, nunca confiando que o passado se repetirá.



REFERÊNCIAS

BHUSHAN, Navneet; RAI, Kanwal. **Strategic decision making, applying the analytic hierarchy process**. [S. l.]: British Library Cataloguing, 2004.

BRAVERMAN, Harry. **Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century**. [S. l.: s. n.]. v. 1998

BRINCKMANN, Jan *et al.* Of those who plan: A meta-analysis of the relationship between human capital and business planning. **Long Range Planning**, [S. l.], v. 52, n. 2, p. 173–188, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.01.003>

CECCONI, Fulvio Re *et al.* A Multi-criteria Framework for Decision Process in Retrofit Optioneering through Interactive Data Flow. **Procedia Engineering**, [S. l.], v. 180, p. 859–869, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.proeng.2017.04.247>

CRNCAN, Ana *et al.* Multiple criteria decision making in strategic planning of table egg production. **Spanish Journal Of Agricultural Research**, [S. l.], v. 16, n. 2, 2018. Disponível em: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84992076920&doi=10.18047%2Fpoljo.22.1.11&partnerID=40&md5=ac42bd80f8969dff68a125a04ed5841b>

GHOSHAL, Sumantra; TANURE, Betania. **Estratégia e gestão empresarial, construindo empresas brasileiras de sucesso**. 12. ed. [S. l.]: Elsevier Editora Ltda., 2004.

HANSSON, Magnus; WIGBLAD, Rune. Recontextualizing the Hawthorne effect. **Scandinavian Journal of Management**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 120–137, 2006.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PAMUCAR, Dragan; CIROVIC, Goran; SEKULOVIC, Dragoljub. Development of an integrated transport system in distribution centres: a FA'WOT analysis. **Tehnicki Vjesnik - Technical Gazette**, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 649–658, 2015.

QEHAJA, A. B.; KUTLLOVCI, E.; PULA, J. S. Strategic management tools and techniques usage: A qualitative review. **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, Department of Management and Informatics, Faculty of Economy, University of Prishtina, Agim Ramadani n.n., Prishtin, 10000, Serbia, v. 65, n. 2, p. 585–600, 2017. Disponível em: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85018407081&doi=10.11118%2Factaun201765020585&partnerID=40&md5=53b6c5296d8c65c45337d201368ba330>

REID, Gavin C.; JACOBSEN, Lowell R.; ANDERSON, Margo E. **Profiles in small business, a competitive strategy approach**. [S. l.]: Routledge, 2002. v. 224

SILVA, Rosália Maria Passos da. Análise do processo decisório na administração pública e sistemas de apoio à tomada de decisão: Contradições e paradoxos na realidade organizacional pelo não uso de ferramentas disponíveis. **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, [S. l.], p. 229, 2013.

SILVA, Victor Paulo Gomes da. O salário na obra de Frederick Winslow Taylor. **Economia e Sociedade**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 397–415, 2011.



RECONHECIMENTO DE SABERES E COMPETÊNCIAS VERSUS MOTIVAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NO INSTITUTO FEDERAL DO PIAUÍ CAMPUS ANGICAL

RECOGNITION OF KNOWLEDGE AND SKILLS VERSUS MOTIVATION:
A CASE STUDY AT THE FEDERAL INSTITUTE OF PIAUÍ CAMPUS
ANGICAL

Renário Ferreira
Luís Rodrigo Soares Lima
Jucyana Beatriz Nunes Veloso
César Barbosa Nunes
Francis de Sousa Fernandes

Resumo

A administração pública passou a ser cada vez mais cobrada pela sociedade e, com isso, notou a necessidade de adotar métodos de gestão de pessoa que visa incentivar a busca por conhecimento com o intuito de aperfeiçoamento do serviço público. No âmbito organizacional motivar o colaborador é algo de suma importância para desempenhar suas atividades de maneira eficiente e eficaz, seja na esfera privada ou na esfera pública, partindo deste pressuposto com intuito de agregar conhecimento sobre a temática buscou-se identificar a relação entre Reconhecimento de Saberes e Competências (RSC) e a motivação dos docentes do Instituto Federal do Piauí – campus Angical. O Reconhecimento de Saberes e Competências (RSC) é um instrumento legal, que busca igualar a remuneração dos servidores que adquiriram conhecimentos através de suas experiências que agregam valor em sua carreira profissional, à dos servidores que têm uma titulação acadêmica superior. Diante disso, o presente trabalho justificou-se pela ausência de pesquisas nas bases de dados Spell, Scielo e CAPES sobre a temática e a oportunidade de estudar um tema pouco explorado a fim de ampliar conhecimentos. Para tanto foi realizada uma entrevista semiestruturada com uma amostra de 20% da população total dos docentes e para analisar os dados obtidos através da entrevista foi feito uma análise de conteúdo relacionando os dados com as teorias motivacionais de Maslow e Herzberg. Os resultados da pesquisa mostraram pontos de vista divergentes acerca do RSC, concluindo que o RSC é uma política de incentivo que age como um dos fatores motivacionais dentro da instituição.

Palavras-Chave: Motivação, Reconhecimento de Saberes e Competências, Incentivo.

Abstract

The public administration became increasingly charged by society and, with this, noticed the need to adopt methods of management of person who seeks to encourage the search for knowledge in order to improve the public service. In the organizational context motivating the collaborator is something of paramount importance to perform its activities efficiently and effective, either in the private sphere or in the public sphere, starting from this assumption in order to aggregate knowledge about the theme We sought to identify the relationship between recognition of knowledge and competencies (CRS) and the motivation of professors of the Federal Institute of Piauí-Angical campus. The recognition of knowledge and competencies (CSR) is a legal instrument, which seeks to equalize the remuneration of the servers that have acquired knowledge through their experiences that add value in their professional career, to the servers that have a Higher academic titration. Therefore, the present work was justified by the lack of research in the databases Spell, Scielo and CAPES on the theme and the opportunity to study a subject poorly explored in order to broaden knowledge. To this end, a semi-structured interview was conducted with a sample of 20% of the total population of the professors and to analyze the data obtained through the interview, a content analysis was done relating the data with the motivational theories of Maslow and Herzberg. The results of the research showed divergent points of view about CRS, concluding that CRS is an incentive policy that acts as one of the motivational factors within the institution.

Keywords: Motivation, recognition of knowledge and competencies, encouragement.



1. INTRODUÇÃO

O poder público passou a ser cada vez mais cobrado pela sociedade visto que a busca por excelência se tornou cada vez mais frequente, isto é, a atuação do serviço público visa a eficiência e, além disso, a busca pela eficácia e a efetividade de suas ações. Diante disso, os usuários se tornaram mais exigentes com relação à satisfação de suas demandas priorizando pela qualidade do serviço como fator analítico para um bom desempenho da administração pública. No entanto, é inconcebível falar em qualidade no setor público sem obter a preocupação no aperfeiçoamento contínuo do servidor público (CAMÕES; PANTOJA; BERGUE, 2010).

A administração pública percebeu a necessidade de implantar métodos da gestão de pessoas que visa incentivar a busca por conhecimento, tendo em vista a necessidade contínua de aperfeiçoamento. O setor público mesmo diante dos seus problemas pertinentes necessita seguir os princípios da administração pública, com isso faz-se necessário captar e manter os talentos que garantem o funcionamento do Estado (OLIVEIRA; LAVOR, 2016).

Diante disso surge a lei 12.772, de 28 de dezembro de 2012 estabelecendo em seu artigo 18 o princípio que rege a respeito da remuneração do plano de carreira e cargo dos educadores federais. Em se tratando daqueles que exercem o magistério em instituições de Ensino Básico Técnico e Tecnológico (EBTT), para os devidos fins fica registrado que a Retribuição por Titulação, será acordada em correspondência da titulação requerida com o Reconhecimento, Saberes e Competências – RSC (BRASIL, 2012). Oliveira e Lavor (2016) conceituam RSC como instrumento legal que possibilita, por meio de diretrizes pré-estabelecidas, a equiparação de remuneração de servidores que adquiriram conhecimentos ao longo de suas vivências no setor público à dos servidores que possuem maior titulação acadêmica.

Um grande passo foi dado e, Baccin (2018) mostra uma lógica da individualização e da meritocracia substituindo o tempo de serviço e a qualificação como critérios para promoção e aumento de remuneração, se mostra um valoroso para os profissionais docentes. O RSC faz parte da reforma da carreira docente que vem atender à demanda por um novo tipo de trabalhador, inclusive por um novo tipo de docente.

Para construção da pesquisa buscou-se responder a seguinte pergunta: "Qual a relação entre o reconhecimento de saberes e competências e a motivação dos docentes do IFPI Campus Angical?". Para melhor abordagem do problema, observamos o seguinte objetivo geral: analisar a relação entre o reconhecimento de saberes e competências e a motivação dos docentes do IFPI Campus Angical. Para melhor auxiliar o objetivo geral foram traçados os seguintes objetivos específicos: descrever o papel do RSC no IFPI Angical; conhecer a percepção do docente em



relação a utilização do RSC; entender comportamento dos docentes que possuem RSC no campus. Em pesquisas realizadas nas bases de dados Spell, Scielo e CAPES utilizando as seguintes palavras – chaves: “Saberes e competências docentes; Saberes docentes; Reconhecimento de saberes e competências e RSC”, constatou-se a ausência de trabalhos acadêmicos que abordem a temática, com isso o estudo justifica-se pela oportunidade de estudar um tema pouco explorado a fim de ampliar os conhecimentos acerca do assunto estudado. Ademais, a temática proposta é atual necessitando de estudos para entender a influência do reconhecimento saberes e competências no corpo docente do campus. O seguinte estudo busca interligar as disciplinas presentes, a fim de buscar conhecimento que integram o assunto. Diante disso, é necessário estudar a motivação profissional do corpo docente para entender sua relação com o RSC, tendo como áreas interdisciplinares: Psicologia Aplicada; Gestão de Pessoas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para melhor fundamentar o presente trabalho buscou-se conectar conceitos das áreas de Gestão de Pessoas e Psicologia Aplicada visando inter-relacionar a política de reconhecimento de saberes e competências com a motivação do servidor público, com isso a fundamentação é composta por quatro subtópicos que abordam as seguintes temáticas: Recompensa versus Reconhecimento de saberes e competências; Teorias Motivacionais; Teorias das Necessidades de Maslow; Teoria dos Dois Fatores.

2.1 Recompensa versus Reconhecimento de saberes e competências

A evolução é algo presente no meio organizacional, desta maneira assim como a própria administração os modelos e a forma como a gestão de pessoas é efetuada nas organizações veem sofrendo mudanças com o decorrer das eras. As inadequações nas maneiras de gerir pessoas dos modelos tradicionais se tornarão o fator primordial para essas transformações, porém mesmo com o surgimento de novas abordagens os modelos tradicionais ainda são seguidos pelas organizações atualmente (BITTENCOURT; BARBOSA, 2004).

As organizações estão cada vez mais preocupadas em relacionar os sistemas de recompensas com o objetivo organizacional e, principalmente, com as características desejadas pelos seus colaboradores, por isso, vem estimulando a criação de novos meios de recompensas que tem como objetivo a valorização e a motivação dos seus funcionários (AMORIM; FERREIRA; ABREU, 2008).

O modelo de gestão por competência é um elemento estratégico para o alcance da eficiência no serviço público. Ao tratar do tema competência, Resende



(2003), menciona que em relação ao desempenho da organização, a competência é o primeiro fator de valorização das pessoas, haja vista que a competência da organização é manifestada por meio das pessoas e a qualidade dessa competência é percebida pelas qualidades dos serviços ou produtos que representam os resultados das competências das pessoas. E que a valorização das competências nas organizações públicas proporcionará uma melhora significativa no padrão de civilidade e da qualidade de vida das pessoas.

Para a concessão da RSC a lei 12.772/ 2012 estabelece a criação da Comissão Permanente para Reconhecimento de Saberes e Competências (CPRSC) para analisar os processos dos docentes requerentes da RSC, sendo em seguida encaminhada à Comissão Especial formada por três membros avaliadores do Ministério da Educação (MEC) que estão à disposição no Banco de dados do governo de modo que sua composição deva conter um membro do IFPI e o restante da comissão seja de docentes de qualquer outro IFPI (BRASIL, 2012). Assim a composição geral da CPRSC abrange representantes do governo federal, gestores das instituições federais de educação profissional e tecnológica, dos colaboradores da educação federal e da coletividade integral. (LIMA; CUNHA, 2018).

No princípio, o Reconhecimento de Saberes e Competências tinha como objetivo o reconhecimento da carreira e Fabre (2015) explica que o principal intuito do Reconhecimento de Saberes e Competências é o reconhecimento das atividades desenvolvidas pelos docentes ao longo da Carreira do Magistério do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico da Rede Federal de Ensino. Na prática significa que o docente poderá, com um processo específico, desde que atinja uma pontuação mínima, pleitear uma espécie de retribuição por titulação. Caso o docente tenha o processo deferido, receberá um aumento salarial equivalente àquele que obterá com a aquisição de um título acadêmico, como a especialização, o mestrado ou o doutorado; ainda que não possua tal titulação.

À RSC configura-se como uma parte adicionada ao salário básico dos docentes fixados no ato da contratação, acrescido da Retribuição por Titulação a qual o educador tenha por merecimento, desde que esta esteja previsto no artigo 18 da lei 12.772/ 2012, sendo atribuída ainda à RSC a consequente elevação do provento recebido. (LIMA; CUNHA, 2018).

De acordo com a lei 12.772/ 2012 o Reconhecimento de Saberes e Competências, fica preestabelecido sua divisão em três diferentes níveis de modo que cada nível há diferentes pré-requisitos para sua subvenção: 1º diploma de graduação + RSC-I equivale a titulação de especialista; 2º certificado de pós-graduação lato sensu + RSC-II corresponde a titulação de mestre; 3º titulação de mestre + RSC-III equivale a titulação de doutor, deste modo o docente que recebera a RSC obterá ganhos referentes a sua titulação (BRASIL, 2012).

A resolução nº13 de 12 de junho de 2014 determina que o processo para avaliação da concessão de RSC é de responsabilidade do setor de gestão de pessoas



do campus de lotação do candidato, a avaliação é feita por uma comissão especial que deve contar com quatro membros, sendo dois internos e dois externos, todos servidores da carreira de magistério de ensino básico técnico e tecnológico. Após ser definido os membros que iram compor a comissão especial o servidor que requer o incentivo passará por uma avaliação, onde o mesmo será avaliado de acordo com os fatores de pontuação estabelecidos em cada nível de RSC podendo obter o valor máximo de 100 (cem) pontos em cada nível (IFPI, RESOL.13/2014).

O RSC I leva em consideração os seguintes fatores: I - Experiência na área de formação e/ou atuação do docente, anterior ao ingresso na Instituição; II - Cursos de capacitação e/ou graduação na área de interesse institucional; III - Atuação nos diversos níveis e modalidades de educação; IV - Atuação em comissões e representações institucionais, de classes e profissionais; V - Produção de material didático e/ou implantação de ambientes de aprendizagem, nas atividades de ensino, pesquisa, extensão e/ou inovação; VI - Atuação na gestão acadêmica e institucional, contemplando o impacto de suas ações individuais nas demais diretrizes dispostas para todos os níveis da RSC; VII - Participação em processos seletivos, em bancas de avaliação acadêmica e/ou de concursos; VIII - Outras graduações, na área de interesse, além daquela que o habilita e define o nível de RSC pretendido, no âmbito do plano de qualificação institucional (IFPI, RESOL.13/2014).

O RSC II leva a tratar os seguintes fatores: I - Orientação do corpo discente em atividades de ensino, extensão, pesquisa e/ou inovação; II - Participação no desenvolvimento de protótipos, depósitos; III - Participação em grupos de trabalho e oficinas institucionais; IV - Participação no desenvolvimento de projetos, de interesse institucional, de ensino, pesquisa, extensão e/ou inovação; V - Participação no desenvolvimento de projetos e/ou práticas pedagógicas de reconhecida relevância; VI - Participação na organização de eventos científicos, tecnológicos, esportivos, sociais e/ou culturais; VII - Outras pós-graduações lato sensu, na área de interesse, além daquela que o habilita e define o nível de RSC pretendido, no âmbito do plano de qualificação institucional (IFPI, RESOL.13/2014).

E por fim o RSC III, que considera os seguintes fatores: I - Desenvolvimento, produção e transferência de tecnologias; II - Desenvolvimento de pesquisas e aplicação de métodos e tecnologias educacionais que proporcionem a interdisciplinaridade e a integração de conteúdos acadêmicos na educação profissional e tecnológica ou na educação básica; III - Desenvolvimento de pesquisas e atividades de extensão que proporcionem a articulação institucional com os arranjos sociais, culturais e produtivos; IV - Atuação em projetos e/ou atividades em parceria com outras instituições; V - Atuação em atividades de assistência técnica nacional e/ou internacional; VI - Outras pós-graduações stricto sensu, na área de interesse, além daquela que o habilita e define o nível de RSC pretendido, no âmbito do plano de qualificação institucional; VII - Produção acadêmica e/ou tecnológica, nas atividades de ensino, pesquisa, extensão e/ou inovação. Cada fator é composto por subfatores ou diretrizes que poderão receber notas de peso entre 1(um) e 2(dois) e suas pontuações máximas irão variar entre 10(dez) e 20(vinte). Para que o pe-



dido seja deferido o servidor deverá obter uma pontuação total equivalente a no mínimo 50(cinquenta) pontos contabilizando os três níveis, dos quais, 50% devem ser obtidos nas diretrizes da RSC almejada (IFPI, RESOL.13/2014).

2.2 Teorias Motivacionais

Nos primórdios da administração, quando os princípios que norteavam as organizações eram os da administração científica, a principal preocupação era encontrar as melhores condições de trabalho, por conta disso, aspectos como a motivação não eram vistos com relevância. Com o decorrer do tempo e com evolução das teorias administrativas tais aspectos começaram a ser levados em consideração tendo como marco zero a experiência de Hawthorne elaborada e aplicada por Elton Mayo e sua equipe de pesquisadores, (LACOMBE, 2011). As chamadas “*teorias motivacionais*” tinham como objetivo determinar as causas que levam os indivíduos a adotarem determinados comportamentos, assim como buscar entender o processo que os causam, (SILVA, 2008). Quando se fala em motivação, Tamayo e Paschoal (2003), afirmam que a motivação humana seria um processo psicológico onde o indivíduo age impulsionado pelo objetivo de realizar determinados comportamentos com persistência, em outras palavras, o indivíduo motivado é aquele que age com determinação para realizar determinadas atividades e essa determinação sofre influências dos aspectos psicológicos que o cercam.

Para entender motivação Casado (2002) enfatiza que existem algumas convicções básicas sobre o comportamento do homem. Primeiramente, o ser humano quer contribuir no trabalho, partindo da ideia que o trabalho não é algo ruim, uma vez que, os colaboradores podem tomar decisões e controlar a execução de seu trabalho. Diante disso, existem teorias motivacionais que explicam.

2.2.1 Teorias das Necessidades de Maslow

Para entender os estudos de Abraham Maslow os autores Motta e Vasconcelos (2006) enfatizam que a teoria sobre a hierarquia das necessidades foi de suma importância para os estudos acerca de motivação. Ademais, as pesquisas de Maslow não estavam ligadas a eficiência organizacional e produtividade, e sim para o estudo da teoria da personalidade e desenvolvimento humano. Para Maslow o ser humano possui necessidades que podem ser divididas hierarquicamente, por isso a denominação pirâmide das necessidades de Maslow.

De acordo com Casado (2002) quando apresenta-se o termo motivação a teoria que aparece com grande frequência é a proposta por Abraham Maslow em 1943. Maslow define motivação como algo constante e complexo presente em toda sociedade, enfatizando que todo ser humano deseja algo que implica na satisfação



de outros desejos. Diante disso, as necessidades humanas possuem uma ordem que precisa ser obedecida. A pirâmide das necessidades humanas apresenta como necessidades primárias: fisiológicas e de segurança, e como necessidades secundárias: sociais, estima e autor realização.

2.2.2 Teoria dos Dois Fatores

Silva (2008) destaca a teoria proposta por Frederick Herzberg que é uma extensão da teoria da hierarquia das necessidades de Maslow. A teoria proposta por Herzberg foi descrita de acordo com os fatores que provocam a satisfação e a insatisfação através de entrevistas com pessoas de diferentes empresas e países. Os resultados encontrados indicaram a existência de fatores extrínsecos e intrínsecos que Herzberg denominou posteriormente em fatores higiênicos e motivacionais.

Em resumo, os autores Motta e Vasconcelos (2006) demonstram que Herzberg separou os fatores higiênicos como as condições para satisfazer as necessidades básicas do ser humano e os fatores motivacionais ou intrínsecos como condições relacionadas à realização pessoal no trabalho. Os fatores higiênicos estão ligados diretamente ao trabalho como bons salários e equipamentos e os fatores motivacionais são capazes de gerar maior dedicação do ser humano no trabalho que está ligado com a interior do indivíduo como políticas organizacionais.

3. METODOLOGIA

A pesquisa consiste na conduta racional e na sistematização que tem por finalidade tornar proporcional a resolução de problemas, quando não se tem informação, ou quando tal instrução disponível está sem orientação, havendo a impossibilidade de relacioná-la com o problema (GIL, 2010). Classificá-la é algo importante a se fazer, pois é essa classificação que dará identidade a mesma. Portanto a seguinte pesquisa é classificada quanto a sua finalidade como pura, pois de acordo com Gil (2010) a pesquisa é destinada ao aumento do conhecimento sem preocupação com sua aplicação prática. No que se refere aos objetivos gerais o estudo classifica-se como descritiva, onde a principal finalidade é descobrir as possíveis semelhanças entres as variáveis pesquisadas (GIL, 2010), para melhor desenvolvimento do trabalho foi empregado o método de estudo de caso que de acordo com Yin (2001) permite uma verificação para conservar as características holísticas e importantes dos eventos da vida real. No que concerne a natureza do trabalho, o mesmo é classificado como qualitativo, pois permitiu uma melhor identificação de padrões ou relação entre os dados coletados de forma que o significado dos mesmos possam ser desvendados por meio da interpretação (APPOLINÁRIO, 2012).

Para melhor realizar a pesquisa fez-se necessário obter dados sobre os su-



jeitos pesquisados como: a relação de docentes que fazem parte da instituição; quantos deles possuem RSC e qual o tipo RSC possui. Para tal foi utilizada a pesquisa documental que como o próprio nome já diz e Lakatos (2010) reitera, é a pesquisa caracterizada como sendo aquela feita estritamente em documentos, podendo ser estes escritos ou não. Após obtenção dos dados documentais a pesquisa passou para a próxima etapa que buscou analisar se os docentes que possuem RSC são profissionais motivados para que estes dados sejam obtidos foi realizada uma entrevista não estruturada, onde segundo Lakatos (2010), o entrevistador tem liberdade na condução da situação, explorando os assuntos que considere necessário, com perguntas pré-selecionadas, podendo serem respondidas em uma conversa informal.

Para analisar os dados da entrevista foi utilizada uma análise de conteúdo com o intuito de compreender os entrevistados, pois de acordo com Zanella (2009) a análise de conteúdo busca trabalhar com materiais escritos, podendo ser materiais resultados de pesquisas como também as transcrições de entrevista, como também com textos produzidos fora do contexto ambiental da pesquisa. O objeto de estudo da pesquisa foram os docentes do Instituto Federal de ciências e Tecnologia do Piauí – IFPI Campus Angical que somam aproximadamente 50 profissionais atuantes na dita instituição contando com substitutos e efetivos, a pesquisa foi realizada com uma amostra de aproximadamente de 20% do total de docentes.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente pesquisa desenvolveu-se no Instituto Federal do Piauí - Campus Angical que teve sua inauguração em 2010 e atualmente conta com uma população docente de aproximadamente 50 professores, foram colhidos dados com uma amostra que representa cerca de 20% da população total de docentes.

À RSC configura-se como uma parte adicionada ao salário básico dos docentes fixados no ato da contratação, acrescido da Retribuição por Titulação a qual o educador tenha por merecimento, desde que esta esteja previsto no artigo 18 da lei 12.772/2012, sendo atribuída ainda à RSC a consequente elevação do provento recebido. (LIMA; CUNHA, 2018).

De acordo com a lei 12.772/ 2012 o Reconhecimento de Saberes e Competências, fica preestabelecido sua divisão em três diferentes níveis de modo que cada nível há diferentes pré-requisitos para sua subvenção: 1º diploma de graduação + RSC-I equivale a titulação de especialista; 2º certificado de pós-graduação lato sensu + RSC-II corresponde a titulação de mestre; 3º titulação de mestre + RSC-III equivale a titulação de doutor, deste modo o docente que recebera a RSC obterá ganhos referentes a sua titulação (BRASIL, 2012).

