

# UNIVERSO<sup>o</sup>

A C A D Ê M I C O



FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA  
v. 12 - n. 1 - jan./dez. 2019  
ISSN 21753024

# UNIVERSO<sup>O</sup>

A C A D Ê M I C O



© do autor

Direitos reservados desta edição: **Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT**

**Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste - FEEIN**

Mantenedora da FACCAT

**Conselho Deliberativo**

Presidente: Nicolau Rodrigues da Silveira

Vice-Presidente: Roque Werner

Secretária: Marisa Deltrudes Dresch

**Diretoria Executiva**

Diretor Presidente: Victorio Altair Carara Júnior

Diretora Financeira: Kira Macedo Thomaz

Diretora Secretária: Elena Weber

**Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT**

Diretor Geral: Prof. Delmar Henrique Backes

Vice-Diretora de Graduação: Prof<sup>ª</sup>. Carine Raquel Backes Dörr

Vice-Diretor de Pesquisa e Pós-Graduação: Prof. Roberto Tadeu Ramos Moraes

Vice-Diretor Administrativo e Financeiro: Prof. Sérgio Antonio Nikolay

Vice-Diretor de Extensão e Assuntos Comunitários: Prof. Dorneles Sita Fagundes

**Coordenação Editorial**

Prof<sup>ª</sup>. Liane Filomena Müller - Curso de Letras

Prof<sup>ª</sup>. Luciane Maria Wagner Raupp - Curso de Letras

**Revisão Linguística:** Prof<sup>ª</sup>. Luciane Maria Wagner Raupp

**Arte:** Publicitário Rafael Hartz, Assessoria de Comunicação da FACCAT

**Diagramação:** Publicitário Davis Celistre

**Impressão:** Odisséia Gráfica e Editora Ltda. - EPP

**Pedidos para:**

Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT

Av. Oscar Martins Rangel, 4500 - ERS 115 - Caixa Postal 84

CEP 95612-150 - Taquara (RS)

Fone: (51) 3541-6600 - Fax: (51) 3541-6626

universoacademico@faccat.br - www.faccat.br

---

U58 Universo Acadêmico / Faculdades Integradas de Taquara. - Vol 1,  
n. 1 (jan./dez. 2008) - Taquara, RS: FACCAT, 2008.

v. 12, n. 1, jan./dez. 2019  
320 p.

Anual  
ISSN 2175-3024

1. Periódico científico. I. FACCAT - Faculdades Integradas de  
Taquara.

---

Catálogo na publicação: Biblioteca Eldo Ivo Klain  
Bibliotecária responsável: Tânia Mayer Evangelista CRB-10/1846

# Apresentação

---

A edição de 2019 da Revista Universo Acadêmico traz a público, sob forma de artigos, os melhores Trabalhos de Conclusão dos cursos de graduação das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS realizados no ano de 2018. A escolha de tais trabalhos é feita pelo colegiado de cada curso e, posteriormente, encaminhados para esta publicação.

Como sugere o nome desta revista de periodicidade anual, tem como objetivo reconhecer, pública e formalmente, o empenho e a competência dos acadêmicos-destaque e de seus respectivos orientadores. Além disso, é também objetivo da revista incentivar que outros acadêmicos se dediquem, de igual forma, às pesquisas científicas, buscando a excelência. Dessa forma, a *Universo Acadêmico* configura-se como uma das ações da Faccat na divulgação dos conhecimentos produzidos pelos acadêmicos, fazendo jus à vocação institucional comunitária e aos seus compromissos sociais.

Com esta publicação, a Faccat também reafirma seu compromisso com a qualidade no ensino, com vistas ao desenvolvimento da cidadania e à inserção social, voltados especialmente às especificidades de sua região de abrangência. Por isso, procura, entre muitas outras ações, estimular a produção científica, vinculada ao objetivo de qualidade na formação de profissionais para a atuação no mercado de trabalho. Dessa forma, a ampliação da produção do saber proporcionada por essas ações vem ao encontro do objetivo da Instituição de servir à comunidade em que está inserida.

Esta edição da revista *Universo Acadêmico* apresenta doze artigos de alunos representantes dos cursos de. Esses artigos passam a ser apresentados, sequenciados de acordo com a ordem alfabética dos seus títulos.

O artigo que abre esta edição é da acadêmica de Gestão Comercial, Luciani Cardozo. Ela foi orientada pelo Prof. Roberto Tadeu Ramos de Moraes. Com o título de *A importância da capacitação da equipe de vendas para melhoria do desempenho de uma indústria calçadista do Vale do Paranhana*, a pesquisa mostra os resultados de um estudo de caso exploratório, com coleta de dados realizada a partir de questionários aplicados a representantes comerciais da empresa citada no título.

O segundo artigo é representante do curso de Publicidade e Propaganda, assinado pela acadêmica Carla Aline Konzen, que teve como orientadora a Professora Ingrid Scherdien Melo. No artigo, a acadêmica-autora apresenta a fundamentação

teórica e os passos do desenvolvimento de um álbum fotográfico sensorial, destinado aos deficientes visuais.

Claudete Fischer da Silva, acadêmica do curso de Matemática, é a autora do terceiro artigo desta edição, intitulado *A matemática inclusiva nas escolas públicas municipais de Nova Hartz / RS*. Orientada pelo Professor Sílvio Luiz Martins de Britto, o artigo discorre sobre os fundamentos teóricos e legais da inclusão e constata, *in loco*, como isso ocorre no citado município.

Do curso de Ciências Contábeis, a acadêmica Michele Pâmela Galle Martins, orientada pelo Professor Oscar Luiz da Silveira Scherer, é a autora do quarto artigo desta edição. Sua pesquisa de campo intitula-se *Aplicação da NBC TG 28 (r4) – propriedade para investimento no contexto das NBCs (Normas Brasileiras de Contabilidade)*.

Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli é o representante do curso de História. Orientado pela Professora Dalva Reinheimer, o acadêmico apresenta o artigo intitulado *“Atrás da máquina tem gente”: uma análise histórica dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha (1960 – 1980)*.

*Avaliação dos principais fatores de satisfação dos clientes de uma pousada localizada na cidade de Canela/RS* é o título do artigo proveniente do curso de Turismo. É o resultado da pesquisa da acadêmica Jaqueline da Silva Wolff, que foi orientada pelo Professor Sandro Cezer Pereira.

O curso de Administração é representado nesta publicação com o artigo intitulado *Diversidade e inclusão LGBT nas organizações: um estudo de caso em uma empresa de tecnologia do Vale dos Sinos/RS, através de seu grupo de orgulho LGBT*. O trabalho foi elaborado pela acadêmica Aida Souza da Silva, sob orientação do professor Daniel Luciano Gevehr.

O curso de Pedagogia está presente nesta edição com o artigo da acadêmica Josiane dos Santos. Sob a orientação da Professora Maria de Fátima Reszka, a acadêmica relata e reflete sobre a sua vivência em escola de Educação Infantil na Alemanha, conforme indica o título do seu artigo: *Educação Infantil: relato de uma experiência na Alemanha*.

*Ferramenta on-line para corporações de bombeiros* é o artigo oriundo do curso de Sistemas de Informação. É assinado pelo acadêmico Lincon Lima dos Reis, que teve como orientador o Professor Leonardo Ribeiro Machado.

Josiane Saldanha Vasem é a autora do artigo *Instagram: o relacionamento de uma influenciadora com seu público e a decisão de compra no período do dia das mães de 2018*. Representante do curso de Marketing, a acadêmica foi orientada pelo Professor Augusto Rodrigues Parada.

*Método sustentável de trabalho para áreas comerciais e serviços com base no mapeamento de fluxo de valor em uma empresa do setor químico* é o título do artigo da acadêmica Jênifer Ritter. Representante do curso de Engenharia de Produção, sua pesquisa contou com a orientação do Professor Rosnaldo Inácio da Silva.

O curso de Letras tem como representante a acadêmica Laura Michel Bertoluci, que apresenta seu artigo intitulado *Os carrapichos de Harry Potter: temas contemporâneos no mundo mágico*. O trabalho contou com a orientação da Professora

Luciane Maria Wagner Raupp.

*Perfil Sociodemográfico e Obstétrico de Puérperas Internadas em uma Maternidade do Vale do Paranhana* é o título do artigo de Aline Graziela Müller, representante do curso de Enfermagem nesta publicação. Orientada pela professora Clarissa Bohrer da Silva, a acadêmica apresenta os resultados da pesquisa que fez em um hospital, com o público indicado no título.

*Simulador Web para alocação de leitos hospitalares* é o título do artigo oriundo do curso de Sistemas para Internet. Sua autora é a acadêmica Débora Cristina Engelmann, que contou com a orientação do Professor Marcelo Cunha de Azambuja.

Fechando esta edição, a acadêmica Tatiana Kunst, do curso de Psicologia, apresenta seu artigo *Vínculos – a percepção de vínculos familiares em contraventores que cumprem prestação de serviço à comunidade*. A pesquisa contou com a orientação da Professora Simone Isabel Jung.

Dessa forma, constata-se, a partir desta pequena amostra, a diversidade de temas pesquisados durante o ano de 2018 na Faccat, constituindo-se um universo de excelência acadêmica. Registramos, portanto, nossos cumprimentos aos autores e autoras, na certeza de que os trabalhos aqui reunidos contribuirão para as discussões em cada uma das áreas específicas de conhecimento. Além disso, também incentivarão a pesquisa científica por parte dos acadêmicos da Faccat, atingindo plenamente os objetivos desta publicação.