Antes de partir para os resultados fez-se necessário uma análise documental



para elencar “a quantidade de docentes que possuíam RSC”, “a quantidade por nível de RSC” e “quais docentes não a possuíam”, tais dados foram conseguidos com o setor de Recursos Humanos do IFPI- Campus Angical, os dados obtidos podem ser melhor visualizados no quadro abaixo:

Quadro 1. Quantidades de docentes por nível de RSC

NÍVEL DE RSC	QUANT. DE PROFESSORES
Não possui	4
RSC I	1
RSC II	16
RSC III	29

Fonte: Próprios autores, com base nos dados da pesquisa (2019).

A entrevista contou com 5 (cinco) perguntas para entender o papel do RSC relacionando com a motivação dos docentes. Logo, os entrevistados ao serem questionados sobre às suas opiniões em relação ao RSC, houve uma unanimidade no que diz respeito às utilidades proporcionadas por ele, visto que é uma política que visa valorizar os profissionais dedicados às atividades internas da instituição e que por esse ou outros motivos, não tenha buscado uma titulação, como afirma alguns entrevistados, “Na minha opinião, o RSC em relação às universidades e dentro dos institutos, ele tem esse diferencial, ele não só valoriza aquele profissional que tem título, mas também valoriza os profissionais mais práticos, que muitas vezes possui um conhecimento agregado a nível de experiência vivida, mas que por não ser transformado em um título acaba que não sendo valorizado e o RSC traz esse valorização[...]”; “A RSC é uma forma de incentivar a gente a produzir, na verdade em diversas áreas tanto nos aspectos de pesquisa e extensão de ensino dentro e fora da instituição, então pra mim sim, ela é algo que agrega aos servidores e faz com que a gente progrida de maneira mais rápida e isso é bom, porque temos uma contra partida financeira e uma contra partida pessoal e profissional também no que diz respeito a qualificação[...]”; “Eu aprovo, é uma boa política porque ela estimula as atividades acadêmicas do funcionário dentro da instituição, além de aproveitar evidentemente a minha experiência anterior na instituição, ela estimula elementos que contam pontos como, desenvolvem projetos de extensão, projetos de pesquisa, de ensino, participação na gestão entre outros”.

Diante dos dados analisados é perceptível que a grande maioria afirma que o RSC supre suas necessidades financeiras já que com ele o seu vencimento básico passa a ser maior, ajudando em grande parte aqueles que procuram buscar uma qualificação para melhorar seus conhecimentos, pois em muitos casos é reconhecível a falta de tempo ou oportunidades de conseguir por meios próprios progredir na carreira como diz um dos entrevistados: “[...] assim é um incentivo, um estímulo à subir na carreira [...]”. Reiterando posteriormente “[...] a grande maioria procura se qualificar, não no sentido de ganhar esse incentivo, mas no sentido de prestar um bom serviço”.

Em contrapartida a casos em que o RSC não é visto como um estímulo a suprir essa necessidade financeira em vista da porcentagem que é retirada deste acrésci-

mo através do governo pelo imposto de renda (IR) e do instituto nacional do seguro social (INSS) mas que mesmo assim é visivelmente relevante para o desenvolvimento profissional como cita um dos entrevistados: “Não supre as necessidades quando se vê o total de descontos feitos nos vencimentos, mas mesmo assim não deixa de ser importante para a busca de aperfeiçoamento”.

No contexto da busca por capacitação o RSC é visto pelos entrevistados como um fator que independe para a busca de aperfeiçoamento visto que ressaltaram a importância do docente estar sempre buscando conhecimento, em contrapartida como discorre um entrevistado: “ Os docentes que recebe rsc e gosta da prática do dia a dia da instituição acaba deixando de lado a parte científica e se acomoda, pois você está recebendo rsc e acaba não buscando essa titulação, principalmente nos casos de mestres que já recebem como doutor” reafirmando que no seu caso se acomodaria.

Partindo do pressuposto que o RSC é tratado como um estímulo aos docentes, boa parte dos entrevistados afirmaram que o RSC influencia em suas atividades por ser uma retribuição financeira a mais em sua remuneração, levando em consideração que o docente se sente mais valorizado pelo fato de receber o mesmo valor que o profissional que possui a titulação recebe, valorizando assim suas experiências profissionais, sendo um estímulo financeiramente viável para a busca de conhecimento. Ademais os entrevistados afirmam: “Na medida que eu me envolvo com as atividades de extensão de ensino e pesquisa esses pontos contam para o rsc e isso estar estimulando minha busca por conhecimentos, porém desestimula alguém na busca por títulos acadêmicos na realidade dos Institutos [...]” e “ O rsc é um retorno interessante, mas tem suas vantagens e desvantagens sendo que para conseguir o rsc necessita executar uma série de atividades pertinentes a uma certa pontuação, uma grande desvantagem é o fato que depois de atingir determinada pontuação o valor fica implantado no seu contracheque até sua aposentadoria, talvez se tivéssemos que renovar em um certo período pudesse incentivar ainda mais os docentes a executar as atividades pelo fato de muitos após adquirir estagna sem buscar a titulação[...]”. No entanto, uma minoria dos entrevistados ressaltou que o RSC não é um fator que influencia suas tarefas visto que quando um profissional torna-se professor o fator influenciador é a vontade de ensinar afirmando assim que o docente que se estimula apenas pelo RSC pode acabar não desempenhando bem suas atribuições, além disso afirmam que os recursos materiais que a instituição oferece na realizações de suas atividades se sobressaem sobre a remuneração.

Quando questionados sobre o fato da RSC influenciar na permanência na instituição, percebe-se que houve divergências entre os entrevistados onde a maioria colocava que a segurança proporcionada pelo setor público no que tange a estabilidade seria o principal fator que influencia e a RSC seria algo que complementaria essa permanência, isso pode ser melhor visualizado nos trechos das falas de alguns docentes: “Eu acredito que o que influencia na nossa permanência seja mesmo a nossa segurança, ser um servidor público ter mais seguro [...]”; “Na permanência não porque ela lava em consideração outros fatores, estabilidade em fim é outros



fatores da rsc, pra mim a permanência na instituição não tem influência direta ela influência de outras maneiras indiretamente talvez por conta da remuneração [...]”; “Não é somente por isso que eu vou ficar no instituto, no instituto a gente tem a questão da estabilidade que é o que mantem [...]”. Entretanto esse julgamento não foi unanime entre os pesquisados visto alguns colocaram a RSC como fator influenciador na permanência por valoriza o profissional e suas práticas, isso pode ser constatado nos seguintes trechos: “Com certeza, os docentes que compõe o instituto, buscam essa saída para qualificação, justamente pela política de valorização do instituto, claro que comparado com outras carreiras pagam bem, claro que quando se ganha como doutor, tem se um salário razoável, conseguindo viver sem buscar outros serviços externos [...]”; “Influencia diretamente, pelo fato de esta valorizando mais o profissional, mesmo sem a titulação, valoriza a experiência do mesmo e a sua permanência na instituição.”; “Com certeza, até porque dentro da nossa carreira docente em que você é estimulado pela própria rsc você não quer por exemplo fazer um concurso [...]”; “Sim, motiva sim, não só a permanecer, mas efetivamente participar de atividades na instituição [...]”. Além da estabilidade e o RSC alguns docentes citaram que a qualidade de vida no trabalho e a possibilidade de utilizar os conhecimentos da área de atuação no dia a dia também influenciam na permanência, como os trechos a seguir: “não, sou ex aluna do Ifpi e por ser ex aluna, sei a importância que a instituição tem. Foi no Ifpi que aprendi a pesquisar e escrever artigos, o que não tive na UFPI e nem em faculdade particular e foi esse sentimento de pesquisar e ensinar outros que não é apenas aprender uma disciplina, mas saber usá-la no dia a dia que me incentivam a continuar no Ifpi.”; “não é só o salário, outro fator é carga horária, por que 40 horas aqui é bem menos exaustiva que 40 horas na iniciativa privada, pelo fato da flexibilidade no desenrolar dessas 40 horas, então é uma questão mesmo de qualidade de vida [...]”.

A teoria que retrata a hierarquia das necessidades de Maslow enfatiza fatores que são de suma importância para o desenvolvimento da motivação. De acordo com os entrevistados o RSC constitui-se na pirâmide como um fator de segurança presente nas necessidades primárias de Maslow destinado aos docentes visto que proporciona um incentivo financeiro. Além disso, partindo de outro ponto de vista dos entrevistados o RSC proporciona um reconhecimento dos docentes da maneira que valoriza as experiencias estando presente de acordo com Maslow nas necessidades de estima.

A teoria motivacional de Herzberg trata dois fatores como primordiais para a motivação sendo eles: higiênicos e motivacionais. De acordo com o conhecimento proposto por Herzberg e as ideias fornecidas pelos entrevistados o RSC estabelece um agente motivacional presente nos fatores higiênicos e motivacionais, sendo higiênicos pelo fato de ser visto como uma retribuição financeira proporcionada pelo IFPI constituindo um fator extrínseco ao docente, sendo motivacional partindo da ideia que o docente precisa ter a vontade de buscar conhecimentos que agregam sua profissão tratando-se de uma fator intrínseco ao indivíduo.



5. CONCLUSÃO

Visto que o poder público passou a ser cobrado por eficiência em seus trâmites e suas diversas esferas novas políticas de gestão de pessoas se fazem necessárias e partindo desta constatação, o presente estudo analisou a relação entre o reconhecimento de saberes e competências e a motivação dos docentes do IFPI Campus Angical, para colher os dados optou-se pela utilização de uma entrevista semiestruturada composta por cinco questões, a coleta foi realizada com uma amostra de aproximadamente 20% da população total de docentes. Após feita a análise de conteúdo constatou-se que, em seu contexto geral, a maioria dos sujeitos de pesquisa têm uma percepção positiva com relação ao RSC, isso se dá pelo fato de o incentivo proporcionar tanto uma retribuição financeira quanto um reconhecimento das suas experiências. Por outro lado, há servidores que afirmam que a RSC pode gerar comodismo na busca por aperfeiçoamento entre os profissionais.

No intuito de compreender o RSC relacionado com a motivação percebeu-se que o incentivo estudado faz parte de um conjunto de fatores primordiais para o desenvolvimento da motivação, visto que o incentivo age como elemento influenciador no que concerne a permanência na instituição e a busca por titulação, no entanto percebe-se também que o crescimento pode ocorrer na ausência desse incentivo. Ao responder todos os objetivos da pesquisa concluiu-se que, a política de Reconhecimento de Saberes e Competências age como um fator complementar para a motivação dos docentes do Instituto Federal do Piauí – Campus Angical. Por se tratar de um tema que ainda não possui uma literatura vasta, faz-se necessária a realização de mais estudos para aprofundar o entendimento sobre assunto.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Daniele Vasques de; FERREIRA, Rafaelli Sabino; ABREU, Nelsio Rodrigues de. Sistemas de Recompensas e suas Influências na Motivação de Servidores Públicos. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 5, 2008, Rio de Janeiro. **Anais** AEDB. Rio de Janeiro: Campus da Associação Educacional Dom Bosco, 2008. Disponível em: < http://www.economia.aedb.br/seget/artigos08/222_222_Art_SE-GeT_2008.pdf > Acesso em 23 de junho de 2019.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BACCIN, Ecléa V. C. **Reconhecimento De Saberes e Competências no Ensino Básico Técnico e Tecnológico: Impactos sobre a carreira e o trabalho docente**. Tese (Doutorado) Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Florianópolis, p. 294, 2018.

BITTENCOURT, C. C.; BARBOSA, A. C. Q. Gestão de competências: articulando indivíduos, organizações e sociedade. In: BITTENCOURT, C. C. (Org.) **A Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. Porto Alegre: Bookman, 2004. Cap. 10, p. 176-195.

BRASIL. Lei. Nº 12.772, de dezembro de 2012. **Dispõe sobre a estruturação do Plano de Carreiras**



e Cargos de Magistério Federal. Brasília/DF. 28 dez 2012. Disponível in: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/L12772compilado.htm>, acesso em 19/07/2019.

CAMÕES, Marizaura R. de Sousa; PANTOJA, Maria Julia; BERGUE, Sandro Trescastros. **Gestão de pessoas:** bases teóricas e experiencias no setor público. Brasília: ENAP, 2010.

CASADO, Tania. **As pessoas na organização.** Editora Gente, 2002.

FABRE, Larissa. Reconhecimento de Saberes e Competências (RSC): conflito com a capacitação? In: VIII Congresso CONSAD de Gestão Pública – **Anais** CONSAD, Brasília, maio de 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de pesquisas** – 5. Ed. – São Paulo: Atlas - 2010.

IFPI. Resolução nº 13, de 12 de junho de 2014 – do Conselho Superior. **Dispõe sobre a regulamentação da avaliação e fluxo de procedimentos para a concessão do reconhecimento de saberes e competências aos docentes pertencente ao plano de carreira de magistério do ensino básico, técnico e tecnológico do IFPI.** Teresina/PI. 12 de jun. 2014.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos:** princípios e tendências – 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

LIMA, N. V.; CUNHA, D. M. Saberes Docentes: As políticas de reconhecimento de saberes dos professores da educação profissional no Brasil. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 34, 2018.

MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. **Teoria Geral da administração.** 3º ed. – São Paulo: Cengage Learning, 2006.

OLIVEIRA, B. A. C. de; LAVOR, A. S. V. de. O reconhecimento de saberes e competências e a valor(iz)ação da ação Docente como forma de remuneração. In: XIX SEMEAD – **Anais** FEA USP. São Paulo, 2016.

RESENDE, E J. **O livro das competências:** desenvolvimento das competências, a melhor autoajuda para pessoas, organizações e sociedade. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

SILVA, Reinaldo O. da. **Teorias da administração.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. **Revista Administração contemporânea**, Curitiba, v. 7, n. 4, p. 33-54, dezembro de 2003.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Estudo e de Pesquisa em Administração.** Vol. 3. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC: CAPES: UAB, 2009.



CAPÍTULO 9

A FORMAÇÃO INICIAL DO PROFISSIONAL EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: UM ESTUDO DE CASO ACERCA DO USO DAS METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO PARA DESENVOLVER OU APRIMORAR COMPETÊNCIAS MAIS COMPLEXAS E TÃO NECESSÁRIAS PARA AS ORGANIZAÇÕES

THE INITIAL HUMAN RESOURCES PROFESSIONAL'S ACADEMIC
BACKGROUND: A CASE STUDY ABOUT THE ADOPTION OF
ACTIVE TEACHING-LEARNING METHODOLOGIES TO DEVELOP
OR IMPROVE COMPLEX AND IMPORTANT COMPETENCES TO THE
ORGANIZATIONS

Antonio da Conceição Rocha
Genilson Santos Chagas

Resumo

A presente pesquisa objetiva disponibilizar elementos reflexivos e teóricos-metodológicos no que se refere ao processo de qualificação do profissional em Gestão de Recursos Humanos, de modo a contribuir para futuros estudos da comunidade acadêmica e pesquisadora da área de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas sobre de que maneira as metodologias ativas de ensino adotadas para a formação deste profissional viabiliza a inserção no mercado de trabalho de maneira mais completa, refletindo, assim, sobre novos modelos de experiências formativas compatíveis para as exigências do mundo do trabalho. Partindo desse pressuposto, a pesquisa apresenta um estudo de caso, no qual participou um grupo de acadêmicos e suas respectivas experiências formativas do curso Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Pitágoras, uma Instituição de Ensino Superior da rede Privada, localizada em São Luís do Maranhão, no período de 2018 a 2019. Para o estudo, além da observação de diferentes métodos e técnicas aplicadas no período supracitado, fez-se um levantamento bibliográfico, usando, ainda, como instrumento de coleta de dados, formulários eletrônicos aplicados a este grupo da pesquisa.

Palavras-chaves: Gestão de Recursos Humanos, Formação inicial, Metodologias ativas de ensino.

Abstract

The aim of this paper is to provide some reflective aspects and some approaches of a theoretical and methodological nature about the human resources professional's qualification process, in order to contribute to the future studies of the academic and researcher community from the management and development of people area, about how the adoption of active teaching-learning methodologies to the academic background of the those professionals can provide them a assertive insepction in the job market, reflecting, in this way, about new Experiential Learning models, compatible to the exigencies of the working world. Based on this assumption, this research presents a case study, in which some students participate with their respective experiences in the Technician in Human Resources course from the Pitágoras College, a private higher education institution, located in São Luís do Maranhão, in the period between 2018 and 2019. To this study, beyond the observation of some diferents methods and tecniques aplied on that period, it was made a bibliographic research, using an electronic forms as a instrument to dada colection.

Key Words: Managment in Human Resources, Initial academic backgroud, Active teaching-learning methodologies.



1. INTRODUÇÃO

A gestão de pessoas, tratada em um sentido amplo, está relacionada a um conjunto de práticas sistematizadas, as quais visam ajudar a organização a alcançar seus objetivos empresariais com foco no capital humano e, assim, alcançar, também, a sua missão, viabilizar o aumento da produtividade, otimizar os processos, dentre eles: a atração, seleção, desenvolvimento e avaliação, bem como a manutenção da satisfação das pessoas no trabalho, proporcionando uma maior competitividade à organização.

Neste sentido, o estudo de caso aqui apresentado observa a relação existente entre o processo de formação inicial e qualificação dos alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Pitágoras, localizada em São Luís do Maranhão, os quais vivenciaram, no período de 2018 a 2019, estratégias diferenciadas de ensino pelas metodologias ativas, destacando nesta relação seus impactos na carreira e relevância profissional.

Inicia-se a pesquisa com o entendimento sobre as principais premissas conceituais da Gestão de Pessoas, com seus aportes teóricos e desafios quanto às atribuições nas organizações contemporâneas. Em seguida, atem-se o olhar para as competências mínimas a serem fomentadas pelo curso superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade em estudo, apontando breves dados quanto à identidade organizacional, características dos acadêmicos observados, bem como as formas de acesso ao curso.

No terceiro capítulo, parte-se da inquietação sobre a forte relação das metodologias ativas adotadas em algumas disciplinas pertencentes aos cursos supracitados para com a melhoria da performance dos acadêmicos ao considerar diferentes estratégias de ensino e aprendizagem utilizadas.

Por último, expressa-se maiores especificações deste estudo de caso, seus métodos, ferramentas e resultados. Esta mobilização sustenta-se na Teoria da Escolha para a educação de William Glasser, psiquiatra americano (1925-2013) que a criou e a aplicou, a qual serve de referência para quaisquer níveis de ensino.

2. GESTÃO DE PESSOAS E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL NA CONTEMPORANEIDADE

Um novo cenário se mostra presente nas organizações em todo o Mundo, advindo da primeira Revolução Industrial, permanecendo até os dias atuais, o que refletiu diretamente no modo de vida dos agentes de transformação das empresas em suas diferentes perspectivas, seja na ordem política, socioemocional, tecnoló-



gica e socioeconômica.

Nas últimas décadas notaram-se profundas e contínuas mudanças nas estruturas organizacionais das empresas, que procuram atender a uma nova ordem que se aproximava do terceiro milênio: o mercado globalizado.

Nesta perspectiva, Chiavenato (2009, p. 97) faz uma significativa inferência acerca da gestão dos negócios, ao destacar que os recursos humanos “[...] constituem o único recurso vivo e dinâmico da organização, aliás, o recurso que decide manipula os demais, que são inertes e estáticos por si [...]”, ficando evidente, segundo o autor, que a organização obtém seus resultados na medida que equilibra o seu modo de produção não somente com a quantidade de recursos materiais, financeiros, mercadológicos, administrativos, mas sobretudo, com a qualidade das pessoas constituindo um recurso altamente diversificado, o qual traz para os diferentes modelos de negócios atuais e futuros seus conhecimentos, suas habilidades técnicas, seus comportamentos, percepções.

Compete, assim, ao profissional habilitado em Gestão de Recursos humanos, dentre várias competências, atrair e selecionar talentos, acompanhar e influenciar a evolução de outros profissionais na organização, de modo que compartilhem valores, visão, objetivos e, principalmente, sintam-se engajados.

Assim, diante das responsabilidades e enorme leque de atuação desses profissionais, Ulrich (2000) destaca o quanto este profissional influencia mais do que o desempenho individual, mas o da organização, por meio do desenho de estratégias que sejam capazes de gerar resultados palpáveis para todos os segmentos da empresa e, ainda, ser capaz de tratar dos subprocessos elencados por Chiavenato (1999):

Provisão: recrutamento e seleção; **Aplicação:** orientação, modelagem de cargos, avaliação de desempenho; **Remuneração:** remuneração, programas de incentivos, benefícios; **Desenvolvimento:** treinamento e desenvolvimento; **Manutenção:** relações trabalhistas, higiene, segurança, qualidade de vida no trabalho; **Monitoração:** banco de dados e sistemas de informações de RH.

Dessa forma, por meio deste breve panorama em que se insere o profissional de Recursos Humanos na contemporaneidade, percebe-se a grande necessidade de se direcionar o olhar sobre como as práticas em metodologias ativas aplicadas aos participantes do curso tecnólogo de Recursos Humanos são extremamente importantes e de grande valia, haja vista que são capazes de desenvolver ou aprimorar competências mais complexas e tão necessárias para as organizações.



3. CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: COMPETÊNCIAS, DIRETRIZES E DESAFIOS

Inseridos na rigorosa expectativa dada aos profissionais em Gestão de Recursos Humanos na contemporaneidade, os acadêmicos e os profissionais já atuantes neste mercado enfrentam um contexto de novos paradigmas quanto à sua inserção, permanência e qualificação, de modo que no desenvolvimento da sua carreira consigam desenvolver e expressar as suas competências que, segundo Chiavenato (2005, p. 53), entende-se por:

Conhecimento: É o saber. Constitui o resultado de aprender a aprender, aprender continuamente e aumentar continuamente o conhecimento; *Habilidade:* É o saber fazer. Significa utilizar e aplicar o conhecimento, seja para resolver problemas ou situações ou criar e inovar; *Competência:* É o saber fazer acontecer. A competência permite alcançar e superar metas e resultados, agregar valor, obter excelência e abastecer o espírito empreendedor.

Deste modo, compete aos cursos de formação inicial em Gestão de Recursos Humanos oferecerem condições mínimas necessárias para que os acadêmicos sejam capazes de atuar em conformidade com os objetivos de cada organização.

Nesta perspectiva, os cursos superiores de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, aprovados pelo Ministério da Educação, se caracterizam por, dentre outros motivos, como cursos de características especiais. Passam a ser, portanto, uma alternativa viável para quem conclui o Ensino Médio e busca, de forma rápida, o acesso ao mercado de trabalho.

Respeitando a Resolução CNE/CP 3, de 18 de dezembro de 2002, que Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia, tem-se no seu art. 1º as seguintes premissas:

Art. 1º A educação profissional de nível tecnológico, integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, objetiva garantir aos cidadãos o direito à aquisição de competências profissionais que os tornem aptos para a inserção em setores profissionais nos quais haja utilização de tecnologias.

Dessa maneira, os cursos de Formação Superior em Tecnologia são cursos de graduação que fomentam aos acadêmicos a capacidade de agregar conjunto de competências capazes de refletir um perfil humanizado para atuar como gestor, consultor ou *staff* nas organizações. Torna-se, portanto, imperativo aos profissionais facilitadores dos cursos Gestão de Recursos Humanos diagnosticar e reconhecer as características do perfil de ingressantes, para que possam apropriar-se destas informações no atual contexto e, consecutivamente, selecionar os métodos



e técnicas para o alcance do previsto na resolução supracitada.

3.1 Características do campo da Pesquisa

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Pitágoras, situada na cidade de São Luís do Maranhão que, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, possui uma população estimada em 1.094.667 habitantes, tomando como referência o ano 2018, e está classificado como o 15º município mais populoso do Brasil e o quarto da Região Nordeste.

O Curso é fruto de um Projeto Pedagógico construído coletivamente, implementado por meio do seu Núcleo Docente Estruturante (NDE), órgão que acompanha a sua consolidação, em sintonia com o Colegiado do Curso, formado por representantes de seus corpos docente e discente.

2.2 Acesso ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

Ao se investigar a relação e os efeitos das metodologias ativas de ensino na formação inicial do profissional tecnólogo em Recursos Humanos da Faculdade em destaque, observa-se, por meio deste estudo, as formas de acesso ao curso e a caracterização do seu público-alvo, o que serve de fator estratégico para se compreender com quem o educador se relacionará e quais medidas utilizará no processo de ensino e aprendizagem.

Desta forma, a Faculdade Pitágoras, respaldada pela Constituição Federal, pelo Parecer CNE/CP Nº 95/98 e, sobretudo, pelo que determina o Art. 44, inciso II, da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDBEN, o qual afirma que a “[...] graduação, aberta a candidatos que tenham concluído o Ensino Médio ou equivalente e tenham sido classificados em processo seletivo[...]” viabiliza o ingresso no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos por meio de quatro formas, a saber: a primeira refere-se a submissão do candidato a exames de seleção/vestibulares; outras duas maneira de acesso ocorrem pelas transferências de alunos regularmente matriculados em outras Instituições de Ensino Superior - IES, autorizadas e reconhecidas pelo Ministério da Educação, ou pelo reaproveitamento de cursos, respeitando processos seletivo específicos; uma quarta alternativa de acesso sustenta-se por meio das políticas públicas disponibilizadas em território nacional, pelas quais as populações menos favorecidas encontram meios de ingresso ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos.