**Luciane Maria Wagner Raupp**

Editora da Revista *Universo Acadêmico*



# Sumário

---

<b>A importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas para melhoria do desempenho de uma indústria calçadista do Vale do Paranhana</b>	11
Luciani Cardoso Orientador: Roberto Tadeu Ramos de Moraes	
<b>Álbum fotográfico sensorial: memória referencial e inclusão de deficientes visuais</b>	25
Carla Aline Konzen Orientadora: Ingrid Scherdien Melo	
<b>A Matemática inclusiva nas escolas públicas municipais de Nova Hartz/RS</b>	43
Claudete Fischer da Silva Orientador: Sívio Luiz Martins Britto	
<b>Aplicação da NBC TG 28 (R4) – propriedade para investimento no contexto das NBCs (Normas Brasileiras de Contabilidade)</b>	63
Michele Pâmela Galle Martins Orientador: Oscar Luiz da Silveira Scherer	
<b>“Atrás das máquinas tem gente!”: uma análise histórica dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha (1960 – 1980)</b>	85
Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli Orientadora: Dalva Reinheimer	
<b>Avaliação dos principais fatores de satisfação dos clientes de uma pousada localizada na cidade de Canela/RS</b>	105
Jaqueline da Silva Wolff Orientador: Sandro Cezer Pereira	
<b>Diversidade e inclusão LGBT nas organizações: um estudo de caso em uma empresa de tecnologia do Vale dos Sinos/RS, através de seu grupo de orgulho LGBT</b>	131
Aida Souza da Silva Orientador: Daniel Luciano Gevehr	



<b>Educação Infantil: relato de uma experiência na Alemanha</b>	153
Josiane dos Santos Orientadora: Maria de Fátima Reszka	
<b>Ferramenta on-line para corporações de bombeiros</b>	171
Lincon Lima dos Reis Orientador: Leonardo Ribeiro Machado	
<b>Instagram: o relacionamento de uma influenciadora com seu público e a decisão de compra no período do dia das mães de 2018</b>	193
Josiane Saldanha Vasem Orientador: Augusto Rodrigues Parada	
<b>Método sustentável de trabalho para áreas comerciais e serviços com base no mapeamento de fluxo de valor em uma empresa do setor químico</b>	217
Jênifer Ritter Orientador: Rosnaldo Inácio da Silva	
<b>Os carrapichos de Harry Potter: temas contemporâneos no mundo mágico</b>	243
Laura Michel Bertoluci Orientadora: Luciane Maria Wagner Raupp	
<b>Perfil sociodemográfico e obstétrico de puérperas internadas em uma maternidade do Vale do Paranhana</b>	275
Aline Graziela Müller Orientadora: Clarissa Bohrer da Silva	
<b>Simulador Web para alocação de leitos hospitalares</b>	283
Débora Cristina Engelmann Orientador: Marcelo Cunha de Azambuja	
<b>Vínculos – a percepção de vínculos familiares em contraventores que cumprem prestação de serviço à comunidade</b>	301
Tatiana Kunst Orientadora: Simone Isabel Jung	

# A importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas para melhoria do desempenho de uma indústria calçadista do Vale do Paranhana

Luciani Cardozo<sup>1</sup> | Roberto Tadeu Ramos Morais<sup>2</sup>

---

## Resumo

Este artigo tem por objetivo avaliar a importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas de uma indústria calçadista do Vale do Paranhana, que, a partir do treinamento de vendas e motivação, terá ferramentas para melhorar seu desempenho em vendas. Para tanto, foram utilizados conceitos sobre a origem de vendas, tipos de vendas, etapas do processo de venda, habilidades e características de um vendedor, além de desenvolvimento e motivação da equipe de vendas. Em relação à metodologia, trata-se de um estudo de caso de natureza exploratória, com pesquisa bibliográfica e análise interpretativa. A coleta dos dados foi realizada a partir de questionário aplicado à equipe de representantes comerciais. A conclusão deste estudo foi que um bom desenvolvimento da equipe de vendas, incluindo treinamentos e motivação, é essencial para um bom desempenho em vendas.