Nesse sentido, essa pesquisa prossegue discorrendo, também, sobre inova-



ções e práticas de ensino adotadas em sala de aula, classificadas como metodologias ativas de ensino aplicadas nas seguintes disciplinas: Empreendedorismo, Desenvolvimento de Pessoas, Coaching e Mentoring e Gestão de Pessoas com 60h semestrais cada do referido curso.

4. METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO APLICADAS AO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS DA FACULDADE PITÁGORAS

De acordo com a teoria de William Glasser (2013) “[...] o professor é um guia para o aluno e não um chefe [...]”, destacando que não há eficácia em uma aprendizagem com foco exclusivo na memorização, ficando perceptível a pouca assimilação dos conceitos após a existência de aulas meramente lineares. Segundo o teórico, ao ilustrar por meio de uma pirâmide os potenciais de algumas estratégias de ensino e suas proporções, classifica que o conteúdo é fixado pelo aluno da seguinte maneira:

10% do conteúdo é adquirido pela leitura; 20% do conteúdo é aprendido quando escutamos; 30% do conteúdo é assimilado quando assistimos algo;

50% do conteúdo é melhor adquirido combinando escuta e observação e

70% é aprendido quando o conteúdo é debatido, conversado, perguntado; 80% quando fazemos, escrevemos e interpretamos e 95% da taxa de aprendizagem é adquirida quando ensinamos outra pessoa.

Neste percurso, o professor, visto como facilitador e munido de diferentes estratégias de ensino, convence seu público-alvo a reconhecer caminhos possíveis para a sua qualificação profissional, permitindo aos participantes uma experiência de aprendizagem efetiva e prazerosa.

Diante disto, as estratégias sinalizadas para as vivências dos participantes buscam reforçar a necessidade da adoção de novas posturas e aprimoramento das habilidades que se espera alcançar, já que passarão por todos os níveis da Taxonomia de Bloom (2001) revisada, que embora formulada na década de 50, serve para pesquisadores e educadores como ferramenta útil e de eficácia para a implementação de aulas, organização e planejamento das mesmas sempre centradas no discente de modo que reflita o que se deseja alcançar durante e no fim do processo.

É portanto, atual e pertinente para o processo de planejamento, condução e avaliação da aprendizagem contemporânea no Ensino Superior.



Segundo Conklin (2005), a Taxonomia de Bloom e sua classificação hierárquica dos objetivos de aprendizagem têm sido uma das maiores contribuições acadêmicas para educadores que, conscientemente, procuram meios de estimular, nos seus discentes, raciocínio e abstrações de alto nível (*higher order thinking*), sem distanciar-se dos objetivos instrucionais previamente propostos.

No desenvolvimento das disciplinas supracitadas no curso superior de tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, os acadêmicos participantes interagiram em diferentes métodos e estratégias, entendendo-se, portanto, por metodologias ativas de ensino, como, segundo Souza e Pazin-Filho, 2014, p. 285, no artigo *Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica*,

[...] como uma possibilidade de ativar o aprendizado dos estudantes, colocando-os no centro do processo, em contraponto à posição de expectador, (...) Ao contrário do método tradicional, que primeiro apresenta a teoria e dela parte, o método ativo busca a prática e dela parte para a teoria (Abreu, 2009). Nesse percurso, há uma “migração do ‘ensinar’ para o ‘aprender’”, o desvio do foco do docente para o aluno, que assume a corresponsabilidade pelo seu aprendizado” (SOUZA e PAZIN-FILHO, 2014, P. 285).

Deste modo, o presente estudo de caso compartilha adiante as especificidades de alguns métodos, estratégias e metodologias ativas de ensino utilizados durante as aulas do curso para que os participantes, com elas pudessem se deparar com situações-problemas, analisar as informações coletadas, aplicar os conhecimentos obtidos e criar soluções inovadoras como fruto de processos de decisão coletiva. Tais metodologias e estratégias adotadas foram: o Design Thinking (DT), a Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP), *Team Based Learning – TBL* (Aprendizagem Baseada em Times - ABT), Ensino Híbrido e Estudos de Casos como abordagem de ensino.

4.1 Design Thinking aplicado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

A metodologia “Design Thinking” - DT segue algumas etapas primordiais para o seu desenvolvimento, pelas quais os acadêmicos estarão imersos. Estas etapas são estruturadas enfatizando sua compatibilidade ao novo modelo de comportamento que se espera do trabalhador no mercado contemporâneo.

Segundo Bereiter (2002) e Valimaa e Hoffman (2008), P.09

Os focos do sistema de educação na sociedade do conhecimento são direcionados a cultivar alunos que são hábeis a produzir conhecimento e produtos associados através de pesquisas transdisciplinares. A competência chave de trabalhadores na sociedade do conhecimento é a habilidade de criar conhecimento utilizável, e não somente conhecimentos que são governados por interesses acadêmicos.



Na prática, a adoção do DT na formação de profissionais em Gestão de Recursos Humanos ocorre respeitando algumas etapas que vão desde a apresentação de situações-problemas, nas quais os acadêmicos deverão entender o problema em questão e fazer observações diferenciadas para compreendê-lo; em seguida deverão compilar as informações obtidas sobre o que foi observado, por meio de registros, padronização de dados e outros meios. Segue-se com a terceira etapa, que trata da ideação, uma verdadeira imersão na geração de ideias ou *brainstorming*, sucedido pela prototipação, importante etapa caracterizada pela materialização das ideias e, por último, a etapa que trata de validar e testar.

4.2 Aprendizagem baseada em Problemas aplicado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

A *Problem Based Learning* (PBL) ou Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) é uma metodologia ativa de ensino em que os acadêmicos do curso em destaque adquiriram conhecimento e habilidades enquanto resolviam problemas. A sigla vem do inglês *Problem Based Learning* (PBL). Foi adotada, inicialmente, pela Universidade McMaster, no Canadá, e de Maastricht, na Holanda, em 1969.

Em síntese, PBL relaciona-se com o saber e com o fazer. A adoção dessa metodologia primou, durante a formação inicial do profissional em Recursos Humanos, pelo desenvolvimento de habilidades críticas de pensamento e resolução de problemas no contexto organizacional. Também enfatiza o aprendizado centrado no acadêmico, que passa a procurar, ativamente, a informação que necessita, para resolver um determinado problema.

4.3 Team Based Learning (TBL) e Ensino Híbrido aplicado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

Vista como uma estratégia de ensino colaborativa, a *Team Based Learning* (TBL) ou aprendizagem realizada em equipes, reforça o aprendizado pela realização de atividades que promovam a interação entre os acadêmicos, de modo que as equipes sejam formadas respeitando a capacidade de autonomia das decisões, com a possibilidade de “feedbacks” frequentes e imediatos fornecidos pelo professor/facilitador do ensino.

A TBL é uma metodologia ativa de ensino usada no curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, no qual se utilizou das seguintes etapas:

I. Preparação e Ensino Híbrido - Os participantes do curso organizam-se em times/equipes, estudam sobre o tema disponibilizado pelo professor/



facilitador, antecipadamente, via portal acadêmico eletrônico - denominado pela IES como Ambiente Virtual de Aprendizagem - AVA, em diferentes formatos: artigos científicos, *e-books*, vídeos ou atividades instruídas em encontros presenciais. Estes, por sua vez, deverão ser analisados a fim de se prepararem para a aula presencial. O Ensino híbrido, portanto, trata de combinar ferramentas e ambientes para potencializar a aprendizagem, em que o professor orienta a aprendizagem utilizando ferramentas digitais, debates e orientações, fornece leituras e exercícios e o aluno alterna momentos em que estuda sozinho pela plataforma e com grupos e com o professor, presencialmente.

II. Exercícios - Nesta etapa, os acadêmicos são desafiados a resolver situações-problemas. Em equipes se deparam com a necessidade analisar e entrar em consenso de possíveis e melhores soluções para a questão apresentada e, posteriormente, verbalizam suas conclusões aos demais participantes.

À medida que as aulas prosseguem, as equipes formadas recebem níveis avançados de situações desafiadoras, bem como estruturas complexas para os acadêmicos sejam capazes de analisar e desempenhar suas atividades, conquistando um maior arcabouço de conhecimentos técnicos, habilidades e atitudes.

4.4. O estudo de caso como abordagem metodológica no Curso Superior de Gestão em Recursos Humanos

A principal característica do estudo de caso como abordagem metodológica está em fazer uma abordagem pautada para perguntas estratégicas e não simplesmente nas resoluções. Deste modo, ao utilizar estudo de caso na formação dos futuros gestores em Recursos Humanos, o professor apresenta, inicialmente, perguntas em contextos específicos que, frequentemente, envolvem um conflito ou um problema, quando se trata de caso-problema, visto que a intenção é de reconciliar múltiplas variáveis.

Nesta estratégia compete aos participantes identificar os principais desafios e questões teóricas do caso antes mesmo de formularem soluções ou abordagens, supostamente, apropriadas.

Em geral, os casos abordados no curso de Gestão de Recursos Humanos respeitam as condições para ser utilizado em sala de aula, pois um bom caso deve, sobretudo, aproximar o aluno às possíveis situações que enfrentará no mercado, de modo que as questões sejam abertas, não limitando os alunos para apenas uma resposta certa, bem como proporcionem diferentes opiniões e que sejam, também, capazes de fornecer informações complexas suficientes, tornando proveitoso o seu estudo.



5. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A investigação pretende analisar e contribuir à comunidade acadêmica e pesquisadora da área de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas sobre de que maneira as metodologias ativas de ensino adotadas à formação inicial do curso superior de tecnologia em Gestão de Recursos Humanos viabiliza a introdução de profissionais de maneira mais qualificada, tornando-os mais assertivos na execução de tarefas e oportuniza, com seus dados apresentados, futuros estudos sobre a necessidade de repensar na estrutura de qualificação inicial para esta área.

5.1 Desenho metodológico

A investigação, com caráter descritiva e compreensível, abrangerá, como universo de estudo, um grupo de acadêmicos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Pitágoras, da cidade de São Luís do Maranhão, devidamente matriculados no período de 2018 a 2019, tomando a análise bibliográfica e estudo de caso visto como uma investigação empírica, que compreende um **método** abrangente, com coleta e análise de dados e que, além de fundamentar, garantirá respaldo à pesquisa, tendo como instrumentos de análise a serem inter cruzados: revisão teórica, , registros, observações acerca das práticas adotadas no curso em estudo, formulários eletrônicos com questionário para coleta de dados e, por fim, a análise de dados coletados.

Na estruturação desta pesquisa será realizada a análise documental sobre os registros acadêmicos que implicam nas normas e regimento interno da Instituição, seus ementários, a Proposta Pedagógica do Curso, os descritivos metodológicos, aplicação e observação dos fenômenos durante a apresentação de novas técnicas.

6. RESULTADOS DA PESQUISA

O questionário adotado constituiu-se, além de um relevante instrumento para perceber o perfil acadêmico dos estudantes do Curso, uma oportunidade para mapear diversos aspectos do estudante no período de 2018 a 2019, gerando dados para a construção de uma pesquisa científica que visa correlacionar as práticas inovadoras em sala de aula com a formação de futuros profissionais na área de Recursos Humanos. As conclusões das questões estabelecidas no formulário foram analisadas, preservando a identificação do grupo pesquisado.

As questões envolveram diversos itens, dentre os quais se detém um olhar

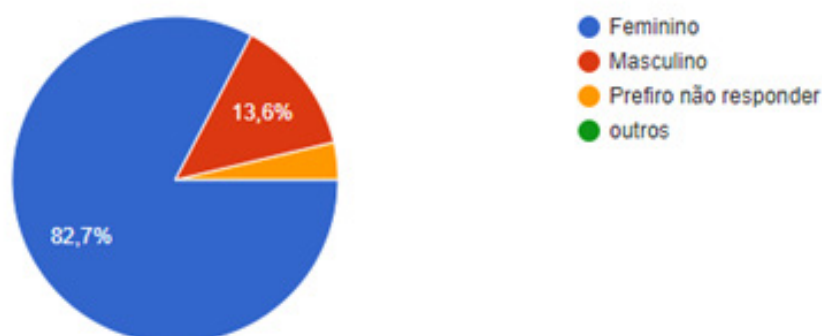


direcionado para o perfil dos acadêmicos contemplando os seguintes itens: gênero, idade, motivação para ingresso no curso, dificuldades encontradas pelos estudantes durante o curso, bem como a percepção deles diante da aplicação das metodologias ativas de ensino para o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais nas organizações.

Assim, como mostra o gráfico abaixo, dos 81 questionários respondidos, 82,7% eram do gênero feminino e 13,6% do gênero masculino, sendo que 3,7% preferiram não responder sobre esta categoria.

4. Quanto a classificação de gênero

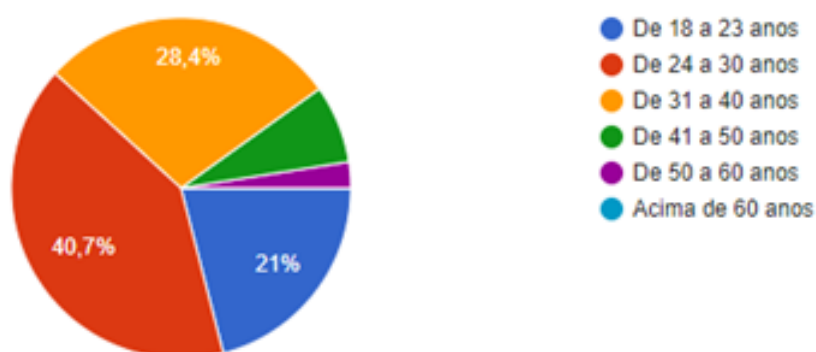
81 respostas



Quanto à faixa etária, percebe-se a predominância de acadêmicos jovens entre 24 e 30 anos de idade, correspondendo a 40,7% dos respondentes, seguida de 28,4% por alunos de 31 a 40 anos e 21% para a faixa etária de 18 a 23 anos, ficando evidente um número baixo acima dos 40 anos.

Faixa etária dos acadêmicos

81 respostas



Compreender os principais motivos que levaram aos egressos à escolha do Curso em estudo nesta pesquisa torna-se elemento primordial, haja vista que a profissão exige identificação com aspectos referentes ao desenvolvimento de pessoas e organizações. Assim, iguais estão os motivos: vocação e inserção no mercado de trabalho como item de maior peso para a escolha do curso, com 24,7%

cada. Segue com 19,8% o reconhecimento da profissão no mercado como fator de influência para a escolha do curso, 14,8% dos respondentes apontam que é o fato de o curso ser de curta duração.

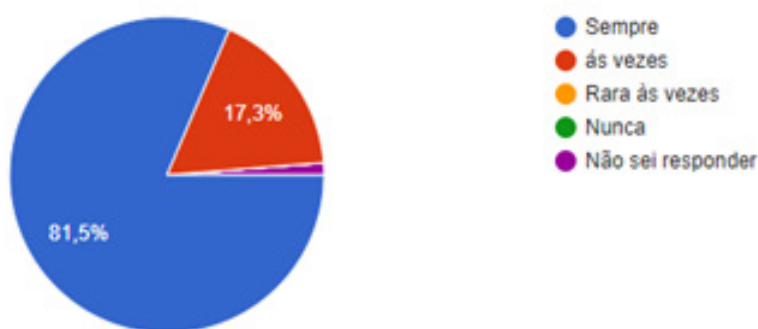
Qual o principal motivo para ter escolhido este curso?

81 respostas

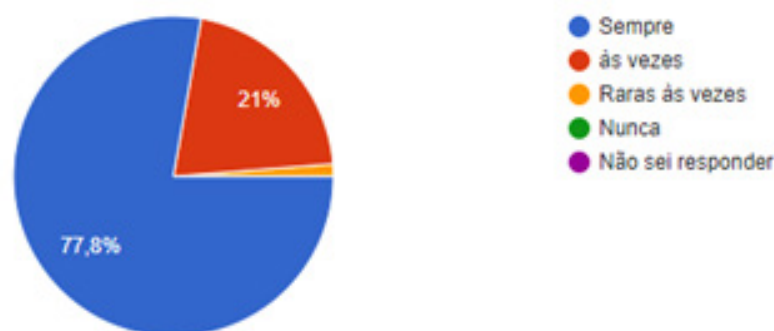


Dentre os resultados observados destacam-se, ainda, aspectos referentes às metodologias e estratégias de ensino, em que a compreensão assertiva de conteúdos complexos, sobretudo dos subsistemas de Recurso Humanos, ficam evidenciados para 81,5% dos participantes.

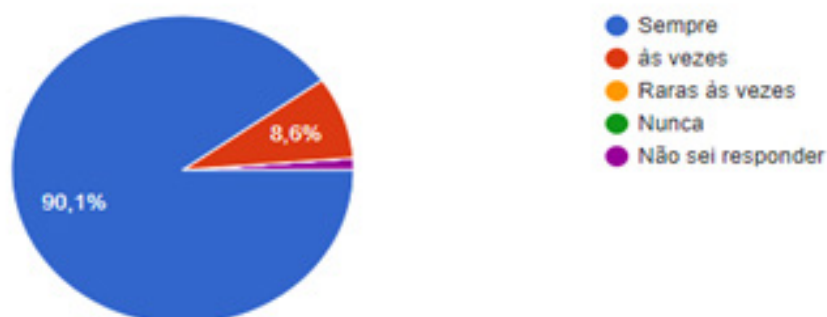
Na oportunidade, foram perguntados se a aplicação de estudos de casos favoreceu para a fixação de novos conteúdos e técnicas da área de Recursos Humanos durante as atividades em sala de aula. Esse expressivo resultado atesta o quanto a adoção das metodologias ativas de ensino é capaz de correlacionar o que se ensina com as rotinas do cotidiano do trabalho do profissional de Recursos Humanos. Assim, 17,3% dos respondentes deram como resposta "  vezes" e 1,2% não souberam responder.



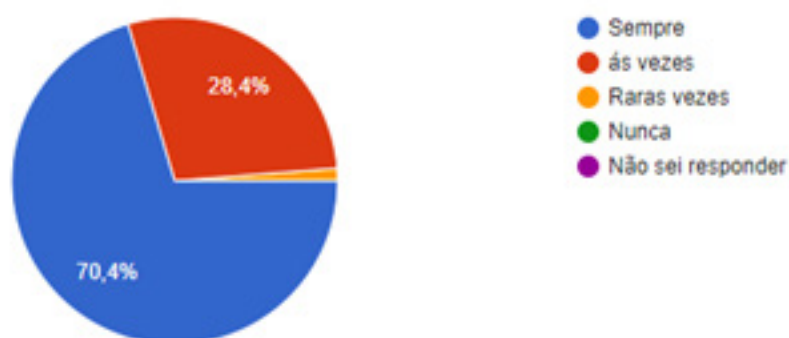
O formulario destaca, ainda, a relação do uso de diferentes estratégias de ensino pelo professor para com a permanência dos alunos na área de formação em Recursos Humanos com 77,8% das respostas atestando que sempre será positiva a abordagem. 21% deles consideram que às vezes favorece e 1,1  considera que são raras às vezes que essa relação contribui para a permanencia do acadêmico.



Os alunos foram perguntados, também, se consideram que terão melhor no mercado de trabalho após a vivência de diferentes atividades práticas durante às aulas. Um dos principais pontos de destaque desta pesquisa aponta para 90,1% dos respondentes que atestam positivo para a questão, como apresenta o gráfico abaixo. Segue-se com 8,6% dos participantes assinalando que “às vezes” consideram que terão melhor desempenho e 1,3% não souberam responder.



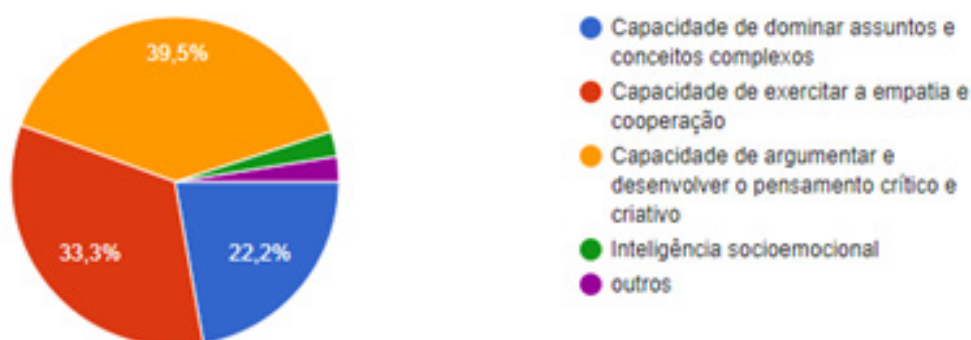
A conclusão acima é reforçada quando os participantes foram questionados se durante as atividades em sala de aula o formato ao trabalho em equipes para resolver problemas complexos referentes a área de Recursos Humanos favoreceu o seu desenvolvimento pessoal. 70,4% afirmam com que sempre favoreceu; 28,4% afirmaram que às vezes favoreceu e 1,2% responderam que raras foram as vezes que a abordagem favoreceu o desenvolvimento pessoal.



Por último, ao entender que é competência da Instituição de Ensino Superior viabilizar espaços formativos desenvolvedores de um perfil aprimorado e o mínimo possível preparado para corresponder às expectativas das organizações

e seus modos de trabalho, os acadêmicos selecionados puderam indicar qual a principal competência seria estimulada durante a aplicação, pelo professor, de atividades diferentes do método tradicional.

Assim, como indica o gráfico, obteve-se 39,5% das respostas a competência referente a capacidade de argumentar e desenvolver o pensamento crítico e criativo, seguida pela capacidade de exercitar a empatia e cooperação, com 33,3%. Ainda, foram sinalizadas, a capacidade de dominar assuntos e conceitos complexos, com respostas de 22,2% dos entrevistados. Já a Inteligência socioemocional segue empatada com outras competências totalizando 5% das respostas.



Com tais resultados, esta pesquisa contribui ainda, propondo aos gestores da instituição, bem como outros profissionais docentes apontando para que se tornem cada vez mais comuns o uso das metodologias ativas de ensino e aprendizagem que por sua vez, habilitam os acadêmicos ao exercício das competências e habilidades.

6. CONCLUSÃO

Diante do exposto, percebe-se que o profissional envolvido na formação inicial do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos deve, diante deste panorama, considerar o estudante adulto como um sujeito ativo no processo de ensino e aprendizagem, cabendo ao professor conhecer e viabilizar técnicas ágeis que sejam diretamente aplicadas ao mercado de trabalho, bem como para a superação dos principais entraves que configuram as rotinas dos acadêmicos, em seus aspectos socioemocionais, econômicos, dentre outros.

De acordo com a pesquisa, as práticas de formação dos futuros profissionais em gestão de Recursos Humanos prevêem como o papel do professor, ao promover vivências práticas com a adoção das metodologias ativas de ensino, capazes de ensinar além de conteúdos, é de suma necessidade para a capacitação do aluno para um mercado contemporâneo complexo.

Dentre os resultados observados com a aplicação de novas metodologias de



ensino estão:

- Capacidade de correlacionar o que se ensina com as rotinas do cotidiano do trabalho do profissional de Recursos Humanos;
- Aperfeiçoamento das competências: trabalho em equipes, expressão oral e argumentação, análise e resolução de problemas complexos, criatividade e pensamento ético;
- Gerar uma qualificação mais assertiva para o mercado de trabalho, dentre outros.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Resolução CNE/CP 3, de 18 de dezembro de 2002.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CP032002.pdf>. Acesso em 20/12/2019

CAMARGO, W. **Descubra em que consiste a teoria da escolha de William Glasser.** Disponível em <https://www.cgd.com.br/blog/descubra-em-que-consiste-a-teoria-da-escolha-de-william-glasser/>. Acesso em 01/04/2020

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 – 4ª Reimpressão.

DE OLIVEIRA, Aline Cristina Antoneli. A contribuição do Design Thinking na educação. **Revista E-Tech: Tecnologias para Competitividade Industrial-ISSN-1983-1838**, p. 105-121, 2014.

DIESEL, Aline; BALDEZ, Alda Leila Santos; MARTINS, Silvana Neumann. Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. **Revista Thema**, v. 14, n. 1, p. 268-288, 2017.

FELICIO, J.C.S. M. **Os processos de RH: uma visão estratégica.** Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/os-processos-de-rh-uma-visao-estrategica/>. Acesso em 20 de março de 2020.

FERRAZ, Ana Paula do Carmo Marcheti; BELHOT, Renato Vairo. Taxonomia de Bloom: revisão teórica e apresentação das adequações do instrumento para definição de objetivos instrucionais. **Gestão & Produção**, v. 17, n. 2, p. 421-431, 2010.