**Palavras-chave:** Vendas. Capacitação. Motivação. Equipe de vendas.

## Abstract

*This article aims to evaluate the importance of the training and development of a sales team in a footwear industry of Vale do Paranhana, that, from sales training and motivation, will have tools to improve its sales performance. Therefore, concepts about sales origin, sales types, stages of the sales process, skills and characteristics of a salesperson were used, as well as the development and motivation of the sales team. Regarding methodology, this is an exploratory case study, with bibliographic research and interpretative analysis. The data collection was made through a questionnaire applied to the commercial representatives team. The conclusion of this study was that a good sales team development, including training and motivation, is essential for a good sales performance.*

**Keywords:** Sales. Training. Motivation. Sales team.

## 1 Introdução

Diante das constantes mudanças no modo de consumir e com consumidores cada vez mais conectados, digital e globalmente, sendo impactados diariamente por milhares de propagandas e publicidades em diversos meios de comunicação, toda

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Gestão Comercial - Tecnólogo das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – E-mail: luciani@sou.faccat.br

<sup>2</sup> Vice-Diretor de Pesquisa e Pós-Graduação, Coordenador dos Cursos de Administração e Gestão Comercial – Tecnólogo pelas Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT – E-mail: masprm@faccat.br

empresa que quer se manter competitiva no mercado necessita adequar-se a essa nova realidade. Por isso, sua equipe de vendas precisa estar atenta, moldando-se a cada nova transição e percebendo que nem sempre a estratégia que resultava em vendas no passado será a mesma que garantirá o negócio no presente.

Para Frazão (2008), com o conhecimento disponível ao toque de uma tela, não há mais consumidor desinformado. Devido a isso, é de extrema importância que as equipes estejam altamente qualificadas e bem preparadas, e essa estratégia deve ser vista como questão crucial para que uma empresa consiga acompanhar a rapidez com que o mercado se movimenta.

Independentemente da situação econômica, de crise ou de desenvolvimento em que as organizações se encontram, sempre necessitarão, em maior ou menor grau, de uma equipe de vendas. O papel de um profissional de vendas vai muito além de apenas fechar negócios: o vendedor passou a ser uma espécie de assessor do seu cliente, um prestador de serviço responsável por todo o relacionamento entre cliente e empresa. Esse profissional precisa estar a par das novas práticas de vendas, ter conhecimento sobre relações humanas e sobre o mercado em que atua e sempre buscar desenvolver suas capacidades, conforme Las Casas (2004).

De acordo com Ortega (2009), em um momento em que pessoas e relações são os pontos-chave para qualquer negócio, as organizações não podem ter apenas um agrupamento de vendedores que agem por conta própria sem qualquer preparo ou qualificação. É necessário organizar uma equipe de vendas que seja conectada, cooperativa, que possua talentos individuais, mas que esses assumam suas responsabilidades e aceitem desafios. Para o autor, três pontos são fundamentais para alcançar esse objetivo: engajamento, treinamento e monitoramento.

O presente estudo possui como problema de pesquisa a seguinte questão: qual é a importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas para melhoria do desempenho de uma indústria calçadista no Vale do Paranhana?

Como objetivo geral, pretende analisar o grau de importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas sobre a melhoria do desempenho de uma indústria calçadista. Como objetivos específicos: identificar o grau de importância dessas ações no desempenho de vendas, analisar o nível de desenvolvimento da equipe de vendas em estudo, apontar deficiências e propor melhorias no processo de capacitação.

O estudo foi estruturado da seguinte forma: introdução ao assunto abordado, referencial teórico com desenvolvimento sobre a origem de vendas, vendas b2b e b2c, etapas do processo de venda, habilidades e competências de um vendedor, desenvolvimento e treinamento da equipe de vendas e motivação na equipe de vendas. Por fim, apresentam-se metodologia de pesquisa, resultados, conclusão e referências.

## **2 Referencial teórico**

Nesta seção, estão dispostos os principais temas utilizados na elaboração deste artigo, cuja abordagem foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica, tendo

como objetivo estruturar a fundamentação teórica do estudo em questão.

## 2.1 Origem de vendas

Apesar de ser reconhecida como uma atividade trabalhista somente nos últimos séculos e de haver poucos documentos descrevendo a origem das vendas no mundo, existem alguns registros históricos que relatam que o termo “vendedor” (MAGALDI, 2014) já era utilizado há aproximadamente 2000 a.C. na Grécia Antiga, para nomear os responsáveis pela troca dos excedentes de produção gerados pelas comunidades. Além disso, há outros registros ainda mais antigos, há cerca de 4000 a.C., segundo os quais os fenícios utilizavam um termo semelhante, uma espécie de agente econômico, encarregado de realizar a permuta das mercadorias produzidas (MAGALDI, 2014).

Para Magaldi (2014), a diferença do vendedor da Antiguidade para o moderno se dá pelo fato de que o vendedor dos tempos antigos era também quem produzia os insumos utilizados para troca, pois até então não havia uma especialização dessa atividade. Isso se deu ao contrário do que começou a ocorrer na Inglaterra a partir do século XVIII com a Revolução Industrial, quando a figura do vendedor moderno começou a tomar forma como a conhecemos nos dias de hoje. O autor acrescenta que, para ele, dois fatores combinados foram essenciais para que esse ofício fosse visto como profissão: a) os excedentes produtivos, aos quais as economias locais ainda não possuíam capacidade de absorção, fomentando, assim, o comércio entre cidades; b) a especialização da mão de obra, culminada pelo desenvolvimento do novo modelo de negócios.

O perfil profissional do vendedor só se consolidou no final do século XIX, quando a atividade se popularizou, principalmente na América do Norte (Estados Unidos), em resposta ao avanço industrial dessa região que se valorizou com o estabelecimento das ferrovias, o que gerou o aumento dos mercados de consumo em todo o país. Com a vulgarização do ofício, o profissional de vendas ganhou o nome de caixeiro-viajante, figura conhecida por se deslocar para outras cidades e regiões, com o intuito de vender seus produtos por onde passasse, usando artifícios necessários para a atividade, como boa oratória. Para Magaldi (2014), essa facilidade em convencer outras pessoas a partir da boa fala trouxe à profissão uma imagem negativa, relacionando o profissional a alguém capaz de qualquer coisa para fechar um negócio. De acordo com o autor, esse estereótipo de falador, enganador e mentiroso permanece até a atualidade.

Silva (2010) complementa, ao destacar que o que mudou ao longo do tempo foram as denominações dadas à profissão e ao profissional (vendedor, mascate, caixeiro-viajante, representante), porém as características permanecem as mesmas: a troca de mercadoria e serviços por algo de valor. O autor finaliza ao destacar que a atividade só foi chamada de venda quando passou a ser feita com dinheiro e então ficou conhecida a figura do vendedor.

## 2.2 Tipos de vendas: B2B e B2C

Um consumidor cada vez mais exigente, dentro de um mercado ainda mais competitivo, torna a área de vendas de uma empresa essencial para que se mantenha atuante e faça concorrência aos demais *players*. Esse ofício, apesar de conservar uma unidade em suas relações de negociação, de acordo com Alvarez e Carvalho (2008), por levar em consideração os objetivos traçados e os tipos de participantes envolvidos no processo, pode acabar apresentando diferentes perspectivas que classificarão o tipo de venda em questão.

De acordo com os autores, existem dois grandes grupos que classificam a atividade de vendas em: a) vendas ao consumidor final; b) vendas para a indústria. Suas principais diferenças se dão pelo tipo de participante envolvido, o valor e volume transacionados e também pelo tipo de abordagem ao cliente feito pelos canais de marketing.

Dois termos se popularizaram para nomear esses grupos. O termo B2B (*business to business*) é aplicado quando se refere às vendas para indústria, de empresa para empresa. Já B2C (*business to consumer*) é usado para citar vendas realizadas ao consumidor final. Para Alvarez e Carvalho (2008), é necessário que haja um cuidado por parte das empresas nessa diferenciação quando o assunto for estratégias de comunicação, pois, em muitos casos, marketing e vendas acabam olhando para aspectos diferentes do mesmo produto. No entanto, um direciona seu foco para o consumidor final, enquanto o outro coloca suas forças nas negociações entre empresas. As estratégias de ambos os departamentos devem ser coesas e manter o mesmo objetivo, para que se alcance o sucesso com os resultados.

## 2.3 Etapas do processo de venda

Nesta seção, discute-se a importância do planejamento dentro do processo de venda e como esse fator pode ser essencial para que a negociação alcance o resultado esperado.

Romeo (2008) discorre acerca da relevância em se ter um roteiro dos passos a serem seguidos como uma espécie de preparação para a venda. Nesse roteiro, o autor sugere que o vendedor se guie a partir de três fases, como ele mesmo caracterizou. Na primeira fase, a de prospecção, deve-se identificar uma possível oportunidade de venda para clientes antigos ou novos. Na segunda fase, será feita a qualificação, e o vendedor terá que compreender as necessidades e os motivos que permeiam as atitudes do comprador para que consiga montar uma estratégia promissora de negociação. Normalmente, essa fase pode ser a mais desgastante, com vários encontros e reuniões para que ambas as partes discutam sobre seus interesses. Na terceira etapa, ocorre o fechamento: nela todas as técnicas de negociação já foram definidas, e a venda terá seu desfecho em breve, desde que o vendedor se certifique de que todas as dúvidas e incertezas do comprador em relação ao negócio estejam totalmente esclarecidas.

Uma negociação de vendas pode ser desmembrada em muitas outras etapas,

como salienta Silva (2010), ao sugerir que um processo completo de venda poderá seguir até sete passos. O primeiro seria a pré-venda, que será a fase de planejamento em que as técnicas serão definidas e aspectos como qualidade do produto são destacados. Nessa etapa, para determinados bens de consumo, os canais de propaganda e *merchandising* poderão fazer as vezes de vendedor. Em seguida, inicia-se a negociação, momento crucial de todo o processo, no qual se buscará o “jogo do ganha-ganha”, em que ambas as partes saiam beneficiadas a fim de garantir uma relação duradoura.