PORTAL NA PRÁTICA. **O que são soft skills e como desenvolvê-las para crescer na carreira.** Disponível em: <https://www.napratica.org.br/como-desenvolver-soft-skills/>. Acesso em 20/03/2020



GESTÃO DE CONFLITOS INTERORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO ENVOLVENDO PROPRIETÁRIOS DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DO OESTE DA BAHIA

INTERORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT: A STUDY
INVOLVING SMALL BUSINESS OWNERS FROM WESTERN BAHIA

Cassiana Santos da Silva Farias
Lívia Veiga de Oliveira Bispo
Manoel Joaquim Fernandes de Barros
Neivande Dias da Silva

Resumo

Muitas empresas coexistem e se relacionam independente de afinidades em termos estratégicos ou da própria vontade de seus gestores. A preservação da harmonia nas relações empresariais também está relacionada com a capacidade das pessoas, responsáveis por essas transações, gerenciarem os possíveis conflitos que podem surgir em meio aos negócios. O que fará a diferença, em se tratando da estratégia competitiva, será a forma como pessoas, grupos e organizações lidam com os possíveis conflitos, pois esses são um fenômeno natural no cotidiano das empresas (CARVALHAL ET AL, 2017; ROBBINS, 2014). Esta investigação verificou qual a compreensão que os proprietários de empresas de pequeno porte possuem sobre gestão de conflitos interorganizacionais, através da delimitação do instrumento de gestão de conflitos externos e sua contextualização no âmbito interorganizacional como estratégia competitiva. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa básica, de campo e descritiva, com uma abordagem qualitativa e quantitativa. A coleta de dados foi executada no período de agosto a outubro de 2018, em Bom Jesus da Lapa, Bahia. A amostra contou com 18 respondentes, proprietários dos empreendimentos qualificados como de pequeno porte. Na amostra, um percentual de 67% considera seu conhecimento em gestão de conflitos externos nada satisfatório, 6% percebe como pouco satisfatório, e 28% o percebem como satisfatório. Foi possível verificar que a gestão de conflitos interorganizacionais *não é uma realidade percebida pela amostra. Apesar de acreditarem ter uma capacidade de negociação satisfatória, os índices de desacordos com fornecedores são representativos nesta.*

Palavras chave: Gestão de Pessoas; Conflitos Interorganizacionais; Estratégia.

Abstract

Many companies coexist and relate independently of affinities in strategic terms or the will of their managers. The preservation of harmony in business relationships is also related to the ability of people, responsible for these transactions, to manage possible conflicts that may arise in the midst of business. What will make the difference, when it comes to competitive strategy, will be the way people, groups and organizations deal with possible conflicts, as these are a natural phenomenon in the daily lives of companies (CARVALHAL ET AL, 2017; ROBBINS, 2014). This investigation verified the understanding that small business owners have about interorganizational conflict management, through the delimitation of the external conflict management instrument and its contextualization in the interorganizational scope as a competitive strategy. For this, a basic, field and descriptive research was developed, with a qualitative and quantitative approach. Data collection was performed from August to October 2018, in Bom Jesus da Lapa, Bahia. The sample had 18 respondents, owners of the enterprises qualified as small. In the sample, a percentage of 67% considered their knowledge in managing external conflicts to be unsatisfactory, 6% perceived it as unsatisfactory, and 28% perceived it as satisfactory. It was possible to verify that the management of interorganizational conflicts is not a reality perceived by the sample. Although they believe they have a satisfactory negotiation capacity, the rates of disagreements with suppliers are representative in this.

Key-words: People management; Interorganizational conflicts; Strategy.



1. INTRODUÇÃO

As transações comerciais, que são constantemente executadas pelas empresas, são viabilizadas por intermédio dos seus funcionários e é através do capital humano, presente nas organizações, que é possível gerenciar e manter o relacionamento interorganizacional. Tais transações, quando ocorrem de forma harmoniosa, possibilitam a manutenção de elos nas cadeias produtivas das empresas. Como teorizou Porter (1988), ao enfatizar que as relações com fornecedores representam um condutor de custos, essas relações, quando gerenciadas, têm o potencial de maximizar ou minimizar as atividades de valor da empresa, tendo em vista que a manutenção de elos com fornecedores é uma estratégia que possibilita a vantagem competitiva.

A preservação da harmonia nas relações empresariais também está relacionada com a capacidade das pessoas responsáveis por essas transações em gerenciar os possíveis conflitos que podem surgir em meio aos negócios. O que fará a diferença, em se tratando da estratégia competitiva, será a forma como as pessoas, grupos e organizações lidam com os possíveis conflitos, pois esses são um fenômeno natural no cotidiano das empresas (CARVALHAL ET AL 2017; ROBBINS, 2014).

Esta pesquisa tem como objetivo geral verificar qual a compreensão que os proprietários de empresas de pequeno porte possuem sobre gestão de conflitos interorganizacionais. Para subsidiar o alcance do mesmo, perfazem os objetivos específicos desta investigação: identificar gestão de conflitos externos e contextualizar gestão de conflitos interorganizacionais como estratégia competitiva.

Desta forma, para atingir os objetivos apresentados, o estudo está dividido de modo a que, compondo a primeira parte, está a presente introdução; a segunda, a fundamentação teórica, que reúne discussões referentes à distinção dos tipos de empresas, estratégias empresarias para gestão de conflitos, oportunidades de alianças estratégicas, conflitos interorganizacionais e habilidades do gestor, bem como, o papel da negociação na gestão de conflitos externos; a terceira parte contém a metodologia que estrutura essa investigação; a quarta parte, os resultados e as discussões; e a quinta parte, as considerações finais dos autores.

As empresas de pequeno porte são geradoras de emprego e renda e representam um fator importante para a economia brasileira. Micro e Pequenas Empresas (MPE) representam 53,4% do Produto Interno Bruto (PIB) no setor do comércio e 24,5% do PIB da indústria no Brasil. Já quando o assunto é empregabilidade, essas empresas representam 44% dos empregos formais em serviços e geram no comércio aproximadamente 70% dos empregos (SEBRAE, 2014). Assim, justifica-se esta pesquisa por entender que essas empresas contribuem para o fortalecimento da economia brasileira na medida em que proporcionam maiores habilidades de gestão para seus proprietários. O entendimento dos conceitos de gestão de conflitos



interorganizacionais se faz necessário para a manutenção de atividades comerciais duradouras.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A Empresa, o Empresário e a Atividade Empresarial

Organizações, que possuem atividade empresarial ou que tenham como propósito o lucro, são definidas por Coelho (2011) como capazes de articular fatores de produção, como: capital, mão de obra, insumo e tecnologia. A empresa se estabelece sobre a tutela do empresário, que é o responsável por organizar as pessoas e os bens. “O empresário, no exercício da atividade empresarial, deve contratar empregados. São estes que, materialmente falando, produzem ou fazem circular bens ou serviços” (COELHO, 2011, p.30).

Segundo o Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2014), empresas são classificadas, além da categoria de Micro Empreendedor Individual (MEI), como de micro, pequeno, médio ou grande porte. Os critérios para estabelecimento desta segmentação estão relacionados com a quantidade de funcionários e aspectos econômicos.

A atividade empresarial exige mais do que a iniciativa promissora de empreender em uma determinada área. Ao empresário, quando tratamos de pequenos negócios, cabe estabelecer “as regras do negócio”, delimitando o propósito de sua firma, os critérios de empregabilidade, a natureza do serviço ou produto ofertado ao mercado e, ainda, os critérios de gestão de pessoas. Em muitos casos, portanto, suas responsabilidades são múltiplas e não excludentes em termos de importância do ponto de vista estratégico, inclusive no quesito gestão de conflitos interpessoais e interorganizacionais.

A estratégia, como prática social, precisa ser assimilada pelos atores da organização e esta, muitas vezes, gera impactos à sociedade. Independente do ramo de atividade da empresa, o gestor precisa desenvolver “habilidades adequadas para realizar seu trabalho em estratégia e dispor de ferramentas para tal” (Whittington, 2004, p. 51). Não se trata de uma tentativa de se limitar ao pensamento estanque da estratégia, do ponto de vista de um patrimônio da empresa, como algo pré-estabelecido e sim corroborar com o pensamento da estratégia como prática, ou seja, definida pelo que as pessoas fazem para alcançar os objetivos (JARZABKOWSKI; WHITTINGTON, 2008).

Esse pensamento estratégico é um elemento essencial para o alcance de um bom desempenho do ponto de vista organizacional e, para a compreensão da dimensão conceitual deste estudo, se faz necessário entender e delimitar o conceito de organizações. O que as define de outros tipos de estruturas coletivas, segundo



Scott (1995), é que elas são coletividades com orientação ao alcance de objetivos especificados previamente, possuem um grau elevado de formalização, tanto de regras, quanto de relacionamento interpessoal, e “são coletividades cujos participantes buscam múltiplos interesses, absurdos e comuns, mas que reconhecem o valor de perpetuar a organização como um recurso importante” (SCOTT, 1995, p. 28).

Partindo desse escopo, analisa-se o cenário no qual coexistam duas ou mais organizações, cada uma delas com suas estruturas previamente definidas, seus objetivos a serem alcançados e que estas sejam compostas por indivíduos com interesses particulares, orientados ao sucesso de seus projetos de negócio.

Os interesses dos gestores, por exemplo, são moldados por um contexto social, histórico e por lógicas institucionais (Nogueira, 2006). Do ponto de vista interorganizacional, essas estruturas de negócio se relacionam dentro de um sistema social (composto por cultura, estrutura social e rotinas) que orienta a ação dos atores envolvidos (MACHADO-DA-SILVA; COSER, 2006). E os estudos do relacionamento interorganizacional são uma área de contribuições que divergem em teoria, mas convergem na busca pelo entendimento dos impactos causados por ações endógenas e exógenas às firmas (ALVES; BARCELLOS, 2016).

Apesar do objetivo geral desse trabalho tratar de relações entre empresas de pequeno porte, não é possível descartar as influências da globalização e do desenvolvimento tecnológico, fatores que impactam nas relações dos entes que atuam em um determinado mercado, que geram cenários de cooperação ou competição entre organizações, e, inevitavelmente, é configurada a interdependência entre elas (ALVES; BARCELLOS, 2016). Se, por um lado, Bento e Araújo (2016) pressupõem que entidades podem ser delimitadas segundo seus domínios, a partir da teoria das fronteiras, há casos em que interesses mútuos tendem a descaracterizá-los, formando configurações que Alves e Barcellos (2016) relacionam como a cadeias, conglomerados, redes e alianças estratégicas.

2.2. Oportunidades de Alianças Estratégicas

Muitas empresas coexistem e se relacionam independente de afinidades em termos estratégicos ou da própria vontade de seus gestores. O mercado pressupõe atores envolvidos, marcas que competem e cooperam, dentro de um fluxo simbiótico de relacionamentos organizacionais e interpessoais. Porém, mesmo quando estamos nos referindo a pessoas em postos de liderança, controle e tomada de decisão, estas representam marcas e estruturas formais empresarias, portanto, representam organizações e, na medida em que agem e reagem neste sistema, travam relações com atores de outras organizações em uma dinâmica inerente à própria atividade empresarial, independente do porte da firma.



Há casos em que, frente ao cenário de risco e incertezas, certas organizações se veem desafiadas a se aliarem com foco na eficiência de processos e efetividade de resultados (FREITAS *et al.*, 2015). Essa proposta de aproximação de diferentes estruturas empresariais em busca de um bem comum pode ser chamada de aliança estratégica, que surge ainda do intuito de minimizar impactos de conflitos comuns dessas organizações com fornecedores de ambas, por exemplo. Mas, a questão está no fato de que, mesmo que haja interesse mútuo, há casos em que “a insatisfação gerada entre os parceiros pode levar ruptura de uma aliança estratégica” (SILVA *et al.*, 2017, p. 1). E ocorrem casos ainda em que a competição por recursos sobrepõe o potencial cooperativo interorganizacional e, nestas circunstâncias, a aliança não se configura de forma sólida (MACHADO-DA-SILVA; COSER, 2006).

2.3. Conflitos Interorganizacionais

Do ponto de vista conceitual, Albuquerque *et al.* (2016, p. 3) trazem uma contribuição relevante ao descrever conflito como um “processo que tem início quando uma das partes percebe que a outra parte afeta, ou pode afetar, de modo negativo, alguma coisa que ela considera importante”. Antes dele, Bastos (2014, p. 42) já tratava do tema e afirmava que “nos sentimos em conflito quando percebemos uma incompatibilidade de interesses, necessidades ou valores”. Mas, para fins deste trabalho, consideramos relevante a proposição de Silva *et al.* (2017), para os quais o conflito é um “processo iniciado pela percepção de prejuízo por uma das partes devido a inconsistências e desentendimentos em função de objetivos conflitantes ou mesmo opostos dos seus parceiros”.

Para entender como as relações entre empresas se dão, a vigorosa contribuição seminal de Deutsch (1969) buscou esclarecer a coordenação de fatores associados a competição e conflito. Os cenários em que surgem conflitos entre interesses organizacionais nem sempre têm como característica notória a competição para que a situação de desconforto se evidencie em uma parceria. Há casos de conflitos que surgem de um relacionamento entre empresários integrantes de uma aliança estratégica. Mas, interesses opostos os levam a caminhos distintos e, a depender da inabilidade de negociação das partes, a aliança pode ser quebrada em definitivo.

A competição implica uma oposição nos objetivos das partes interdependentes, de modo que a probabilidade de realização de um objetivo diminua à medida que a probabilidade do outro aumenta. Em conflitos derivados da competição, as ações incompatíveis refletem objetivos incompatíveis. No entanto, o conflito pode ocorrer mesmo quando não há uma incompatibilidade real ou percebida dos objetivos (...) o conflito pode ocorrer em um contexto cooperativo ou competitivo e os processos de resolução de conflitos que provavelmente serão exibidos serão fortemente influenciados pelo contexto em que o conflito ocorre (DEUTSCH, 1969, p. 8).

Não se trata de afirmar que conflitos sejam provenientes de relações com



claras manifestações de competição ou cooperação, mas sim de exemplificar que ambos os casos estão sujeitos a incidência de relações conflitantes. Deste modo, observa-se que a sensibilidade de gestores no momento da solução destes conflitos pode ser crucial para a sobrevivência de uma cooperação. Deutsch (1969) alerta sobre o quanto fatores subjetivos influenciam na origem de um conflito, que pode ser classificado como de duas naturezas ambíguas: a construtiva e a destrutiva. E isso está diretamente relacionado ao grau de satisfação das partes com os resultados do conflito.

Uma vez que esses casos surgem de relacionamentos interpessoais e interorganizacionais, e podem se dar a título de desacordos no campo da relação em si, mas também de cunho informacional, de valores, no campo estrutural, de interesses e até histórico (MOORE, 1998; BASTOS, 2014). A compreensão destes termos se dá por, respectivamente, uma possível assimetria de informação, quando atores possuem crenças incompatíveis, quando elementos sociopolíticos possam interferir na relação, quando os interesses são díspares ou até quando aquela relação possui uma história marcada por elementos que possam vir a gerar um conflito presente. São elementos que ilustram as possibilidades motivacionais para uma situação de conflito interorganizacional, mesmo quando não se tem um quadro competitivo declarado.

Porém, enquanto competição e conflito interagem conforme relatado, cooperação e conflito são inevitáveis para a manutenção de uma relação interorganizacional, é o que afirmam Machado-da-Silva e Coser (2006). É como se, sem a conjunção dos elementos “pessoa, processos e problema”, não fosse possível se pensar em uma estrutura cooperativa (BASTOS, 2014, p. 51). Uma vez estabelecido entre parceiros, o conflito pode ocorrer no campo do papel exercido por cada um deles ou por suas responsabilidades operacionais (SILVA *et al.*, 2017).

Mesmo quando se trata de situações de aliança estratégica, de parceria entre instituições com cunho cooperativo, quando fazem referência à gestão de conflitos, os teóricos admitem a natureza semântica negativa que envolve essa definição, em um certo antagonismo (RIBEIRO, 2014). Para dirimir essa tensão entre as partes, as habilidades do gestor são vitais para a sobrevivência da parceria e, em alguns casos, a depender da dinâmica competitiva do mercado, para a sobrevivência do próprio negócio.

2.4. Habilidades do Gestor: o Papel da Negociação

Por mais que admitamos que existam casos de gestores com talento nato para a gestão de relacionamentos interpessoais, quando estamos envolvidos em uma dinâmica macro, em que numa mesa de negociação estão representantes de empresas, com interesses difusos, estruturas diferenciadas a ponto de serem excludentes, os desafios se tornam latentes. E, diante deste cenário, até pequenos empresários são



expostos a situações de estresse e, muitas vezes, ao desconhecerem técnicas de gestão específicas para determinados casos, as chances de sucesso são escassas.

Carvalho (2009) alerta para o fato de que negociadores de sucesso possuem não só a experiência empírica a ser posta à mesa, mas uma bagagem teórica que lhe oferece um diferencial competitivo numa situação de conflito. Apesar de a negociação não ser uma atividade exclusiva de executivos, mas de qualquer cidadão (LEAL, 2017), ela precisa ser vista também de forma sistemática. O ato de negociar é “um meio básico de conseguir o que se quer de outrem. É uma comunicação bidirecional concebida para chegar a um acordo, quando você e o outro lado tem alguns interesses em comum e outros opostos” (FISHER et al., 2005, p. 15). Então, diante do fato de que existe método para se lidar com os desafios de relacionamento interorganizacional e interpessoal, por que não lançar mão destes e estar preparado para gerenciar os conflitos da forma mais efetiva possível?

3. MÉTODO DE PESQUISA

Essa investigação, quanto à sua finalidade, é uma pesquisa básica, “pois este tipo de pesquisa procura desenvolver os conhecimentos científicos sem a preocupação direta com suas aplicações e consequências práticas” (GIL, 1995, p. 42). Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, uma vez que se pretende verificar qual a compreensão que os proprietários de empresas de pequeno porte possuem sobre gestão de conflitos interorganizacionais. Gil (2010) afirma que esse tipo de pesquisa apenas descreve as características de determinado fenômeno.

Relativo ao delineamento, este trabalho se caracteriza como uma pesquisa de campo, nesta “o objeto/fonte é abordado em seu meio ambiente próprio. A coleta de dados é feita nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem” (SEVERINO, 2007, p.123). Uma das vantagens deste tipo de pesquisa está no fato das próprias pessoas cederem as informações sobre seu comportamento, permitindo ao pesquisador a possibilidade de interpretação dos dados de forma menos subjetiva (GIL, 2010).

A pesquisa foi executada em três etapas. Primeiro, ocorreu o levantamento bibliográfico, que possibilitou a busca de informações para embasamento teórico, pois, como afirma Santos (2000), a pesquisa bibliográfica utiliza um conjunto de informações já elaboradas e publicadas por outros autores. May (2004) complementa que a teoria, junto com a pesquisa, é fundamental. Na segunda etapa, foi feita a coleta dos dados, por meio de questionários estruturados, contendo questões fechadas. Utilizou-se o *software Excel* como suporte para a organização dos dados coletados em gráficos para análise. Fez-se uso da estatística descritiva, com variáveis qualitativas e categóricas nominais, uma vez que a “estatística descritiva compreende o manejo dos dados para resumi-los ou descrevê-los, sem ir além, isto



é, sem inferir qualquer coisa que ultrapasse os próprios dados” (FREUND; SIMON, 2000, p.16). Na terceira etapa, ocorreu o exame dos dados por meio da análise de conteúdo, pois se trata de uma técnica que analisa a mensagem considerando seus significados, que “utiliza tanto procedimentos sistemáticos e ditos objetivos de descrição dos conteúdos, quanto inferências, deduções lógicas. Pratica tanto a hermenêutica, quanto as categorias numéricas” (VERGARA, 2010, p.5).

Para delineamento deste trabalho, foi utilizada a abordagem qualitativa e quantitativa. A amostra da pesquisa se enquadra como não probabilística por tipicidade, pois, de acordo com Vergara (2010), a amostragem por tipicidade é formada por elementos que o pesquisador pondera serem característicos da população alvo. Para critérios de amostra, utilizaram-se empresas cadastradas na prefeitura do município de Bom Jesus da Lapa - Bahia como de pequeno porte, tendo por referência dados coletados no setor de tributos em 2018.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A coleta de dados foi executada no período de agosto a outubro de 2018. De acordo com o setor de tributos do município, existem vinte e quatro empresas cadastradas como sendo de pequeno porte, atuando no município baiano de em Bom Jesus da Lapa. Para que o objetivo deste estudo fosse alcançado, definiu-se que os questionários seriam respondidos pelos proprietários dos empreendimentos cadastrados. Das vinte e quatro empresas em questão, dezoito proprietários se dispuseram a responder aos questionamentos. As perguntas foram separadas nos tópicos “informações sobre o respondente” e “gestão de conflitos interorganizacionais”, e as repostas foram agrupadas em percentuais e organizadas em gráficos para discussão.

No tópico informações sobre o respondente, fez-se o levantamento do nível de escolaridade (Gráfico 1). A alternativa de resposta “ensino médio incompleto” foi removida do questionário após a aplicação do pré-teste, uma vez que se constatou que a amostra não continha pessoas que ainda não concluíssem essa etapa de escolaridade.

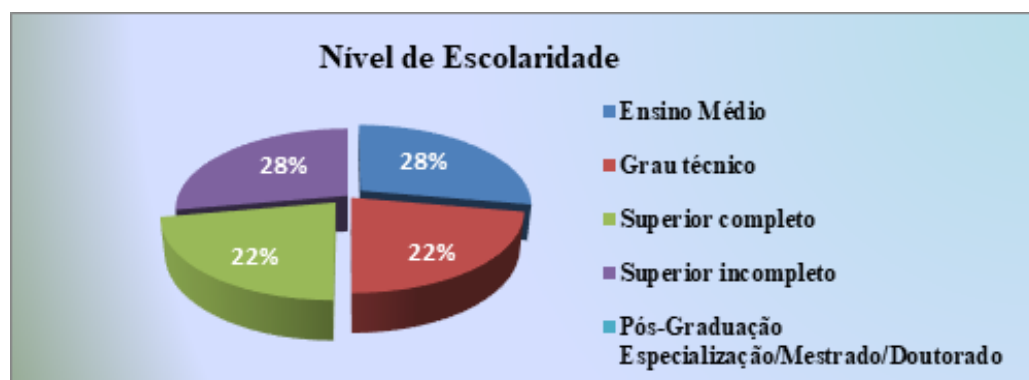


Figura 1: Nível de Escolaridade dos Respondentes
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

O percentual de pessoas na amostra com escolaridade de nível técnico e superior completo e incompleto, se somados, equivale a 72% dos respondentes, o que caracteriza que a maioria da amostra pesquisada possui a preocupação em aprimorar sua capacidade técnica através da profissionalização pela educação. Em se tratando da atividade desempenhada por estes gestores, podemos afirmar, com base na teoria, que o nível de escolaridade tende a ser um fator facilitador do alcance de resultados, assim como proporciona a aquisição de habilidades de gestão e relacionamento. A educação está associada, em termos, à capacidade de assimilação, por parte dos indivíduos, dos elementos culturais presentes na sociedade para que as pessoas se tornem sociáveis, bem como está intimamente ligada ao alcance de objetivos econômicos, pois representa a descoberta das formas mais adequadas para atingir tais objetivos. A educação, em sua especificidade, passa pela compreensão e pelo entendimento do conceito de trabalho (SAVIANI, 2008; DI PIETRO, 2008).