A venda será o terceiro passo. Com o pedido em mãos, serão feitas aprovações internas em relação à negociação que foi fechada pelo vendedor. Após, caberá ao fornecedor entregar o pedido no menor tempo possível para garantir a satisfação do cliente. Na etapa seguinte, a entrega, será feito o acompanhamento da entrega do pedido, que deverá ocorrer sem maiores complicações, exatamente como o esperado pelo cliente. Após a entrega, virá a etapa da venda ou revenda, na qual o vendedor deverá acompanhar o giro de vendas do produto na loja e analisar se o retorno da negociação será positivo. Em caso negativo, cabe ao vendedor, junto com a equipe comercial, analisar a possibilidade de efetuar ações promocionais para alavancar as vendas.

O pagamento será o penúltimo passo. Sem ele, a venda não estará completa. A confirmação do pagamento poderá ocorrer antecipadamente, à vista ou a prazo, levando em conta aspectos como tempo de empresa e limite de crédito disponível junto ao fornecedor.

A última etapa, porém não menos importante, será o pós-venda. Responsável por dar suporte ao relacionamento com o cliente, deverá receber atenção do vendedor e também do fornecedor com questões sobre produto, vendas, trocas, devoluções e etc.

Todo o processo da venda estará completo quando o vendedor conseguir efetuar uma nova venda para o cliente, ou, em casos onde não há recompra, que consiga identificar que houve vendas referentes a indicações de outros clientes.

Diante de cada fase, podem ser identificadas inúmeras técnicas e abordagens capazes de tornar o processo de vendas mais efetivo. Para Castro e Neves (2008), um ponto importante é o contato direto entre vendedor e comprador, pois dá ao vendedor a possibilidade de adaptar-se ao cenário da venda e aos desejos do cliente de forma mais rápida. Além disso, pode captar diversas informações relevantes à empresa que poderão auxiliar nas futuras estratégias comerciais e de comunicação.

A falta de uma organização prévia de todas as etapas que envolvem o processo de venda é destacada por Magaldi (2014) como uma falha da equipe comercial. Isso poderá resultar na desconcentração dos esforços, pois não haverá um objetivo bem definido, e a consequência será a queda na produtividade. O autor acrescenta que o simples planejamento será mera formalidade se não for posto em prática, e essa execução trará solidez à estratégia, uma vez que a ação tornará possíveis a análise e a avaliação do plano traçado. Isso porque, no ambiente comercial, a habilidade em praticar aquilo que foi estrategicamente planejado será visto como um diferencial competitivo frente à concorrência.

Para a execução do plano comercial, Magaldi (2014) considera a gestão de três elementos principais: processos, pessoas e recursos, que pertencem a um grande grupo representado pela cultura organizacional da empresa, que, por sua vez, fazem parte da alta gestão. O autor define os procedimentos necessários: a) definição dos processos; b) análise dos recursos disponíveis; c) identificação das pessoas que farão parte da ação; d) integração dos primeiros três elementos à cultura organizacional da empresa, tendo como principal motivo dessa inserção o propósito de implementar todas as estratégias apresentadas; e) manutenção de todos os elementos em constante envolvimento com a alta gestão da empresa, que deverá ter conhecimento sobre todo o plano estratégico e estar comprometida em sua totalidade.

## 2.4 Perfil do vendedor e suas habilidades, competências e características

Com o passar do tempo, o vendedor viu o modo de consumir de seus clientes mudar drasticamente. Hoje, além de oferecer um produto ou serviço, um bom profissional de vendas precisa conquistar sua clientela, construindo uma relação pautada em confiança e fidelidade de ambas as partes. Para que essa relação possa se desenvolver de maneira positiva, é importante que sejam observadas algumas habilidades, competências e características de um vendedor.

De acordo com Las Casas (2004), mais do que identificar as atribuições e o *know-how* de um vendedor, é importante analisar se essas características estão de acordo com o tipo de venda que esse profissional pratica para que não haja falhas na execução do planejamento de vendas.

A partir de pesquisas e estudos relacionados às características de vendedores acima da média, o autor destaca dois aspectos relevantes para o sucesso em vendas: empatia e ímpeto. O primeiro refere-se a um atributo próprio dos profissionais dessa área no qual o trabalho está intimamente ligado às relações interpessoais, cujo objetivo sempre será identificar as necessidades e desejos do outro. E o segundo aspecto está relacionado à tendência natural de competir, persuadir, convencer e ganhar, na qual a venda é encarada muito mais como um desafio a ser batido do que apenas pela questão econômica.

Alguns requisitos como aparência, hábitos e qualificações têm grande valor dentro da profissão e por isso devem ser considerados. A aparência, por exemplo, embora não seja uma condição obrigatória, deve ser observada pelos profissionais de venda, pois é a partir dela que o cliente terá a sua primeira impressão. Então, sua maneira de vestir, seus cuidados com cabelo, maquiagem podem causar uma boa ou má impressão ao seu público-alvo, será uma espécie de cartão de visitas que reforçará a imagem da empresa a qual está representando.