Para levantar informações acerca do entendimento dos empresários sobre gestão de conflitos externos, foi feito o seguinte questionamento: *“Como você classifica seu conhecimento sobre gestão de conflitos externos?”*

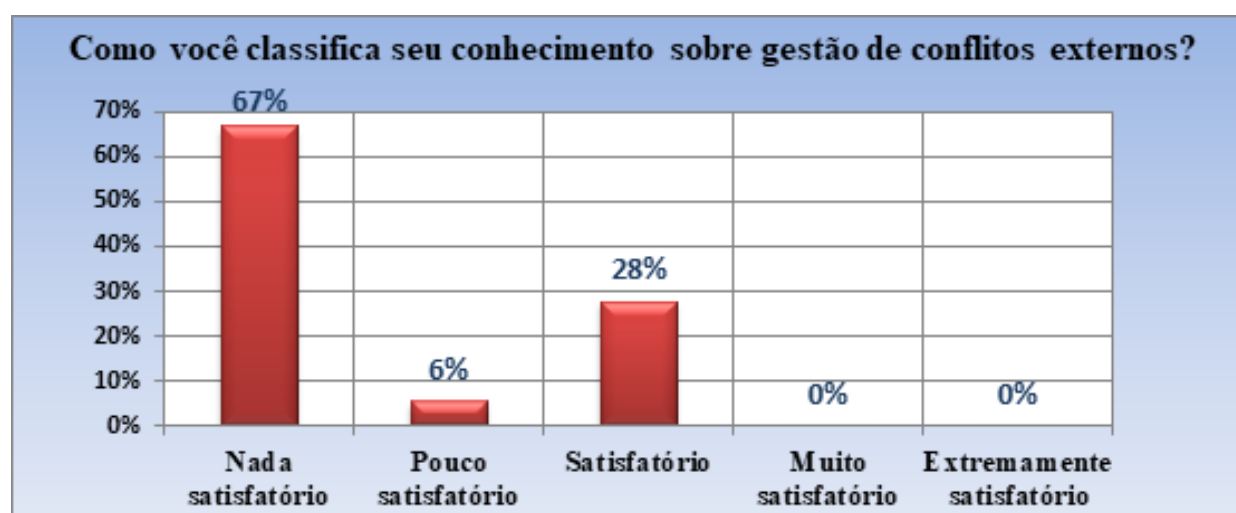


Figura 2: Compreensão sobre Gestão de Conflitos Interorganizacionais
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Na amostra, um percentual de 67% considera seu conhecimento em gestão de conflitos externos nada satisfatório, 6% pouco satisfatório e 28% satisfatório. As alternativas “muito satisfatório” e “extremamente satisfatório” não obtiveram percentuais. Assim, é possível estabelecer, através da análise desses percentuais, que esses gestores em sua maioria possuem conhecimento insatisfatório sobre o assunto, o que inviabiliza a gestão de conflitos interorganizacionais em seus empreendimentos. No que tange à prática de gestão de conflitos, se faz necessário que o gestor tenha conhecimento sobre o tema, tendo em vista que conflitos podem impactar diretamente na produtividade da empresa. Entretanto, não existem ferramentas que contabilizem os custos financeiros do conflito, “difícilmente vamos encontrar dados sobre o custo de conflitos nas estatísticas do governo ou de instituições voltadas para estudos econômicos” (BURBRIDGE; BURBRIDGE, 2012, p.

44). A ausência de formas para medir os custos dos conflitos faz com que estes sejam ocultos.

O balanço financeiro das empresas não oferece dados sobre o custo de conflitos na organização [...] Mesmo assim, existem alguns elementos, tais como a taxa de rotatividade e faltas ao trabalho, que servem como indicadores. (BURBRIDGE; BURBRIDGE, 2012, p. 45)

Todavia, ao adquirir conhecimento sobre a gestão de conflitos interorganizacionais, o gestor pode compreender as possíveis formas de resolver problemas decorrentes dos diferentes objetivos empresariais, como as disputas orçamentárias por recursos escassos e divergências nas formas pelas quais as pessoas percebem as coisas no contexto empresarial. Não se trata, portanto, de eliminar o conflito e sim, a intenção relacionada com a capacidade de manter níveis positivos de conflitos, visto que esses, quando estão presentes no meio organizacional e quando gerenciados, podem se tornar um estímulo para a criatividade, a inovação e a mudança na empresa (ROBBINS, 2014).

A falta de informações sobre gestão de conflitos externos pode ser exemplificada nos percentuais de respostas da pergunta (Gráfico 3): *"Com que frequência você entra em desacordo com os fornecedores?"*

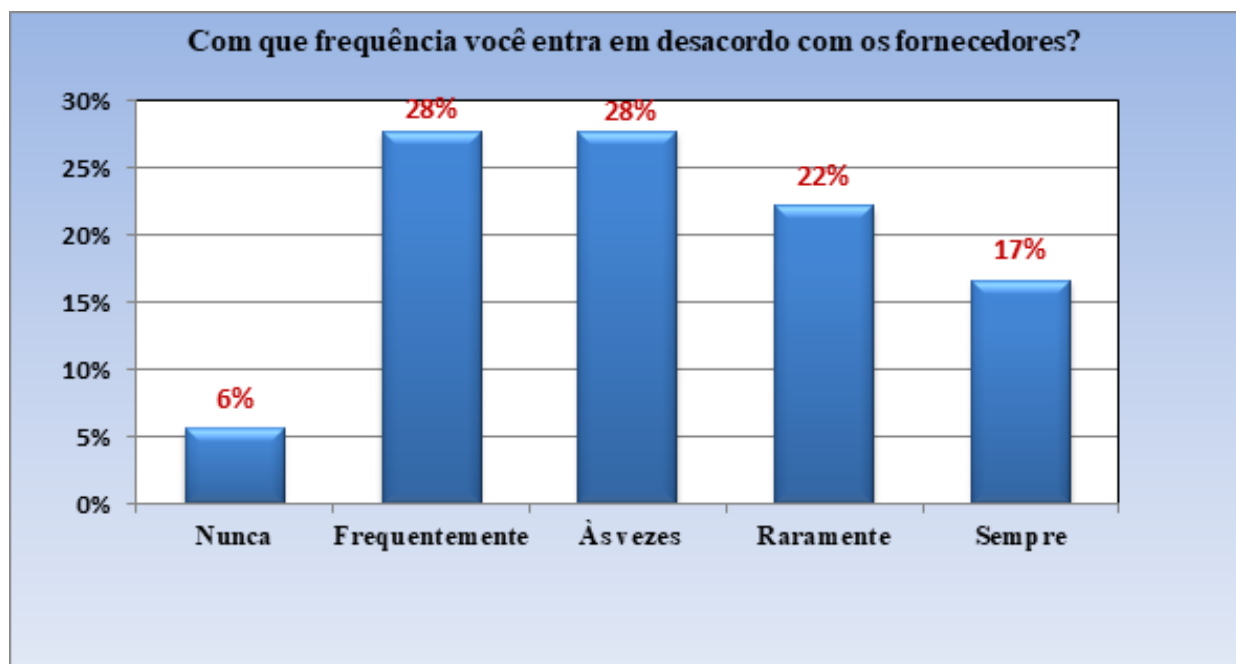


Figura 3: Incidência de Conflitos Interorganizacional
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Entre os respondentes, 28% declararam que entram em desacordo com fornecedores frequentemente, o mesmo percentual aparece com a alternativa "às vezes", demonstrando uma incidência de conflitos externos de 56%, se somadas às alternativas; 17% declararam que sempre há conflitos e 22% que raramente. Os resultados demonstram que existe o conflito no cotidiano das relações com os fornecedores da amostra pesquisada, e tais desacordos podem inviabilizar as transações comerciais destas empresas. Farias *et al* (2018) salientam que os gestores

devem agir no sentido de evitar conflitos de cunho negativo, buscando controlar a incidência de intrigas e discussões desnecessárias, pois essas prejudicam o alcance dos objetivos das pessoas envolvidas nos processos de troca entre as empresas, impossibilitando assim o alcance dos objetivos organizacionais.

O gestor, para além dos processos empresariais, precisa estar atento às emoções no ambiente de trabalho, buscando gerenciar as relações interpessoais e sentimentos destrutivos que possibilitarão melhor manutenção do clima organizacional, estabelecendo relações e cooperação (FARIAS *et al.*, 2018, p. 9).

A possibilidade de cooperação entre as empresas perpassa pelas habilidades de gerenciar conflitos disfuncionais dos atores envolvidos.

Para saber como os gestores lidam com esse conflito nas relações com outras empresas, foi feita a seguinte pergunta: "*Como você reage a um desentendimento com as empresas fornecedoras?*" No gráfico 4, é possível visualizar os percentuais que correspondem às alternativas respondidas.

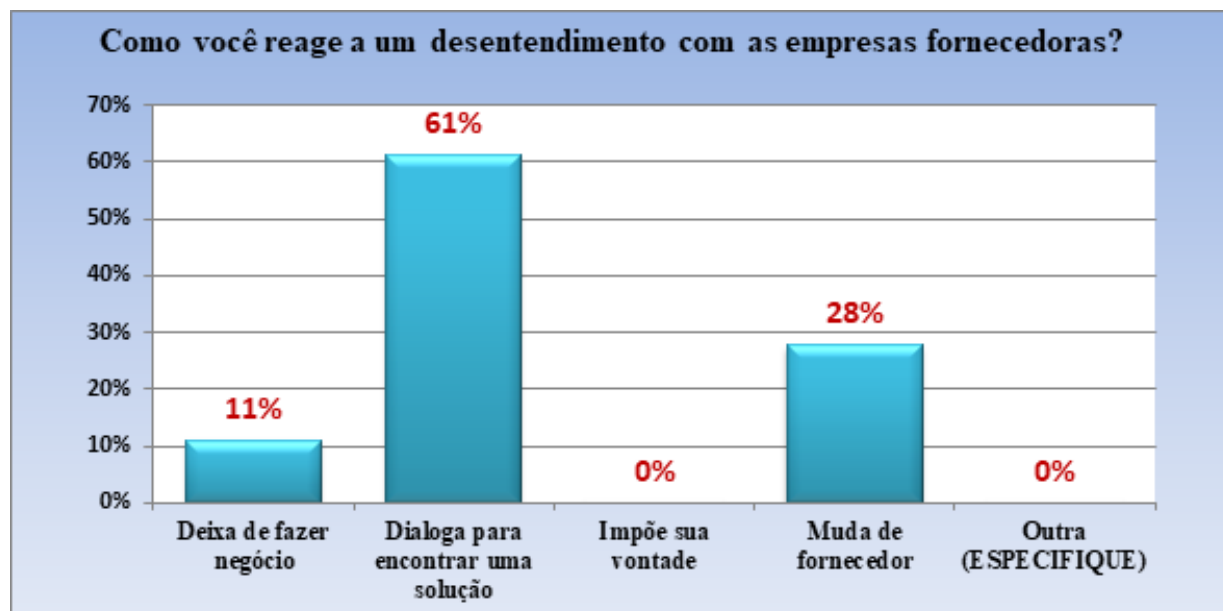


Figura 4: Habilidade em gerenciar Conflitos Interorganizacionais
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

A pesquisa constatou que a habilidade com maior percentual presente na amostra foi a de negociação através do diálogo com 61% dos respondentes, o que representa uma estratégia salutar segundo Nierenberg (apud Carvalho *et al.*, 2017, p. 30), pois "cada vez que pessoas trocam ideias com o intuito de modificar suas relações, cada vez que chegam a um acordo, estão negociando". Entretanto, é preciso considerar os percentuais que declaram inaptidão na resolução de conflitos através da negociação com fornecedores. Por parte dos gestores/proprietários, 11% deixam de fazer negócio e 28% trocam de empresas fornecedoras. Os dados coletados evidenciam uma perda de oportunidade que chega a 39%, em relações que poderiam ser mantidas a partir de uma postura eficiente do ponto de vista de gestão de conflitos.

Sobre a habilidade em negociar com outras empresas, foi feita a seguinte pergunta: "Como você classifica sua habilidade em negociar com outras empresas?". As respostas estão dispostas no gráfico a seguir:

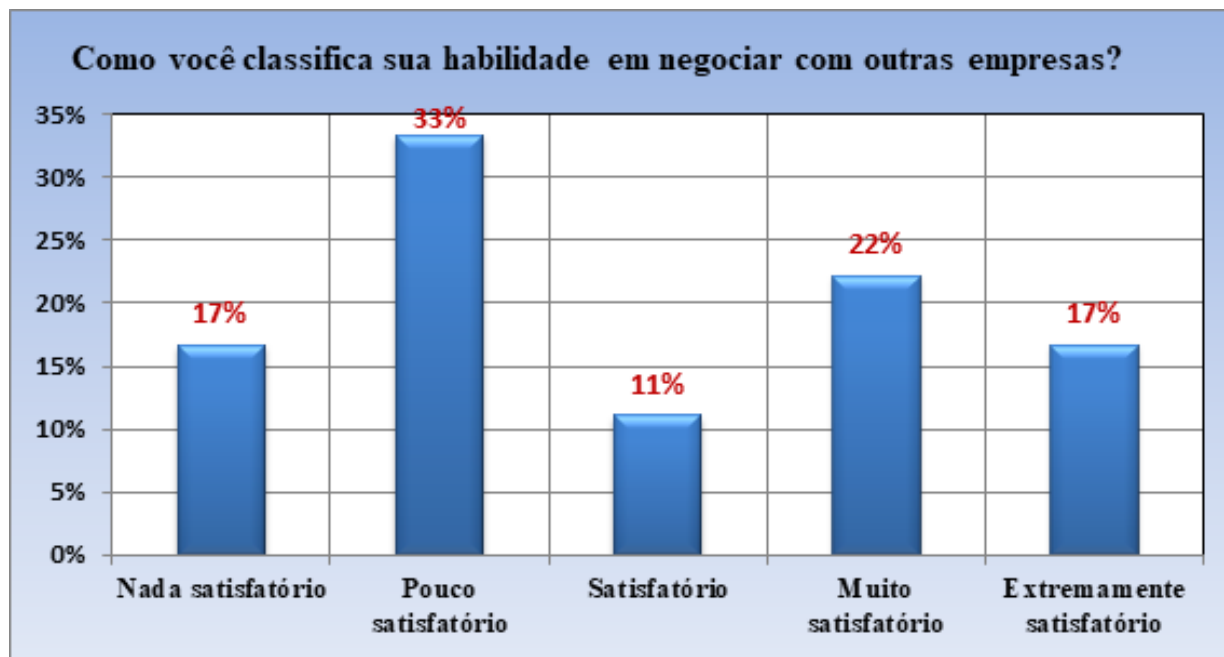


Figura 5: Concepção quanto à Habilidade em negociar com Empresas
Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Os resultados mostraram que, na concepção dos respondentes, 17% declararam ter habilidade extremamente satisfatória para negociar com outras empresas, 22% muito satisfatória e 11% respondeu ser satisfatória. Apesar disso, quando somados os resultados dos quesitos "nada satisfatório" e "pouco satisfatório", chega-se ao montante de 50%, o que denota que, entre os respondentes, um percentual considerável se considera com pouca habilidade em negociação. Essa falta de habilidade representa um fator de risco para empreendedores que pretendem ser competitivos, pois, na realidade das empresas, possuir habilidade em negociação é uma condição básica para quem se predispõe a ser um gestor/proprietário, fator essencial para a manutenção das transações comerciais. "Empresas buscam negociar com outras por diferentes razões. No plano comercial, transações de compra e venda de bens, produtos e serviços são realizadas para suprir necessidades operacionais, relacionadas ao objetivo social da organização" (CARVALHAL *et. al.*, 2017, p. 143). O mesmo autor complementa que existem inúmeros desafios no contexto em que acontecem as negociações, seja com clientes, fornecedores ou com empregados.

Portanto, aprimorar as habilidades de negociação pode proporcionar ao gestor/proprietário uma comunicação mais eficaz com outras empresas, que pode ser refletida em acordos de compra e venda satisfatórios para a lucratividade e manutenção do seu negócio.

5. CONCLUSÕES

A fundamentação teórica desta pesquisa viabilizou o alcance dos objetivos específicos desta investigação. Assim, para fins deste trabalho, identifica-se a gestão de conflitos externos - através das perspectivas elucidadas por Bastos (2014), Albuquerque *et al.* (2016), Silva *et al.* (2017) - como aquela que pode ser compreendida como o controle e a manutenção de relações favoráveis mantidas com outras empresas. Essa gestão, portanto, é executada pelas organizações através de seus gestores. O referencial teórico também foi o aporte para contextualizar gestão de conflitos interorganizacionais como estratégia competitiva, pois a gestão de conflitos, na medida em que é implementada, proporciona a criação de alianças empresarias estratégicas, ao passo que cria elos em suas cadeias de valor (FREITAS *et al.*, 2015; SILVA *et al.*, 2017; MACHADO-DA-SILVA; COSER, 2006).

Foi possível verificar, através da coleta dos dados primários, junto aos empresários pesquisados, que a gestão de conflitos interorganizacionais ainda não é uma realidade presente no cotidiano destes. Apesar de uma fatia considerável deles acreditar ter uma capacidade de negociação satisfatória, os índices de desacordos com fornecedores são representativos na amostra.

Como limitações deste estudo, tem-se a dificuldade para conseguir a aderência dos empresários à pesquisa, pois eles colocaram muitos empecilhos para participar. Assim, por se tratar de uma pesquisa descritiva, não se pode usar de inferências, nem tão pouco de generalizações, pois as informações aqui contidas são características da amostra em questão.

Sugere-se, para estudos futuros, e para uma melhor compreensão do tema, adotar-se alternativas metodológicas como a pesquisa-ação, tendo como objetivo acompanhar uma empresa de pequeno porte nas suas atividades diárias e aplicar algumas técnicas de gestão de conflito para averiguar seu potencial estratégico como vantagem competitiva no meio organizacional. Desta forma, a pesquisa pode vir a contribuir com uma intervenção prática, através da reflexão de seus pares, sobre perspectivas salutaras de mudanças em estratégias até então adotadas, focadas em maior eficiência em termos de relacionamentos interorganizacionais.



REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M. R.; LADEIRA, R.; LARocca, M. T. G. Conflitos potenciais na relação entre franqueadores e franqueados soteropolitanos. *In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD*, 7., 2016, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2016.
- ALVES, A. P. F.; BARCELLOS, M. D. Relacionamento Interorganizacional e Sustentabilidade: *round table* como estratégia para a introdução de praticas mais responsáveis na cadeia. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 40., 2016, Costa do Sauípe, BA. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, ANPAD, 2016.
- BASTOS, *et al.* **Resolução de conflitos para representantes de empresa**. Brasília, DF: Fundação Universidade de Brasília, 2014.
- BENTO, M. S.; ARAÚJO, B. F. V. B. Mapeando o Campo Minado: Aprofundando a Compreensão sobre Conflitos entre Identidades Organizacionais em Contextos de Fusão. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 40., 2016, Costa do Sauípe, BA. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, ANPAD, 2016.
- BITENCOURTE, C. **Gestão contemporânea de pessoas: Novas práticas, conceitos tradicionais**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- BURBRIDGE, A.; BURBRIDGE, M. **Gestão de conflitos: Desafios no mundo corporativo**. 1ºed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CARVALHAL, E.; ANDRADE, M.; G. ARAÚJO; V. J.; KNUST, M. **Negociação e Administração de Conflitos**. 5º ed. Rio de Janeiro: FGV, 2017.
- CARVALHAL, E. Modelo de Comportamentos do Bom Negociador: A importância e a prática dessas características. **Mundo PM**, v.27, jun-jul, 2009.
- COELHO, F, U. **Manual de direito comercial: Direito de empresa**. 23ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- DEUTSCH, M. Conflicts: Productive and destructive. **Journal of Social Issues**, v.25, n.1, p.7-41, 1969.
- DI PIETRO, L. O. **Desescolarização ou escolarização da sociedade? Desafios e perspectivas a educação**. 2008. Dissertação - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- FARIAS, C.S.S. et al. "Bateu a meta?" Objetivos organizacionais x comportamento humano nas organizações: metas de vendas e sua influência nas emoções e no relacionamento interpessoal dos profissionais do comércio varejista. *In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO, SOCIEDADE E INOVAÇÃO*, 11., 2018, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, ECEME, 2018.
- FISHER; URY; PATTON. **Como chegar ao SIM**. 2 ed., Rio de Janeiro, 2005.
- FREITAS, P. H. G.; OLIVEIRA, O. V. O Estrategizar em uma Rede Interorganizacional do Segmento Varejista Supermercadista. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 39., 2015, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte, ANPAD, 2015.
- FREUND, E. J.; SIMON, G. A. **Estatística aplicada: Economia, Administração e Contabilidade**. 9ª ed., Porto Alegre, Bookman, 2000.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. Ed., São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. Ed., 2. tir. São Paulo: Atlas, 1995.
- JARZABKOWSKI, P.; WHITTINGTON, R. Hard to disagree, mostly. **Strategic Organization**, v. 6, p. 101-106, 2008.
- LEAL, V. N. **Manual de Negociação Baseado na Teoria de Harvard**. Brasília: Escola da Advocacia-Geral da União, 2017.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; COSER, C. Rede de Relações Interorganizacionais no Campo Organizacional de



- Videira - SC. Revista de Administração Contemporânea, v. 10, n. 4, p. 9-45, out./dez. 2006.
- MAY, T. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. 3. Ed., Porto Alegre: Artmed, 2004.
- MOORE, C. **O processo de mediação: Estratégias práticas para a resolução de conflitos**. Porto Alegre: Ed. Artes Medicas, 1998.
- NOGUERIA, E. Conflitos no contexto institucional. *In*: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2006. **Anais** [...].ANPAD, 2006.
- PASCHOAL, L. **Gestão de Pessoas nas Micro, Pequenas e Médias Empresas: Para empresários e dirigentes**. Rio de Janeiro: QualimatyMark, 2010.
- PORTER, M. **Estratégia: A Busca da Vantagem Competitiva**. Rio de Janeiro, 1998.
- RIBEIRO, J. F. Conflitos organizacionais e representações sociais: por um pensamento complexo a luz de Edgar Morin. *In*: ENCONTRO DA ANPAD, 38., Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, ANPAD, 2014.
- ROBBINS, S., P.; DECENZO, D. A.; WOLTER, R. **A nova Administração**. 1. Ed., São Paulo: Saraiva, 2014.
- SANTOS, A. R. **Metodologia científica: A construção do conhecimento**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- SAVIANI, D. **Pedagogia histórico-crítica**. 10 ed. Campinas: Autores Associados, 2008
- SCOTT, W. R. **Organizations: Rational, natural and open systems**. New Jersey: Prentice Hall, 1995.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Unidade de Gestão Estratégica UGE: Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>> Acesso em 11 de julho de 2018 às 21h32min.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23ª ed., São Paulo: Cortez, 2007.
- SILVA, A. A. et al. Alianças Estratégicas: Gestão de Conflitos e o Desempenho de Alianças no Setor Automobilístico e de Autopeças nas Regiões de São Paulo e Grande ABC. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo, ANPAD, 2017.
- VERGARA S. C. **Projeto e relatórios de pesquisa em administração**. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- WHITTINGTON, R. Estratégia após o modernismo: Recuperando a prática. **Revista de Administração de Empresas**, v. 44, n. 4. Out-dez, 2004.

EAD COMO DEMOCRATIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR NA CIDADE DE SANTO ANTONIO DE JESUS NA BAHIA

EAD AS DEMOCRATIZATION OF HIGHER EDUACTION IN THE CITY OF
SANTO ANTONIO DE JESUS IN BAHIA

Delnice Cardoso Alves Veiga
Josiene de Souza Almeida Oliveira

Resumo

A Educação à Distância surge no cenário atual como um grande aliada ao acesso ao Ensino Superior no Brasil. A EaD tem tido posição de destaque nas últimas décadas, fato justificado pela oferta de cursos recomendados e ou reconhecidos pelo MEC, aliado à comodidade do aluno obter conhecimento com flexibilidade de horário e localização. Este artigo visa demonstrar a realidade desta modalidade de ensino como ferramenta de democratização do ensino superior na cidade de Santo Antônio de Jesus na Bahia, quem é o seu público e quais são os principais motivos que o levou à escolha da EAD. A metodologia utilizada, consistiu em aplicação de questionários, tabulação e análise dos dados, e análise de dados secundários. Os resultados obtidos demonstraram que o público optante pela EaD está em uma faixa etária de 26 a 33 anos, são trabalhadores do comércio local, concluíram o ensino médio entre 5 e 13 anos atrás e buscam qualificação para galgar melhores cargos no mercado, e os cursos mais procurados são relacionados à área empresarial. Também constatou-se que a possibilidade de conciliar trabalho e estudo é um dos principais fatores para a escolha desta modalidade. Ao analisar a realidade da EaD em Santo Antônio de Jesus, e o perfil do aluno optante por esta modalidade de ensino, o estudo abre precedentes para novas pesquisas no sentido de avaliar a educação no município, trazendo informações relevantes à sociedade, iniciativa privada e ao poder público, objetivando que o mercado de trabalho absorva e valorize estes novos profissionais.

Palavras-chave: Artigo, Normas, Formatação.

Abstract

Distance Education appears in the current scenario as a greay ally to access to Higher Education in Brazil. EaD had a prominent position in recent decades, a fact justified by the offer of courses recommended and/or recognized by MEC, combined with the convenience of the student to obtain knowledge whith flexible time and location. Thie article aims to demonstrate the reality of this teaching modality as a tool for the democratization of higher education in the city of Santo Antonio de Jesus in Bahia, who is its audience and what are the main reasons that led them to choose distance education. The methodology used consisted of questionnaires, tabulation and analysis of data, and analysis of secondary data. The results obtained showed that the public opting for distance education is in an age group of to 26 to 33 years old, are local trade workers, completed hight school between 5 and 13 years ago and seek qualification to climb better positions in the market, and courses most wanted ate related to the business area. It was also found that the possibility of combining work and study is one of the main factors for choosing this modality. By analyzing the reality of distance education in Santo Antonio de Jesus, and the profile of the student opting for this type of teaching, the study sets precedents for new research in the sense of evaluating education in the society, private initiative and the public power, aiming that the job market absorbs and values these new professionals.