O comportamento também é considerado um fator importante, pois certos hábitos podem ser mal vistos ou interpretados de maneira incorreta pelos clientes, de modo que irão afastá-los quando a intenção é aproximá-los. Por isso, de acordo com Las Casas (2004), é preciso haver bom senso e evitar exageros. Mesmo que o ímpeto de concluir a venda seja grande, é necessário haver cautela para que o trabalho não se perca por atitudes desnecessárias. Sugere ainda que se faça uma breve

análise após cada visita, apontando aspectos positivos e negativos da conduta. Para o autor, além dos requisitos mencionados, é importante que o profissional de vendas tenha um bom nível de conhecimento e busque por atualizações constantemente, para que consiga conversar com seus clientes sobre outros assuntos e demonstrar segurança em suas afirmações.

Essa busca por fortalecer as relações exige que o vendedor seja mais eficiente nas ações com os clientes. Entendo as mudanças no cenário em que atua, ele mudará o foco que antes era apenas para a venda propriamente dita e passará a se dedicar em compreender as necessidades de seu público-alvo. Conforme Alvarez e Carvalho (2008), essas novas atribuições trarão maior responsabilidade ao profissional, que deverá pensar de modo mais estratégico e gerencial e, com isso, desenvolver outros atributos como ampliar sua visão sobre os negócios e não destacar apenas a venda como ponto principal: é necessário ter conhecimento sobre o ambiente total de atuação.

Para Alvarez e Carvalho (2008), as relações pessoais também são muito importantes, assim como é fundamental saber como conduzir diferentes tipos de pessoas e suas relações e ainda ampliar os níveis de contato aumentando o vínculo e fortalecendo laços com seu cliente.

## 2.5 Desenvolvimento e treinamento da equipe de vendas

Levando em consideração as frequentes mudanças no mercado, percebe-se o quão importante é para uma equipe de vendas estar em constante treinamento e atualização. Por meio da troca de experiências e da busca por novos conhecimentos, será possível adequar-se às inúmeras transformações que ocorrem com frequência dentro de um negócio e, com isso, utilizá-las da maneira correta, transformando adversidades em sucesso.

Para alcançar seus objetivos, uma equipe comercial precisa estar bem treinada, pois, do contrário, não conseguirá fazer frente a uma concorrência capacitada e atualizada. Para Frazão (2008), essa busca por conhecimentos que agreguem valor à profissão e se transformem em argumentos no momento da negociação é fundamental para qualquer negócio e precisa ser encarada com seriedade pelos gestores da empresa.

Alvarez e Carvalho (2008, p. 99) destacam que “[...] o treinamento de vendas deve ser entendido com um ciclo educacional amplo e contínuo”. Ou seja, o processo de aprendizagem deve ser constante, cujos objetivos serão ampliar o conhecimento sobre técnicas de venda e a análise de novas ações. Tal método deve estar presente no dia a dia dos profissionais, mas também poderão ser planejados pela diretoria alguns encontros programados para dar maior foco ao aprendizado. Nesse contexto, Frazão (2008) aponta a responsabilidade do gerente de vendas para o treinamento da sua equipe, mas destaca que é compromisso do vendedor investir na sua formação profissional, no seu autotreinamento e na sua motivação.

Um treinamento de vendas, quando bem estruturado, busca atender a cinco aspectos fundamentais, que são: a) praticidade, objetividade e qualidade no desen-



volvimento dos assuntos; b) transmissão de credibilidade a quem o recebe como uma espécie de venda, sem imposições ou obrigações, o treinamento precisa ser encarado como algo positivo e construtivo, c) foco em soluções e resultados como o principal objetivo, d) clima agradável e de animação que contagia qualquer pessoa, e por isso é fundamental à preparação; e) periodicidade regular, com a maior frequência possível, de acordo com Frazão (2008).

De acordo com o autor, cinco pontos são fundamentais ao conhecimento de qualquer vendedor para que tenha o mínimo de instrução sobre o negócio. Tais aspectos devem estar presentes e ser constantemente abordados ao longo dos treinamentos: a) domínio sobre os produtos ou serviços que vendem; b) clareza em relação às estratégias comerciais que o norteiam; c) identificação da concorrência e de suas estratégias de venda; d) definição de metas e objetivos a curto e médio prazo; e) conhecimento e atualização em relação às novas técnicas de venda.

Frazão (2008) destaca a necessidade de que se tenha regularidade nos treinamentos da equipe de vendas e não realizar somente uma única convenção anual, como é comum por parte de muitas empresas. Apesar de importante, um encontro anual não dará motivação e engajamento suficiente à equipe para que alcance os objetivos traçados a médio e longo prazo. Por isso, salienta a importância do aprendizado constante e, se possível, até diário.