Key-words: Higher Education, Distance Education, Democratization of Education, Profissionalization.



1. INTRODUÇÃO

Santo Antônio de Jesus, situada no Recôncavo Baiano vem passando por uma metamorfose no contexto profissionalização, nas últimas décadas. A cidade cuja atividade econômica principal consiste no comércio, começa a desenvolver também atividades industriais, contando hoje com dois pólos industriais que comportam não apenas indústrias locais, mas filiais nacionais. Estas mudanças trouxeram ao mercado de trabalho a exigência por uma maior qualificação da mão-de-obra, através da busca por mais conhecimento, elemento primordial para alcance da competitividade profissional. Sendo assim, a evolução dos mecanismos do trabalho e a necessidade de maior especialização do trabalhador, o grau de escolaridade passou a ser pré-requisito para a empregabilidade.

No cenário atual, grande é a demanda por cursos de graduação, sejam eles presenciais ou à distância. Parte desta demanda é composta por trabalhadores do comércio ou indústria, que encontram na modalidade do ensino à distância, maior flexibilidade, sobretudo de horários, para o ingresso no ensino superior. "A educação à distância, como alternativa de formação regular, foi introduzida no sistema educacional brasileiro ao final de 1996, com a promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei nº 9.394, de 20/12/1996), em especial nos seus artigos 80 e 87", (PORTAL MEC, ONLINE). A EAD (Educação à Distância) é caracterizada como uma modalidade educacional, cujas atividades educativas possam ser desenvolvidas em locais e horários diversos, através do uso de tecnologias de informação e comunicação.

No Brasil, a modalidade de educação a distância obteve respaldo legal para sua realização com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação – Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996 –, que estabelece, em seu artigo 80, a possibilidade de uso orgânico da modalidade de educação a distância em todos os níveis e modalidades de ensino. Esse artigo foi regulamentado posteriormente pelos Decretos 2.494 e 2.561, de 1998, mas ambos revogados pelo Decreto 5.622, em vigência desde sua publicação em 20 de dezembro de 2005. No Decreto 5.622, ficou estabelecida a política de garantia de qualidade no tocante aos variados aspectos ligados à modalidade de educação a distância, notadamente ao credenciamento institucional, supervisão, acompanhamento e avaliação, harmonizados com padrões de qualidade enunciados pelo Ministério da Educação. (PORTAL MEC, ONLINE).

De acordo com o Decreto 5.622, de 19/12/2005 "a Educação a Distância é a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos" (PORTAL MEC, ONLINE). Moran (2009) defende que as atividades à distância vêm se configurando como essenciais nos contextos atuais de educação, de forma a atender a demandas diferenciadas de uma sociedade cuja complexidade vem crescendo pronunciadamente. Com-



plementa seu raciocínio ao afirmar que em sendo uma modalidade de educação, a Educação à Distância (EaD) tem um compromisso com a qualidade. Já Moore (2008, p. 2) define educação a distância como o aprendizado planejado que ocorre normalmente em um lugar diferente do local de ensino, para isso é necessárias técnicas especiais de criação do curso e de instrução, comunicação por meio de várias tecnologias e disposições organizacionais e administrativas especiais.

Consoante a estes pensamentos, tem-se um entendimento da educação à distância como uma ferramenta que tem por objetivo atender as necessidades de uma população cujo anseio consiste em adquirir conhecimentos com qualidade semelhante aos cursos praticados na modalidade presencial. Para (Silveira et. al, online) a EaD conta com alguns traços que a diferencia de outras modalidades, a saber: separação professor-aluno; utilização sistemática de meios e recursos tecnológicos; aprendizagem individual; apoio de uma organização de caráter tutorial; comunicação bidirecional.

1.1 Objetivo

O presente estudo tem por finalidade fazer um levantamento do perfil do aluno optante pela modalidade EaD na cidade de Santo Antônio de Jesus, para isso lançou-se na investigação dos principais motivos de demanda para esta modalidade de curso, utilizando como ferramenta de coleta de dados o questionário. E debruçando-se sobre dados acerca do assunto disponibilizados em periódicos, outros estudos e em plataformas oficiais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Instituída pela Lei n. 9.394, a Educação à Distância, (EaD) surgiu oficialmente no Brasil em dezembro de 1996. Faz-se necessário salientar, entretanto, que os cursos de ensino por correspondência já eram conhecidos e praticados à décadas no país. De acordo com o ABED – Associação Brasileira de Educação à Distância - é possível associar a origem da EaD às necessidades locais e individuais de formação e informação pelas pessoas que desejam ampliar seus conhecimentos em busca de uma profissão. Para Grant e Spencer (2003), muitos alunos optam por um curso na modalidade EaD em função de sua flexibilidade, sobretudo em relação à administração do próprio tempo para se dedicar aos estudos. Marco Silva (2003, p. 1), complementa que a EaD online surge como uma exigência da sociedade da informação e da cibercultura, haja vista que o acesso à internet define essa nova ambiência informacional, dando origem a um novo espaço para a comunicação, socialização e informação, através da formação de comunidades virtuais de aprendizagem, tendo como suporte a infra-estrutura necessária para possibilitar a aprendizagem constante a partir das interações entre os sujeitos e desses com



uma grande quantidade de informações.

Maia e Meirelles (2009), consideram a tecnologia como um veículo para interação social, já que a comunicação ocorre através dos sistemas de mensagens instantâneas, celulares, *wikis*, *blogs*, e grande parte deles possui seu próprio notebook, e complementam afirmando que os alunos de hoje cresceram num mundo conectado à rede, e chegam ao campus universitário com altas expectativas em relação à tecnologia.

Levando-se em consideração as dimensões territoriais e populacionais do Brasil, e o público que demanda por educação, a EaD torna-se um recurso de grande relevância (Valente, 2003). A natureza multidimensional dessa área pode ser compreendida ao se analisar a realidade de um grande número de pessoas que possuem em seus cotidianos uma gama de compromissos pessoais e profissionais, mas que entendem a importância e precisam de formação acadêmica. A EaD se apresenta como uma solução, uma vez que possibilita a este público, a escolha do horário para que possa se dedicar ao estudo independente de um horário fixo pré-determinado, como ocorre no ensino presencial. Este motivo é primordial para o aumento da procura por este tipo de ensino. Para Grant e Spencer (2003), muitos alunos procuram cursos de EaD em função de sua flexibilidade, sobretudo em relação à administração do próprio tempo para se dedicar aos estudos. Esta modalidade torna-se diferencial também para o público que tem dificuldade de locomoção e moradores de grandes cidades que sofrem com constantes problemas com transportes públicos, altos índices de violência, grandes engarrafamentos, ou ainda para aqueles que residem em zonas distantes dos centros urbanos.

Apesar de o maior aumento percentual do número de cursos de graduação ter ocorrido na modalidade a distância, os cursos presenciais ainda prevalecem na estrutura do sistema de educação superior no Brasil. A oferta de novos pólos por instituições já regulamentadas aumentou consideravelmente depois da nova regulamentação de 2017, que traz a não obrigatoriedade na oferta de pólos de apoio presencial. A partir dessa regulamentação instituições passam oferecer, exclusivamente, cursos a distância, sem a oferta simultânea de cursos presenciais, como era determinado pela regra anterior. Faz-se necessário também um olhar diferenciado para uma nova geração conectada que prefere o papel de protagonista do que o de espectador. É preciso que os cursos se adequem a essa nova necessidade. Daí o uso de metodologias ativas de aprendizagem. Segundo Xanthopoylos (2017):

Os métodos ativos colocam em primeiro plano o estudante mais autodidata, buscando trilhar seu caminho na aprendizagem por meios como a sala de aula invertida, PBL (aprendizagem baseada em problemas ou projetos, usando-se a mesma sigla), jogos, estudo Blended ou Híbrido, simuladores e tecnologias baseadas em realidade virtual, realidade aumentada, Learning Analytics, entre outras

Para Demo (2008), o docente que apenas transmite a informação por meio da aula instrucional está com os dias contados. Este novo meandro de informações



em que se insere a internet e as tecnologias disponíveis para EaD irá substituir as formas catedráticas de ensino. A inovação tecnológica, veículo da EaD, ganha cada vez mais espaço sobre a cultura acadêmica divulgada de forma impressa em livros, uma vez que a metodologia da educação online, contempla um ambiente onde é possível a utilização de diversas tecnologias para comunicação, através de chat e videoconferência, com a possibilidade de troca de informações. As tecnologias, portanto, devem ser utilizadas no sentido de potencializar as abordagens ofertadas nas metodologias ativas. Ainda de acordo com a ABRAED, em seu anuário de 2008, mais de 2,5 milhões de estudantes optara, em 2007 pela EaD. Esta pesquisa incluiu grandes projetos de importância regional e nacional, além das instituições credenciadas pelo Sistema de Ensino.



Instituições credenciadas e cursos autorizados pelo Sistema de Ensino (AbraEAD/2008)	EJA, Fundamental, Médio, Técnicos, Graduação, Pós-graduação	972.826
Educação corporativa e Treinamento em 41 empresas (AbraAED/2008)	Formação de funcionários, colaboradores e fornecedores	582.985
Senai	Formação inicial e continuada de trabalhadores (exclui os cursos de formação técnica de nível médio e de pós-graduação)	53.304
Sebrae	Cursos para empreendedores: Análise e planejamento financeiro, Aprender a aprender, Como vender mais e melhor, De olho na qualidade, Iniciando um pequeno grande negócio e Desafio Sebrae	218.575
Senac	Programas compensatórios de matemática e português e cursos de formação inicial e continuada, nas áreas de informática, gestão, comércio, saúde e turismo e hospitalidade.	29.000
CIEE	Cursos de iniciação profissional	148.199
Fundação Bradesco	Escola Virtual	164.866
OI Futuro	Tonomundo	175.398
Secretaria de Educação a Distância do Ministério da Educação (Seed/MEC)	Proformação, Proinfantil, Tecnologias na Educação e Formação pela Escola*	8.552
Governo do Estado de São Paulo	Rede do Saber: Crônica na Sala de Aula, Se Toque, Progestão, Viva Japão, PEC Formação Universitária Município, Curso de Pregão Eletrônico, Convênio com Escola Paulista de Magistratura, Videoconferências do Centro Paula Souza, Curso de Iniciação Funcional para Assistentes Sociais do Tribunal de Justiça. / Departamento de Informática Educativa (DIE/FDE):InteractionTeachers, InteractionStudents. **	119.225
Fundação Telefônica	Educarede (Projetos Minha Terra, Memórias em Rede, Coisas Boas 2007 e Rede de Capacitação)	9.000
Fundação Roberto Marinho	Telecurso TEC e Multicurso Ensino Fundamental, Tecendo o Saber, Projetos de Formação Educacional, Travessia e Poronga	22.553
TOTAL		2.504.483

Tabela01: **Número de brasileiros em cursos de Educação a Distância**

FONTE: as próprias instituições citadas e AbraEAD/2008.

* Não foi incluído o projeto Mídias na Educação (20 mil alunos) já que estes foram informados pelas instituições de ensino na pesquisa AbraEAD, citada em outro item da tabela.

** Três projetos realizados em conjunto com o MEC foram incluídos na lista de alunos apresentada pelo Seed/MEC



3. METODOLOGIA

Para viabilizar a elaboração deste trabalho foi necessário escolher a metodologia a ser aplicada. A pesquisa empírica adotada para este estudo tem caráter descritivo, e proporciona conhecer a estudar a população optante por se aluno da EAD. No presente estudo o método utilizado foi o método transversal de pesquisa descritiva que envolve a coleta de informações apenas uma vez de uma determinada amostra (MALHOTRA, 1996), e a pesquisa assumiu o caráter quantitativo.

Para colher os dados necessários para a pesquisa foi aplicado questionário em pontos de grande movimentação da cidade, como no centro comercial e na feira livre. Para determinar o tamanho da amostra para aplicação do questionário, foram utilizados os dados do censo de 2010 realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que indica que a cidade de Santo Antônio de Jesus apresenta uma população de 90.949 habitantes, em uma extensão de 261km², obteve-se, então, que para esta população seria suficiente a entrevista à 96 pessoas, para um nível de confiança de 90%, um *split* de 50/50, e um erro amostral de 10%. Seguindo este parâmetro foram distribuídos 96 questionários nas localidades supra mencionada.

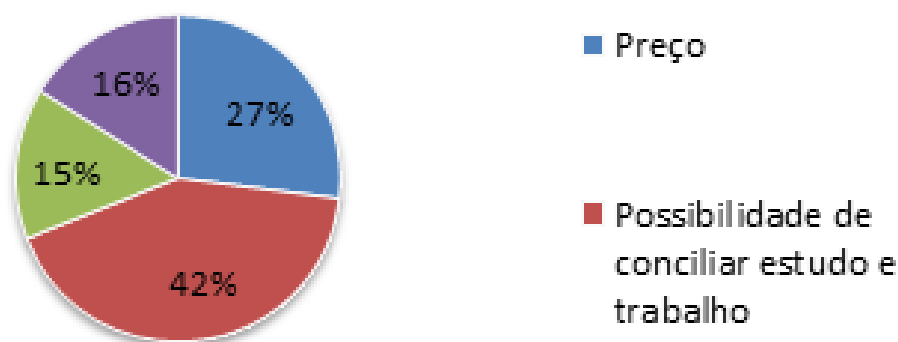
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com o INEP (online) houve um acréscimo ao número de ingressos em cursos de EaD entre os anos de 2009 e 2012, este acréscimo correspondeu a 17,7% ao ano. Esta elevação se deu principalmente devido à expansão dos cursos de EAD, e à democratização ao acesso à educação superior para a parcela da população que não tinha oferta de cursos de graduação presencial em suas localidades.

A Educação à Distância surge no cenário local como alternativa ao ingresso ao Ensino Superior. Foi constatado que muitas pessoas que concluíram apenas o ensino médio e se lançaram no mercado de trabalho, começaram a sentir a necessidade de uma maior qualificação, ou mesmo a busca por uma profissão para galgar melhores posições no ambiente profissional, e encontraram na EaD a flexibilização necessária para conciliar estudos e trabalho.

De acordo com as informações obtidas através dos questionários aplicados, os principais motivos que levaram ao aluno a escolher pela modalidade da educação à distância, são: preço, possibilidade de conciliar estudo e trabalho; flexibilidade de horário; possibilidade de estudar sem sair de casa. Dentre estes motivos quase metade dos entrevistados acreditam que a possibilidade de conciliar estudo e trabalho, seja o principal fator motivador na escolha da EaD, seguido pelo fator preço.





Quadro 01: Principais motivos para a escolha do EaD
Fonte: Dados da Pesquisa

O aluno de EaD residente em Santo Antônio de Jesus, possui um perfil bem diferente do aluno da educação presencial de nível superior. São pessoas mais maduras, que não dispõem de muito tempo livre. Em grande parte, são casados, tem filhos e trabalham, como pode ser constatados nos gráficos a seguir:

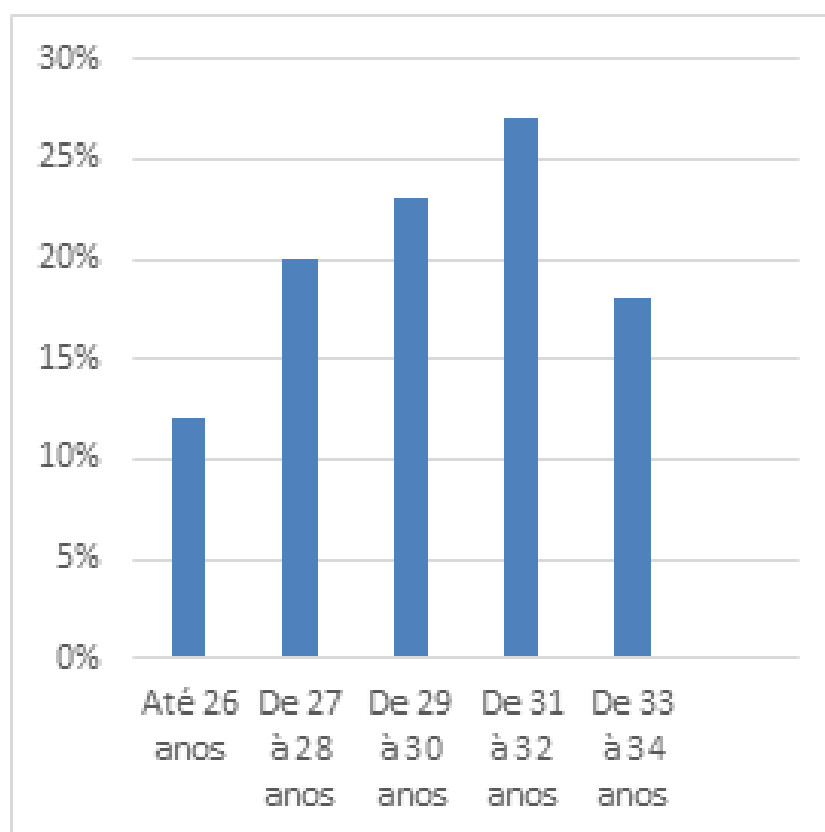


Gráfico 03 – Idades dos alunos
Fonte: Dados da Pesquisa

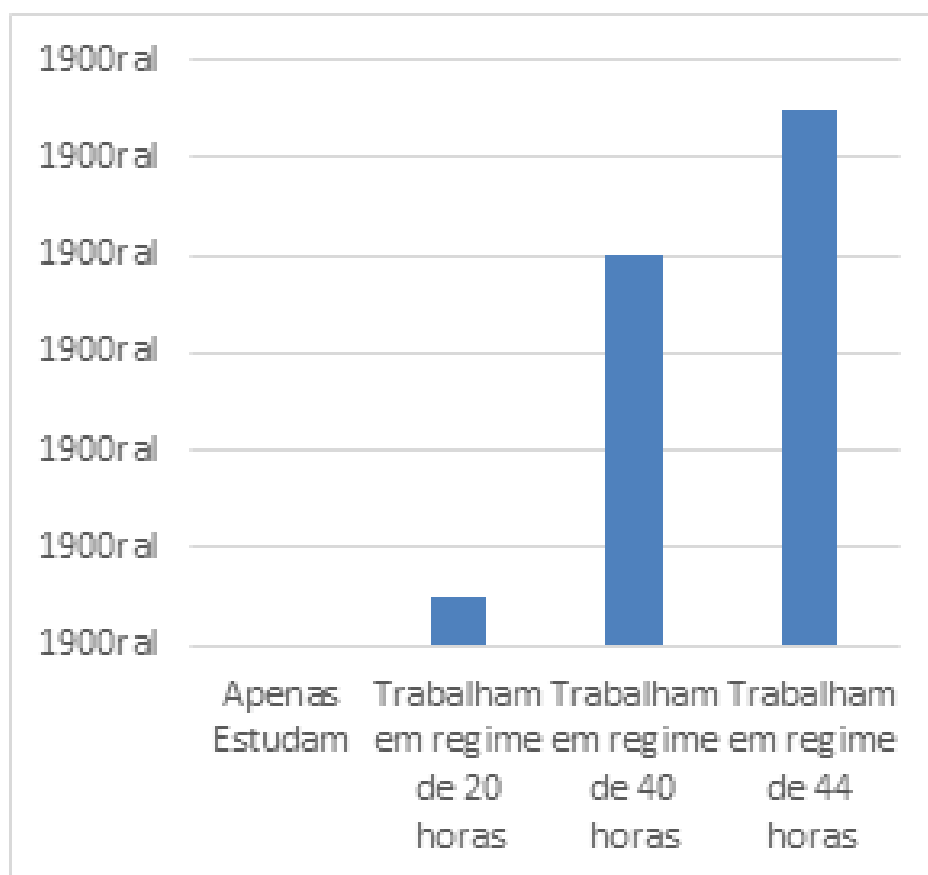


Gráfico 04 – Ocupação dos alunos
Fonte: Dados da Pesquisa

Dentro da realidade local, e após o Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017, houve um crescimento substancial no número de instituições que ofertam cursos nas modalidades à distância e semi-presencial, o que para o aluno que tem uma jornada de trabalho acima de 40 horas semanais, é um grande estímulo ao ingresso e à continuidade do estudos no ensino superior. O estudo ainda mostrou que grande parte das pessoas que atuam no comércio e estudam através da EaD, optam por cursos ligados à gestão, como pode ser visto no gráfico abaixo:

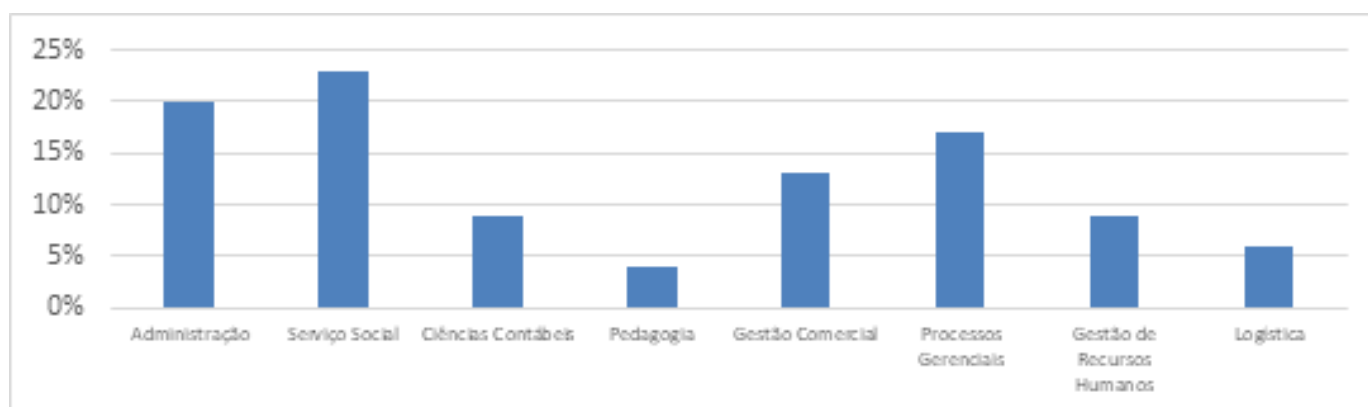


Gráfico 05 - Demanda por Cursos na Modalidade EaD
Fonte: Dados da Pesquisa

6. CONCLUSÃO

O presente estudo teve o objetivo de demonstrar a realidade da Educação à Distância como ferramenta de democratização do ensino superior na cidade de Santo Antônio de Jesus na Bahia, quem é o seu público e quais são os principais motivos que o levou à escolha da EAD. A metodologia adotada possibilitou que se obtivesse todas as informações relevantes à este trabalho, foi identificado que o público que compõe o alunado da EaD em Santo Antonio de Jesus é composto majoritariamente por pessoas que trabalham de 40 a 44 horas semanais, tem entre 26 e 34 anos, são casados, e vêm no estudo uma oportunidade de obter melhores chances no mercado de trabalho.

Os cursos mais procurados são os relacionados à gestão, perdendo apenas para o curso de Serviço Social O estudo detectou um crescimento no número de IES ofertantes de cursos na modalidade EAD, principalmente após o Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017.

Embora incipiente, o artigo obteve êxito quanto à realização do seu objetivo e abre precedentes para que novas pesquisas nesta área sejam feitas a fim de fornecer à sociedade, iniciativa privada e ao poder público informações relevantes à tomadas de decisões que venham a favorecer o desenvolvimento local através do investimento em educação.

REFERÊNCIAS

ABED. **Censo EAD 2018. Disponível em:** http://abed.org.br/arquivos/CENSO_EAD_BR_2018_digital_completo.pdf . Acesso 12/07/2019.

DEMO, Pedro. **Habilidades do Século XXI. Boletim Técnico - SENAC**, Rio de Janeiro, v. 34, n.2, maio/ago. 2008.

MAIA, Marta de Campos; MEIRELLES, Fernando de Souza. **Tecnologia de Informação e Comunicação aplicada à Educação. 2009.** TIC aplicada à Educação. In: ACORNREDECOM Conference, 3., Set 04-05rd 2009, Mexico City. Proceedings.

MOORE, Michael; KEARSLEY, Greg. **Educação a distância: uma visão integrada.** Trad. Roberto Galman. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MORAN, José Manuel. **Aperfeiçoando os modelos de EAD existentes na formação de professores.** Educação. Porto Alegre, v. 32, n. 3, set./dez. 2009. p. 286-290.

VALENTE, J.A. 2003. **Educação a distância no ensino superior: soluções e flexibilizações.** Revista Interface - Comunicação, Saúde, Educação 7(12): 12-18.

SILVEIRA, Ana Paula. DAGA, Aline Cassol. **Uma breve revisão histórica do papel das vídeo-aulas na EAD no Brasil.** Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/workingpapers/article/viewFile/1984-8420.2010v11n2p53/17481>. Acesso em 14/12/2018

NÚMERO DE BRASILEIROS EM CURSOS DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. Disponível em: <http://www.>

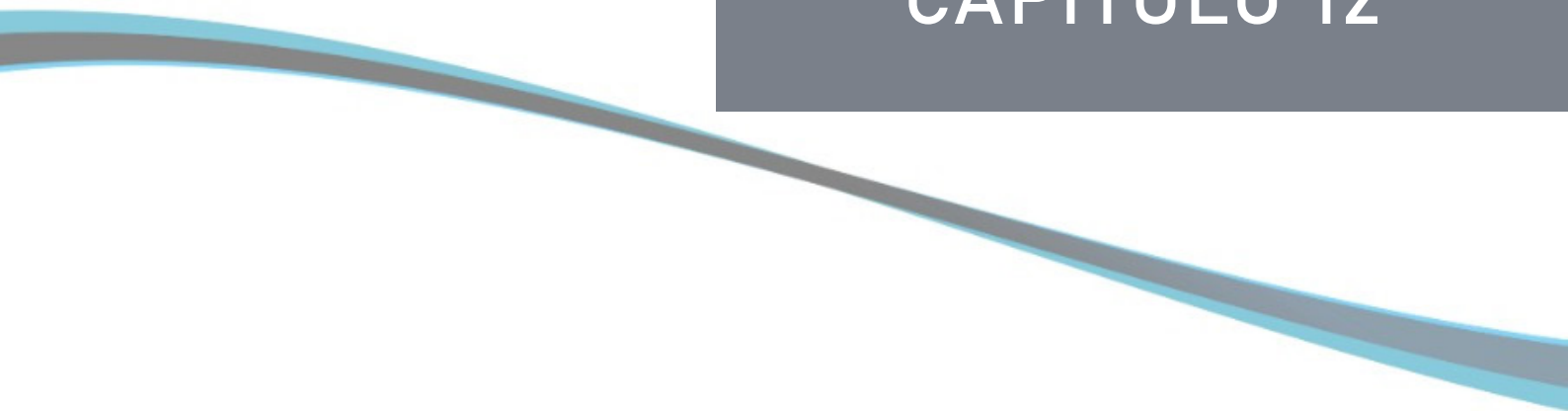


abraead.com.br/noticias.cod=x1.asp. Acesso em 12/12/2018

DECRETO 5.622, de 19.12.2005. Disponível em http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&id=13105&Itemid=879. Acesso em 12/12/2018

CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR 2012 RESUMO TÉCNICO. Disponível em: http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2012/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2012.pdf. 12/12/2018





CAPÍTULO 12

PERFIL EMPREENDEDOR DE ESTUDANTES DE UM CURSO TÉCNICO: ESTUDO DE CASO EM UM INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

ENTREPRENEURIAL PROFILE OF STUDENTS IN A TECHNICAL COURSE:
CASE STUDY IN A FEDERAL INSTITUTE OF EDUCATION, SCIENCE AND
TECHNOLOGY

Ricardo Luís Alves de Oliveira Ribeiro

Dartagnan Ferreira de Macêdo

Diego da Guia Santos

Resumo

Este trabalho teve como objetivo identificar o perfil empreendedor dos alunos concluintes do ensino médio técnico de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia localizado na região Nordeste do Brasil. Especificamente, objetivou-se levantar o perfil socioeconômico dos estudantes, identificar a importância das características empreendedoras e analisar a influência do empreendedorismo no desenvolvimento profissional dos estudantes. Em relação aos procedimentos metodológicos, a pesquisa trata-se de um estudo exploratório-descritivo e possui abordagem quantitativa e qualitativa. Realizou-se coleta de dados através de um questionário estruturado, sendo usada uma amostra probabilística estratificada. Para análise dos dados coletados pelos pesquisadores, utilizou-se o software estatístico SPSS. Os resultados do estudo indicam que os sujeitos da pesquisa possuem conhecimento e apresentam algumas características empreendedoras. Desse modo, evidencia-se que tais características podem e devem ser aprendidas e aprimoradas pelos sujeitos, considerando a importância do estudo de empreendedorismo para o aprendizado e desenvolvimento dos estudantes.

Palavras-chave: Perfil Empreendedor, Empreendedorismo, Ensino Técnico.

Abstract

This work aimed to identify the entrepreneurial profile of students graduating from technical high school at a Federal Institute of Education, Science and Technology located in the Northeast region of Brazil. Specifically, it aimed to survey the students' socioeconomic profile, identify the importance of entrepreneurial characteristics and analyze the influence of entrepreneurship on students' professional development. Regarding the methodological procedures, the research is an exploratory-descriptive study and has a quantitative and qualitative approach. Data collection was carried out through a structured questionnaire, using a stratified probabilistic sample. For the analysis of the data collected by the researchers, the statistical software SPSS was used. The results of the study indicate that the research subjects have knowledge and have some entrepreneurial characteristics. Thus, it is evident that such characteristics can and should be learned and improved by the subjects, considering the importance of the study of entrepreneurship for the students' learning and development.

Key-words: Entrepreneurial Profile, Entrepreneurship, Technical Education.



1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido tema de destaque nos diversos segmentos que compõem a sociedade, isto é, comunidade científica, meio empresarial e no cenário político, dada a sua importância social e educacional (BARATTER; FERREIRA; COSTA, 2009).

A definição mais utilizada na literatura sobre empreendedorismo é extraída de Schumpeter (1982), que afirma que os empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento econômico, uma vez que promovem o rompimento da economia em fluxo circular para a economia dinâmica, competitiva e geradora de novas oportunidades.

No mesmo sentido, Dolabela (1999) define empreendedorismo como sendo um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação. Logo, o empreendedorismo é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor e ao processo empreendedor.

Segundo Paim e Noronha (2013), o empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço na educação brasileira. É comum encontrarmos a disciplina empreendedorismo em cursos de graduação, especialização e até mesmo em projetos no ensino médio. O empreendedorismo é indicado como um dos fatores críticos de sucesso mais significativos para o desenvolvimento econômico e geração de riqueza e renda para as nações.

A educação empreendedora insere uma nova forma de o jovem pensar o meio em que vive e se apresenta como uma oportunidade de mudar a vida. Para tanto, este contexto dá espaço para que os jovens se revelem um grupo revestido de um novo papel, qual seja o de protagonista capaz de exercer ações estratégicas no desenvolvimento local.

Percebe-se que as definições para o empreendedor são as mais diversas, mas todas compartilham de qualidades que diferenciam o empreendedor no mercado de trabalho. Muitas das pessoas mais prósperas do mundo começaram a vida como pequenos empreendedores, virtualmente do zero (DORNELAS, 2005).

Para Ribeiro e Teixeira (2012), a fim de gerar comportamento empreendedor e solucionar o problema do desemprego entre os jovens brasileiros, cada vez mais a cultura empreendedora vem sendo difundida através de programas de incentivo e apoio do governo como, por exemplo, o Programa Jovem Empreendedor, lançado em 2004 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).



Sendo assim, é notório evidenciar que o trabalho humano perpassa por uma reestruturação na sociedade contemporânea e o perfil dos estudantes também necessita ser desenvolvido, possibilitando que eles evoluam no mercado de trabalho e/ou empreendam, sendo dono do seu próprio negócio ou inovando dentro da organização empregadora.

Dentro desse contexto, o objetivo deste estudo foi identificar o perfil empreendedor dos estudantes concluintes dos 3º anos de um campus de um Instituto Federal de Educação localizado na região Nordeste do Brasil. Os objetivos específicos são levantar o perfil socioeconômico dos estudantes, identificar a importância de características empreendedoras, e analisar a influência do empreendedorismo no desenvolvimento profissional dos estudantes.

Dessa forma, demonstra-se a importância de estudos com essa abordagem, uma vez que traz uma discussão sobre empreendedorismo, explicitando a evolução de seu conceito e, especialmente, destacando a importância de características empreendedoras para estudantes do nível técnico.

2. REVISÃO DA LITERATURA

O No mundo contemporâneo, conforme Ilzula e Moraes (2014), o empreendedorismo tem cada vez mais relevância no cenário nacional, especialmente mediante a potencialização do incentivo para que os jovens busquem desenvolver novos empreendimentos.

Assim, registra-se um grande quantitativo de estudantes que tem potencial empreendedor no âmbito acadêmico e, nessa perspectiva, essa característica pode ser estimulada pelas Instituições de Ensino (IIZUKA; MORAES, 2014).

No que se refere à cultura empreendedora, observa-se uma necessidade de maior incentivo governamental, mediante políticas que contribuam para incentivar essa nova realidade, de modo a contribuir para o desenvolvimento local (SCHMIDT; DREHER, 2008).

De acordo com Chiavenato (2004), o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento da produção e de renda per capita, envolve também a geração de empregos e a melhoria do padrão e da qualidade de vida das pessoas.

Estudos anteriores realizaram uma análise do perfil empreendedor de estudantes, obtendo resultados diversos. Infere-se, assim, que esse tema é bastante relevante no âmbito da literatura científica sobre o tema.

Percebe-se que existe um arcabouço teórico relevante sobre o tema perfil



empreendedor, a partir do estudo de Oswald (2017), o qual identificou algumas lacunas nas pesquisas sobre o tema, especialmente em relação aos aspectos metodológicos e a ênfase em estudos de caso, existindo a necessidade de outras abordagens.

O estudo de Rocha e Freitas (2014), constatou que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento de um país. Além disso, em seu estudo, os autores ressaltam que os estudantes que participam de uma formação específica sobre o espírito empreendedor possuem mudanças significativas em seu perfil, ampliando as características inerentes ao empreendedor.

Santos e Perini (2017) identificaram uma atmosfera empreendedora nos estudantes, registrando como principais características dos alunos entrevistados a busca por informações e oportunidades, o planejamento e a persistência para alcançar os objetivos.

Por sua vez, Caggy, Brito e Pedroso (2017) visualizaram um espírito empreendedor nos estudantes analisados. Porém, os autores apontam a necessidade de que as instituições de ensino ampliem a disseminação de cursos e formação na área do empreendedorismo para outros cursos, não se restringindo apenas às Ciências Sociais Aplicadas.

Nessa perspectiva, verifica-se que alguns estudos foram realizados a partir do perfil de estudantes de cursos de outras áreas, como a da saúde, por exemplo. Baur et al. (2016) analisaram o perfil dos estudantes de odontologia da Universidade Federal de Santa Catarina, observando que todos os estudantes apresentaram um perfil acima do mínimo, indicando uma tendência para empreender.

Na mesma direção, Rocon e Munhoz (2009) buscaram verificar a existência de perfil empreendedor entre estudantes de enfermagem. No estudo realizado, por outro lado, percebeu-se que na área de enfermagem, os sujeitos possuem, em sua maioria, uma baixa predisposição para o empreendedorismo, optando por atuar essencialmente na área assistencial.

De modo geral, os trabalhos anteriores analisam o perfil empreendedor em diferentes contextos de pesquisa e a maioria dos estudos apresentam resultados bastante similares, indicando que a maioria dos jovens estudantes possuem um nível relativamente alto de características para empreender, o que indica a necessidade de ênfase dos setores acadêmicos a fim de contemplar essa demanda.



3. METODOLOGIA

A pesquisa é o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos e, assim, contribuir com o conhecimento científico. A pesquisa é requerida quando não dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou, então, quando informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa adequadamente relacionada ao problema (GIL, 2007).

Quanto aos métodos de pesquisa, eles podem ser quantitativos (*survey*, método comparativo etc.) ou qualitativos (estudo de caso, *focus groups* etc.), devendo sua escolha estar associada aos objetivos da pesquisa. Neste trabalho, ressalta-se que a pesquisa é do tipo quantitativa e qualitativa.

No que se refere ao nível de aprofundamento, este estudo refere-se a uma pesquisa exploratório-descritiva. Sendo, primeiramente, uma fase exploratória, seguida por uma descritiva. Sobre a fase descritiva, esta é utilizada quando o propósito é a descrição de características de uma população e/ou verificar o grau de associação entre variáveis (MATTAR, 1996).

Em relação à amostragem, que se refere ao processo (probabilístico ou não probabilístico) pelo qual se obtém uma amostra dentro da população de estudo, a população em estudo foram estudantes concluintes dos 3º anos de um campus de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia.

Uma amostragem foi realizada com técnicas adequadas para garantir a representatividade da população em estudo. Desta forma, um plano de amostragem foi estabelecido. A amostra foi estratificada entre as quatro turmas de 3º anos do referido Instituto. Assim, para obtenção das respostas, foram empregados métodos de levantamento, isto é, coleta de dados através de um questionário estruturado.

Foram aplicados 100 questionários válidos, com margem de confiança de 95% e erro amostral de 5,95%. Foram analisadas as diversas percepções dos indivíduos em questão sobre o perfil empreendedor.

Nesta pesquisa utilizou-se a amostragem probabilística, onde cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra (MATTAR, 1996). Ressalta-se que a amostra foi estratificada entre os estudantes concluintes dos 3º anos do Instituto.

A coleta de dados foi realizada através de questionário estruturado. Além disso, foi realizada pesquisa bibliográfica, eletrônica e documentação direta extensiva. Os dados coletados pelos questionários foram tabulados através do software SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*, que possibilitou trabalhar com



distribuições de frequência, tabulações simples e cruzadas, bem como análise multivariada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil dos sujeitos da pesquisa

Inicialmente, faz-se necessário identificar o perfil geral dos sujeitos da pesquisa. O questionário aplicado foi dividido em duas partes, a primeira teve como objetivo analisar o perfil dos respondentes, enquanto a segunda serviu para traçar o perfil empreendedor por meio da análise das características gerais do empreendedor.

Em relação a distribuição da idade dos alunos, as faixas etárias dos entrevistados apresentam uma predominância entre 15 e 20 anos, que seja 98% da amostra. Já os 2% restantes correspondem aos estudantes com idade entre 21-30 anos. De acordo com as amostras válidas, percebeu-se que dos entrevistados 53% são do sexo masculino e 47% são do sexo feminino.

No que se refere a atividade remunerada, 83,84% dos respondentes informaram que não exercem nenhum tipo de atividade remunerada, no momento da pesquisa, contra 16,16% que afirmaram o contrário. Por sua vez, quando se analisa a faixa salarial familiar, 73,68% dos estudantes dos 3º anos responderam que possuem uma renda entre 1 e 2 salários-mínimos, 21,05% uma renda entre 3 e 5 salários-mínimos, seguidos de 4,21% com uma renda entre 5 e 7 salários-mínimos.

4.2 Características gerais do empreendedor

O empreendedorismo pode ser desenvolvido, todavia, para uma pessoa se tornar um empreendedor de sucesso é importante que algumas características básicas já façam parte de sua personalidade. Algumas delas podem ser aprendidas ou aprimoradas, entretanto, o conjunto delas é o que dá vida ao espírito empreendedor.



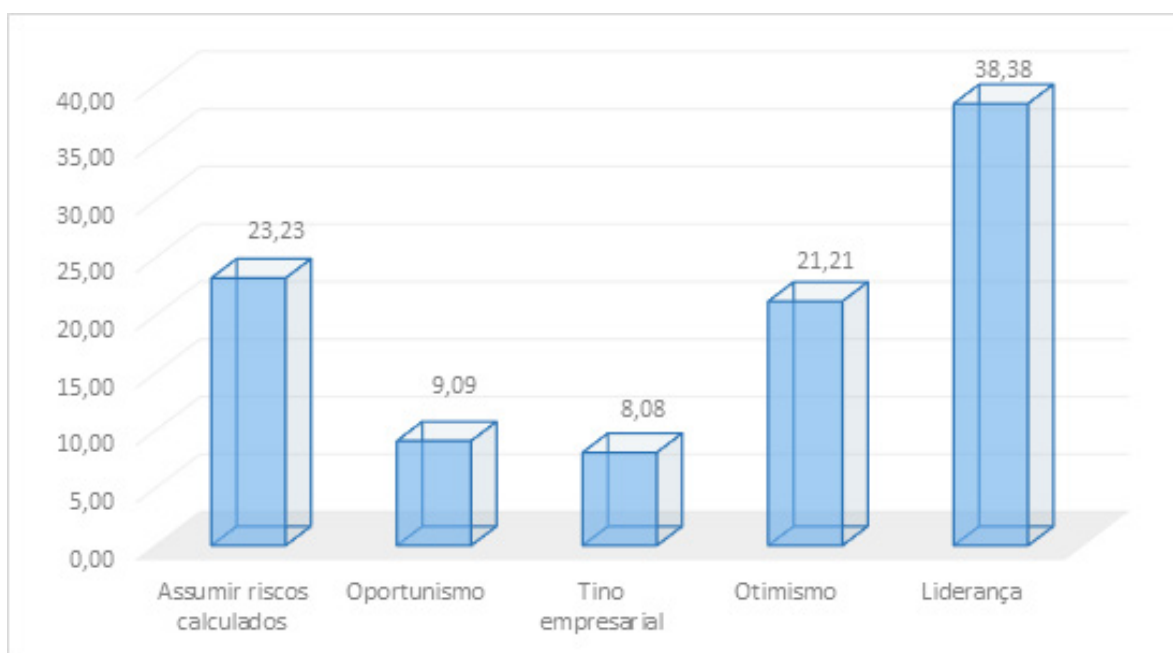


Figura 1 – Grau de importância no que se refere às características das pessoas visionárias na percepção dos discentes.

Fonte: dados da pesquisa.

Quando questionados sobre as principais características que consideram mais importantes a um empreendedor, os respondentes elencaram que a liderança (38,38%), a capacidade de assumir riscos (23,23%) e o otimismo (21,21%), figuram entre os três principais fatores necessários a um empreendedor, nessa ordem de importância.

Segundo Dolabela (1999a, p.45), um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos para transformá-las em negócio lucrativo. O empreendedor deve ser capaz de atrair tais recursos, demonstrando o valor do seu projeto e comprovando que tem condições de torná-lo realidade.

Ao serem perguntados se consideram ser um indivíduo empreendedor: 45 (45,92%) responderam que sim, pois veem como um diferencial em qualquer área em que atuam; para 20 (20,41%) somente em algumas ocasiões, sem perseguir claramente as oportunidades; e 33 respondentes (33,67%) afirmaram que não se percebem como empreendedores.

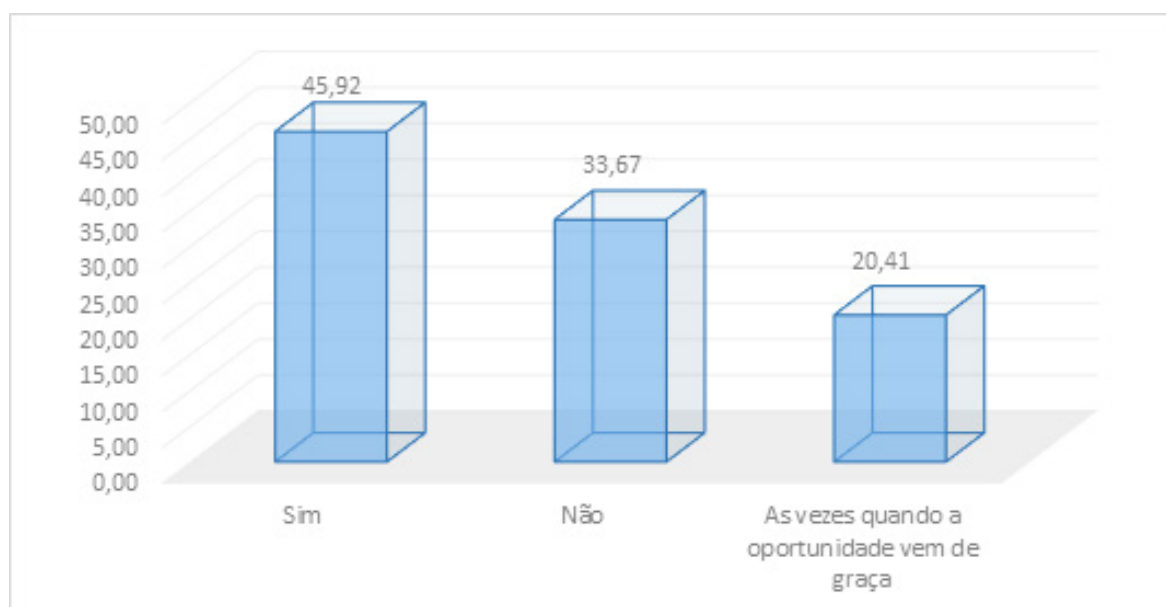


Figura 2 – Indagação sobre percepção empreendedora
Fonte: Dados da Pesquisa

Os sujeitos foram questionados também sobre as características de autoconfiança e pensamentos positivos, que poderiam auxiliar a superar as barreiras enfrentadas. Assim, 45 (45,90%) responderam que se consideram uma pessoa otimista, 42 (42,90%) informaram que procuram estudar melhor os acontecimentos antes de pensar ou tomar qualquer decisão, demonstrando assim uma cautela maior.

Por fim, 11 entrevistados (11,20%) demonstram um pessimismo ao informar que sempre esperam o pior. Esse resultado demonstra uma variedade de perspectiva dos estudantes, com ênfase para o otimismo.

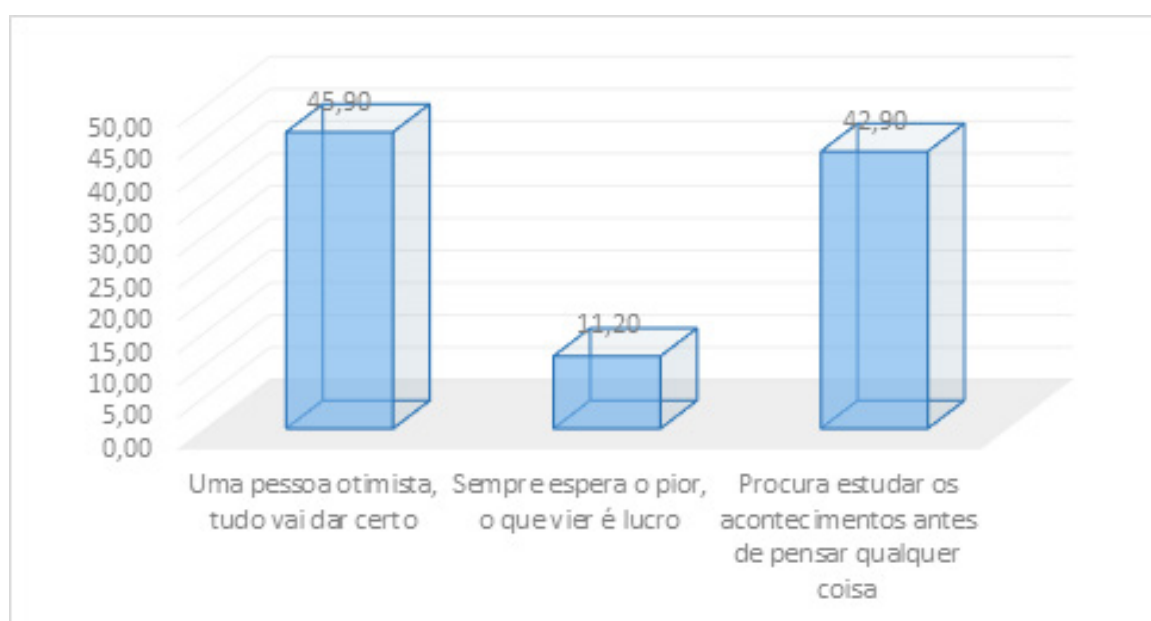


Figura 3 – Percepção sobre a atuação empreendedora
Fonte: Dados da Pesquisa

Outro ponto analisado foi sobre a questão de as pessoas já nascerem predestinadas ao sucesso. Quando questionados, 86 (87,80% da amostra) disseram acreditar que as pessoas podem e devem buscar seus sonhos, e que embora alguns indivíduos tenham maiores facilidades, e outros necessitem de um pouco mais de esforço, a criatividade e confiança são essenciais aos empreendedores que desejam ter sucesso no ramo em que atuam. 7 (7,10%) respondentes sinalizaram acreditar que algumas pessoas já são empreendedoras desde que nascem, e 5 (5,10%) dos entrevistados acreditam que o empreendedorismo não se aprende, ou você tem espírito empreendedor ou não tem.

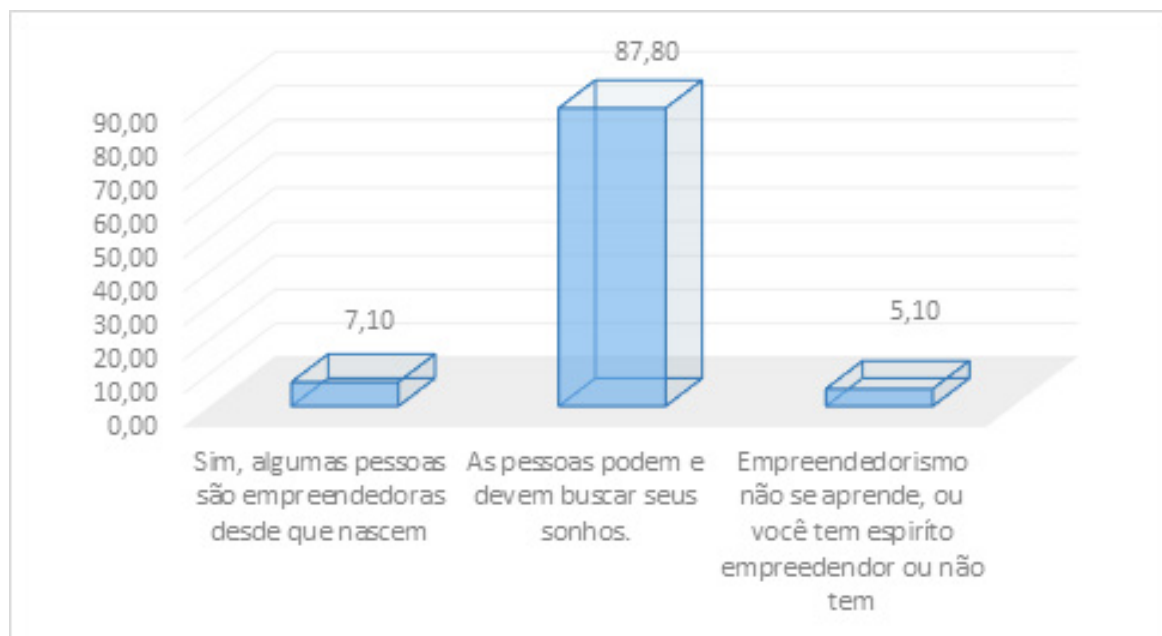


Figura 4 – Indagação sobre perfil empreendedor

Fonte: Dados da Pesquisa

Sobre o tema, Dornelas (2006, p. 40) diz que as habilidades requeridas em um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas (envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser um bom orador, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir know-how técnico de sua área de atuação), gerenciais (incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento da empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa, ser um bom negociador e ter habilidades nos atos de planejar e controlar) e características pessoais (já abordadas anteriormente).

Vale lembrar que as características pessoais são priorizadas em relação às habilidades técnicas e gerenciais. De fato, algumas características dos empreendedores são inatas e fazem parte da personalidade deles, porém, muitas delas podem ser aprimoradas, desenvolvidas e até mesmo aprendidas.

Quando perguntados sobre o que motivaria, em primeiro lugar, a começar um novo empreendimento 53 (53,60%) disseram que o fator predominante seria o de ter uma possibilidade extra de aumentar a renda financeira. Apenas 22 (22,20%) sonham em ter o próprio negócio, enquanto 24 (24,20%) disseram que ganhar muito dinheiro os motivaria.

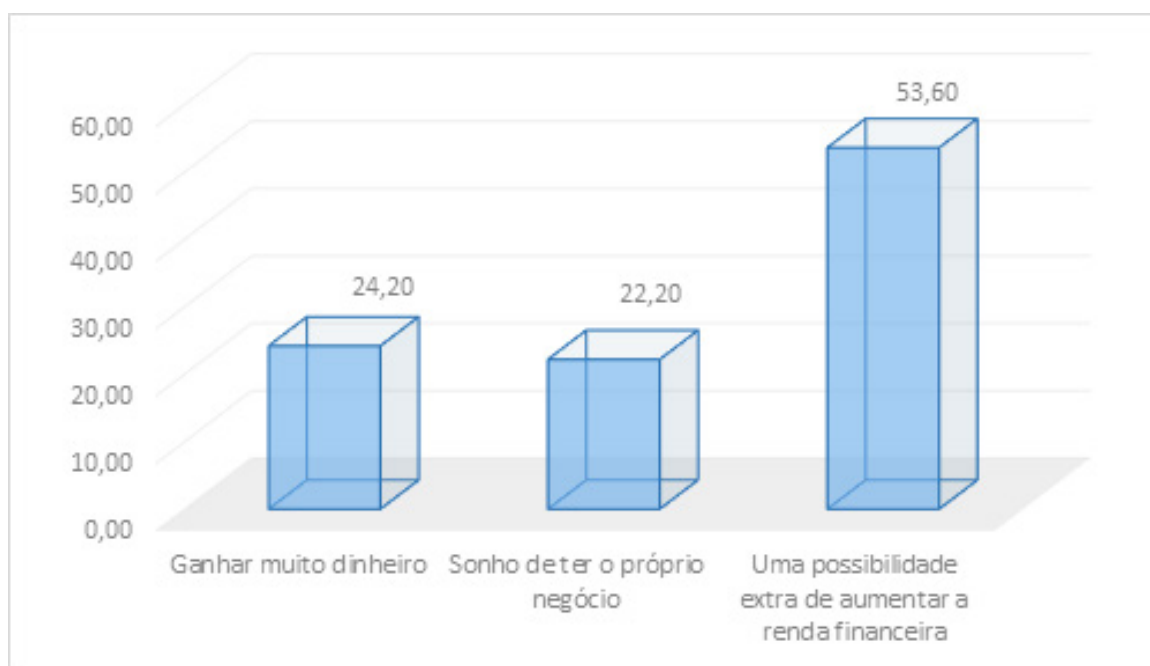


Figura 5 – Motivação para empreender
Fonte: Dados da Pesquisa

Posteriormente, questionou-se, a partir de uma situação hipotética, que os estudantes analisassem o futuro, caso perdessem o seu emprego e recebessem uma indenização. 76 (76,80%) disseram que arrumariam um novo emprego e esperariam um momento oportuno para investir no sonho de forma planejada. Já 23 (23,20%) disseram que arriscariam as economias em seu próprio negócio.

Em outra situação hipotética, foi perguntando aos estudantes o que ele faria caso alguém fizesse uma proposta de utilizar um método de trabalho inovador. Foi possível observar um equilíbrio nas respostas onde 51 (51,52%) responderam que analisariam e se a ideia lhe parecer boa, dedica-se à sua implantação com vontade e confiança de que ela vai dar certo. Já 45 (45,45%) disseram que pensariam na proposta e avaliariam os prós e os contras e depois imaginariam uma forma de aplicá-los aos poucos em seu trabalho. Outro dado relevante na questão foi que apenas 3 (3,03%) disseram que escutaria e desconfiaria de que não pode dar certo e, assim, acha melhor continuar fazendo do jeito que sempre fez.

Por fim, na última situação hipotética proposta, os estudantes foram questionados sobre possibilidade de abrir um novo negócio após uma análise de mercado. 43 (43,43%) disseram que apostariam na ideia, mesmo que os resultados apontassem uma certa margem de risco. 37 (37,37%) disseram que só entrariam no negócio se tivesse certeza de que haveria grande chance de dar certo. Apenas 19 estudantes (19,19%) disseram que só abririam a empresa se o resultado demonstrasse que o negócio tinha alta probabilidade de chance de dar certo.

Dessa forma, verifica-se que os estudantes entrevistados possuem, num contexto geral, um perfil empreendedor, considerando como importante a presença de tais características para o desenvolvimento profissional, conforme Rocha e Freitas

(2014). Assim, registra-se como importante a disseminação de ações, no âmbito educacional, para fomentar e incentivar o processo de empreendedorismo, uma vez que pode proporcionar outras possibilidades de atuação profissional aos estudantes, além de permitir uma contribuição ao desenvolvimento econômico regional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar o perfil empreendedor e analisar a influência do empreendedorismo no desenvolvimento profissional dos estudantes concluintes dos 3º anos do nível médio de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, a partir da aplicação de um questionário aos estudantes.

Nesse contexto, foi possível ilustrar, de acordo com os dados obtidos, que os estudantes concluintes possuem conhecimento e apresentam, majoritariamente, características empreendedoras, evidenciando que essas não só podem como devem ser aprendidas e aprimoradas no âmbito educacional, em qualquer nível de ensino.

Conclui-se, assim, que o perfil dos alunos está em consonância com o espírito empreendedor. Desse modo, deve-se buscar, no âmbito governamental, adotar políticas que estimulem a motivação e o desenvolvimento do potencial empreendedor de estudantes, em todos os níveis, de modo a ampliar as possibilidades de maior autonomia e sucesso ao final de seu período formativo.

A principal limitação desta pesquisa refere-se à restrição ao universo pesquisado. Entretanto, a pesquisa demonstra-se relevante e atende aos objetivos do estudo, considerando o potencial visualizado nos sujeitos entrevistados.

Assim, sugere-se a realização de pesquisas futuras que analisem o perfil empreendedor, considerando o papel imprescindível do universo acadêmico para o fomento ao empreendedorismo no país.



REFERÊNCIAS

- BARATTER, M.; FERREIRA, J.; COSTA, M. Empreendedorismo Institucional: Considerações Sobre Imersão e Mecanismo da Teorização. In: **Anais...** XXXIII Encontro da ANPAD, São Paulo. XXXIII ENANPAD, 2009.
- BAUR, G. et al. Perfil empreendedor dos estudantes de Odontologia da Universidade Federal de Santa Catarina. **Revista da ABENO**, v. 16, n. 2, p. 77-82, 2016.
- CAGGY, R. C. S. S.; BRITO, F.; PEDROSO, F. Avaliação do Perfil Empreendedor de Estudantes em uma Faculdade Concessional: Estratégias, Resultados e Limitações na criação de uma cultura universitária empreendedora. **Revista Formadores**, v. 10, n. 6, p. 24, 2017.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Manole, 2004.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999 A.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007
- IIZUKA, E. S.; MORAES, G. H. S; M. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. **Administração: ensino e pesquisa**, v. 15, n. 3, p. 593-630, 2014.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.
- OSWALD, R. Empreendedorismo: uma revisão bibliométrica sobre o perfil empreendedor na base de dados SPELL. **Revista Conexão**, n. 4, p. 1-19, 2017.
- PAIM, L. M. B.; NORONHA, N. S. Ensino Técnico e Empreendedorismo: o perfil empreendedor dos estudantes de curso técnico subsequente de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. In: **Anais...** 5ª Jornada Científica e Tecnológica e 2º Simpósio da Pós-Graduação. 2013.
- RIBEIRO, T. M.; TEIXEIRA, R. M. A criação de negócios por empreendedores jovens: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012.
- ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, 2014.
- RONCON, P. F.; MUNHOZ, S. Estudantes de enfermagem têm perfil empreendedor? **Revista brasileira de Enfermagem**, v. 62, n. 5, 2009.
- SANTOS, E. C.; PERINI, R. L. Perfil Empreendedor dos Alunos Egressos do Curso de Administração do Centro Universitário da Serra Gaúcha. **Revista Global Manager Acadêmica**, v. 6, n. 1, p. 1246-1255, 2018.
- SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **REGE Revista de Gestão**, v. 15, n. 1, p. 1-14, 2008.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- UTORES



AUTORES

Amanda Santiago Oliveira

Possui graduação em Administração pelo União Metropolitana de Educação e Cultura (2018) e curso-técnico-profissionalizante em Ciências Contábeis pela Escola Técnica do Brasil (2015). Atualmente é Estagiário Fiscal da Análise Contabilidade Gestão e Auditoria. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Ciências Contábeis.

Antonio da Conceição Rocha

Especialista em Psicopedagogia e Docência do Ensino Superior. Graduado em Letras/Habilitação em Língua Inglesa e suas respectivas literaturas. Experiência em ensino da educação básica e Superior. Práticas em consultoria pedagógica. Gestão de projetos escolares e acadêmicos. Treinamento e Desenvolvimento para equipes nas áreas empresarial e educacional.

Carlos Augusto Fernandes do Nascimento

Mestre em Ciências da Comunicação (Relações Públicas, Publicidade e Marketing) pela Universidade Fernando Pessoa (Porto/Portugal). Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador (1994), Pós-Graduação em Turismo pelo Instituto Olga Mettig (1997) e MBA em Finanças Empresariais e Gestão Bancária pela Faculdade Ruy Barbosa (2007). Desde 2002, compõe o quadro da Caixa Econômica Federal atuando no segmento financeiro corporativo, dando suporte a empresas de diversos portes e segmentos na concessão de operações de crédito, gestão de recursos financeiros e projetos de investimentos.

Cassiana Santos da Silva Farias

Possui graduação em Administração pela Universidade do Estado da Bahia (2018). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão, gestão de pessoas, competências, motivação, competências, mercado de trabalho e empresas.

César Barbosa Nunes

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.



Ester Andressa de Oliveira Leal

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Dartagnan Ferreira de Macêdo

Mestre em Administração Pública (UFAL). Especialista em Gestão em Saúde Pública, em Gestão de Recursos Humanos e em Docência na Educação Profissional. Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Alagoas e em Administração Pública pela Universidade Estadual de Alagoas. Atuou como professor bolsista na Secretaria de Educação de Alagoas e como professor auxiliar na Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas (UNCISAL), vinculado ao Núcleo de Ciências Humanas, Sociais e Políticas Públicas (Nucisp). Atualmente é Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT) no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas (IFAL), campus Viçosa, e do bacharelado em Administração Pública, UAB/IFAL. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração Pública, trabalhando principalmente nos seguintes temas: Administração em Saúde, Gestão de Pessoas, Planejamento Estratégico e Políticas Públicas.

Delnice Cardoso Alves Veiga

Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade de Ciências Empresariais (2011). Especialista em Docência do Ensino Superior pela Instituição Barão de Mauá. Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela FAMAM. Experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente em Planejamento Estratégico, Plano de Negócios e em Consultoria em Licitações. Na área da educação, atua em docência de cursos profissionalizantes e docência em Instituições de Ensino Superior. Exerceu a função de Representante do Conselho Regional de Administração na cidade de Santo Antonio de Jesus - Ba, conforme Portaria CRA-BA nº 42, de 25 de Setembro de 2013 até 31 de Dezembro de 2018.

Diego da Guia Santos

Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Alagoas (2010), especialização em Gestão Empresarial pela Faculdade Integrada Jacarepaguá (2012) e Mestrado Profissional em Administração Pública pela UFAL (2017). Atualmente é Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico no Instituto Federal de Alagoas (IFAL - Benedito Bentes), na área de Logística. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Gestão de Operações, Gestão de Projetos e Empreendedorismo.



Fernando Húngaro Lemes Gonçalves

Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Rondônia (2010), Pós graduado em Administração Pública pela Faculdade Pimenta Bueno (2011). Cursando Mestrado Acadêmico em Administração pelo Programa de Pós Graduação em Administração da Universidade Federal de Rondônia - UNIR, tendo como escopo a área de Processo Decisório e Estratégia nas organizações. Foi servidor público do Estado de Rondônia pelo período de dez anos, tendo como última função a de Secretário Escolar pela Secretaria de Estado de Educação - SEDUC. Atualmente sem vínculo empregatício e estudante do curso de Mestrado em Administração em regime de dedicação exclusiva, atuou como estagiário na docência superior pela Universidade Federal de Rondônia. Língua Inglesa em nível avançado; Língua Espanhola em nível intermediário. Como músico, possui participação em projetos culturais voltados à música e teatro.

Francis de Sousa Fernandes

Mestre em Administração e Controladoria (UFC). Especialista em Gestão Pública e em Educação à Distância, possui graduação em Administração pela UESPI (2009) e graduação em Licenciatura Plena em Geografia pela UFPI (2011). Atualmente é Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração Pública, atuando principalmente no Ensino.

Genilson Santos Chagas

Possui graduação em Pedagogia pela Faculdade Santa Fé (2009). Atualmente é sócio-proprietário de consultoria com foco em Treinamento e Desenvolvimento educacional e em Gestão de Recursos Humanos, bem como assessoria das práticas de gestão, planejamento estratégico educacional e gestão da inovação das práticas de ensino e liderança. Experiências como coordenador acadêmico de cursos de Ensino Superior (Graduação e pós-graduação): Faculdade Santa Fé, UNINASSAU, Faculdade Pitágoras. Experiência em coordenação da educação básica: Escola Santa Fé, Colégio Upaon-Açu. Experiência na gestão de projetos de inovação educacional e Currículo: Colégio Upaon-Açu. Tem experiência na docência do Ensino Superior, na condução de Treinamentos e jogos vivenciais no âmbito educacional e corporativo. Responsável pela implantação de projetos de responsabilidade social, ambiental, orientação profissional e de inovação.



Josenice Maria Gusmão Amorim Mascarenhas

Possui graduação em Administração pela Universidade Católica do Salvador (1991) e mestrado em Administração Estratégica pela Universidade Salvador (2009). Atualmente é docente da Faculdade Social e Responsável Técnica pelos projetos executados pela Fundação de Apoio a Educação e Desenvolvimento Tecnológico (Fundação CEFETBAHIA). Tem experiência na área de Administração, atuando, principalmente, nos seguintes temas: empreendedorismo, responsabilidade social, licitações e contratos, sustentabilidade e gestão de resíduos sólidos.

Josiene de Souza Almeida Oliveira

Mestranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela FAMAM (início 2019.1), Especialista em Educação a Distância pela Universidade Estadual da Bahia - UNEB (2012). Especialista em Mídias Digitais na Educação pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB (2013), Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade Batista Brasileira- FBB (2009). Na área de Educação atua como Coordenadora dos Cursos de Administração e Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos da FACEMP e Docente do Ensino Superior nos cursos de Bacharel em Administração, Tecnólogo em Recursos Humanos e Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, atuou como professora orientadora da Empresa Junior de Administração da FACEMP e tem experiência em EAD. Atua como professora de Informática Educacional da Educação Básica do Colégio Novo Espaço, atuou como professora dos cursos da Educação Profissionalizante no CETEP Recôncavo e tem experiência na Gestão Pública por ter exercido o Cargo de Coordenadora do Núcleo de Tecnologia Educacional - NTE 04.

Jucyana Beatriz Nunes Veloso

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Lawrence Matheus Soares da Silva

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Lívia Veiga de Oliveira Bispo

Mestranda em Administração pela Universidade Salvador (UNIFACS) e graduanda em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), possui MBA em Comunicação Corporativa (UNIFACS) e bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo (FTC). Sua trajetória profissional é marcada por 10 anos de experiência com jornalismo impresso, produção de TV, assessoria de comunicação nacional e marketing digital.



Luanna Mariane Pereira Ramos Gil

Docente no Instituto Federal de Educação Tecnológica do Piauí Prestação de serviços na Empresa Oasis Construções e Consultoria, no cargo de tecnóloga em Meio Ambiente 2009-2017. Prestação de serviços na Prefeitura de Timon Maranhão 2013-2017. Prestação de serviços na empresa Engesoft Engenharia do Ceará 2009. Prestação de serviços na empresa MJDT Engenharia LTDA empresa prestadora de serviço para a empresa Vale do Rio Doce na Mineração Onça Puma-Projeto Niquel 2008.

Luís Rodrigo Soares Lima

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Manoel Joaquim Fernandes de Barros

Professor Titular da Universidade Salvador (Brasil). Estágio Pós-Doutoral pela Grenoble École de Management (França, 2016). Doutor em Educação pela Universidade Federal da Bahia / Université Montréal (Brasil, Canadá, 2003). Mestre em Administração pela Universidade Federal da Bahia (Brasil, 1999). Especialista em Administração pela Universidade Salvador (Brasil, 1998). Bacharel em Administração pela Universidade Salvador (Brasil, 1994). Graduado em Processamento de Dados pela Universidade Salvador (Brasil, 1988). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas: gestão universitária e administração de sistemas de informação.

Mateus Nascimento Moreira

Graduando em Administração no 7º semestre - Centro Universitário Social da Bahia - UNISBA; Pesquisador Júnior - PIBIC pela Centro Universitário Social da Bahia - UNISBA; Estagiário na Fundação de Apoio a Educação e Desenvolvimento Tecnológico (Fundação CEFETBAHIA).

Nayara Batista Moreira

Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Bahia (2010) e Mestrado em Contabilidade pela Universidade Federal da Bahia (2013). Atualmente é professora da Universidade do Estado da Bahia e da Faculdade Anísio Teixeira. Desenvolve pesquisas com temas ligados à Contabilidade Gerencial, Contabilidade Socioambiental e Educação e Pesquisa Contábil.



Neivande Dias da Silva

Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), graduada em Administração pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e em Letras - habilitação em Português/Inglês e respectivas literaturas pela mesma instituição. Pós-graduada em Gerenciamento de Micro e Pequenas Empresas pela Universidade Federal de Lavras (UFLA). É especialista em Inglês como língua estrangeira pela UESB. Tem experiência em docência de inglês no ensino fundamental, médio, superior e em cursos livres de idiomas. É docente da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), campus XVII, no curso de Administração. Possui experiência empresarial adquirida durante 17 (dezessete) meses atuando como estagiária do Banco do Brasil. Exerceu, durante dois anos, a função de Coordenadora Local do curso de Letras do Plano Nacional de Formação de professores da Educação Básica (PARFOR/ Plataforma Freire), polo de Bom Jesus da Lapa. Coordena e atua como professora do curso de pós-graduação lato sensu em Gestão Estratégica das Organizações e também coordena o Núcleo de Ensino Pesquisa e Extensão - NUPE - campus XVII.

Renário Ferreira Ribeiro

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Ricardo Luís Alves de Oliveira Ribeiro

Possui graduação em Administração pela Universidade Federal de Alagoas - UFAL, especialização em Gestão Pública pela Faculdade Claretiano de São Paulo e atualmente é Mestrando em Engenharia Industrial pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Realizou atividades na Empresa Júnior do curso de Administração como Gerente de Projetos e Gerente de Presidência. No Movimento de Empresas Juniores (MEJ), foi Diretor de Desenvolvimento e cofundador da Federação de Empresas Juniores do Estado de Alagoas (FEJEA). Atualmente é Professor da área de Administração do ensino básico, técnico e tecnológico do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas no curso de Informática para Internet e Coordenador de Pesquisa e Extensão (IFAL - Rio Largo). É membro dos grupos de pesquisa Núcleo de Pesquisa em Indicadores de Desempenho - NPID/CNPQ/UFBA; Núcleo de Estudos sobre Organizações, Gestão, Empreendedorismo, Tecnologia e Qualidade - NeoGetq/CNPQ/IFAL; Gestão, Energia e Meio Ambiente do CNPQ/FAL.



Rosália Maria Passos da Silva

Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Conceito 7 CAPES), e Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (Conceito 5 CAPES). Graduada em Estatística pela Universidade Federal do Ceará. Professora Adjunta da Universidade Federal de Rondônia, lecionando nos Cursos de Graduação em Administração, Economia, Ciências Contábeis e Biblioteconomia. Docente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia-UNIR, Mestrado Profissional em Administração Pública-PROFIAP e Pós-graduação em Gestão Pública e Gestão Pública Municipal da UAB-UNIR. Tem experiência na área de demografia, planejamento urbano e regional, e sistema de informações, Atua no Centro de Estudos Interdisciplinar em Desenvolvimento Sustentável da Amazônia-CEDSA, nas linhas de pesquisa Sistemas Agroambientais e Sustentabilidade, Gestão de Organizações e Arranjos Produtivos Locais. Desenvolve pesquisa sobre processo decisório e sistemas de informação como apoio à decisão com ênfase em Administração Pública.

Samuel Carlos Lopes dos Santos

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Vinicius Vieira de Carvalho

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.

Washington José Pereira dos Santos

Graduação em andamento em Administração pelo Instituto Federal do Piauí, IFPI, Brasil.



ORGANIZADORES

Shirley Ribeiro Carvalho



Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Ensino da Unives (2016). Especialização nas áreas de Gestão de Pessoas, Design Instrucional e Educação Inclusiva. Pedagoga formada pela Universidade Estadual do Maranhão (2004). Atualmente é analista de inovação da área de Desenvolvimento de Tecnologias Educacionais – UemaNet/Uema. E, professora de graduação e pós graduação, modalidade presencial e EaD. Possui experiência como educadora e gestora há mais de 10 anos envolvendo as áreas de ensino, tecnologias, educação à distância. Experiência com metodologias ativas, tecnologias digitais para aprendizagem e material didático.

Tatiana Mendes Bacellar



Professora de Graduação e Pós-Graduação em Gestão e Estratégia Empresarial. Consultora Empresarial e Palestrante nas áreas de Educação, Gestão de Pessoas, Tecnologia e Inovação. Mestre em Administração (FEAD-MG) – Inovação, Estratégia e Competitividade. Especialista (MBA) Marketing e Gestão de Negócios, (UGF-RJ). Especialista em Língua Portuguesa e Literatura, (GSF-MA). Graduada em Processamento de Dados, (UNICEUMA-MA). Licenciada em Letras, (FAMA-MA). Graduada em Administração, (ESTÁCIO-MA).

Nesta obra os organizadores se debruçaram sobre suas experiências de gestores e colecionaram diversos artigos que abordam o tema Gestão contemporânea sob o ponto de vista acadêmico científico, enfatizando preocupação com a biodiversidade e questões ambientais, formação profissional, contabilidade, liderança, e traçando um perfil profissional para gestão de recursos humanos e empreendedorismo.

ISBN: 978-65-86707-02-1

CDL



9 786586 707021