Nesse âmbito, Alvarez e Carvalho (2008) destacam que, além de um treinamento em grupo, no qual há possibilidade de troca de experiências e determinadas situações podem ser analisadas por toda a equipe, é necessário que sejam desenvolvidos treinamentos individuais, tendo em vista que as habilidades de cada profissional podem ser diferentes. Dessa forma, em um único treinamento em grupo, estas não estarão em destaque, nem serão discutidas da maneira apropriada no que condiz à estratégia de vendas da equipe. Essa nova modalidade também visa eliminar a formação de participantes heterogêneos, pois cada vendedor receberá o treinamento que melhor se adapta ao seu nível de conhecimento e experiência na profissão, e a empresa obterá maior aproveitamento da equipe comercial como um todo.

Um treinamento individual, que busca atender às necessidades particulares, é considerado importante também para Castro e Neves (2008). Os autores destacam que o objetivo do treinamento deve ser influenciar questões de motivação, técnicas de vendas e habilidades do vendedor, observando-se que, no início e ao final de cada capacitação, deve ocorrer uma avaliação para analisar sua eficácia e se os objetivos traçados foram alcançados.

## 2.6 Motivação na equipe de vendas

Ter uma equipe motivada e estimulada a alcançar os objetivos é o desejo de qualquer gerente comercial, porém a questão é como atingir essa condição, partindo do princípio de que não há como motivar pessoas ou grupos, pois a motivação deve vir do próprio indivíduo e não de outro.

Para Ortega (2009), dentro de uma equipe comercial, é necessário haver liberdade e reconhecimento para que seus integrantes sintam-se parte do sucesso do

negócio. O autor destaca que os integrantes da equipe de vendas se automotivam quando estão inseridos em um ambiente de trabalho acolhedor, que lhes permite expor suas ideias e opiniões. Para que haja essa colaboração entre equipe e diretoria, é necessário iniciar o processo de desenvolvimento dessa relação propondo desafios e assinalando responsabilidades aos envolvidos, de modo que se sintam motivados. Nesse aspecto, o reconhecimento será um ponto importante, e o treinamento poderá ser o primeiro passo, mas deverá evoluir e ter planos de incentivos cujo foco principal não seja apenas bonificações e prêmios em dinheiro e, sim, algo que atenda a outras necessidades do vendedor.

Os incentivos oferecidos pela empresa devem estar de acordo com as necessidades mais relevantes de cada vendedor, para que então os objetivos estratégicos da ação possam ser alcançados. De acordo com Maximiano (2000), duas condições necessitam serem avaliadas para que se compreenda o comportamento humano quando exposto a estímulos como ações de vendas ou alcance de metas, por exemplo, relacionando-os aos fatores internos e externos de motivação. Essas condições seriam a percepção, segundo a qual se analisa a forma como determinado estímulo é visto e interpretado, uma vez que ela será resultado da análise de fatores como sociedade, o grupo de trabalho e o próprio indivíduo e afetará diretamente sua motivação.

A teoria da expectativa seria a outra condição, e está baseada nas crenças e expectativas que envolvem o estímulo, ou seja, de acordo com o autor, o esforço está vinculado ao objetivo a ser alcançado, e será também proporcional ao valor que se dá à premiação. Em resumo, essa teoria conecta o esforço ao desempenho, que, por sua vez, conecta-se à bonificação. Assim, permite concluir que, se a motivação está ligada à recompensa, para garantir os resultados esperados, é necessário tornar a motivação um processo de administrar prêmios.

### **3 Metodologia da pesquisa**

Com o intuito de atingir os objetivos traçados para esta pesquisa, o presente artigo caracteriza-se como sendo um estudo de caso. Segundo Yin (2015), uma de suas principais diferenças em relação a outros métodos de pesquisa está em permitir que o pesquisador tenha uma visão total sobre o caso investigado e ainda sobre o contexto real em que está inserido. Em relação aos objetivos, a pesquisa é de caráter exploratório, o que para Gil (2002) tem como propósito demonstrar a real finalidade do objeto de estudo, tornando-o mais claro, compreensível e colaborativo para a construção de hipóteses e percepções, ampliando o conjunto de considerações que poderão variar de acordo com diferentes aspectos identificados pelo pesquisador.

Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica. Muito utilizada em pesquisas acadêmicas, seu objetivo é dar embasamento teórico ao trabalho, o que, para Lakatos e Marconi (1992), é a fase inicial de um projeto científico, pois, para que se obtenha a solução de um problema, será necessário realizar o levantamento do estudo sobre o tema proposto através de análise em materiais impressos, como livros, revistas e jornais.

A análise dos dados foi realizada de forma qualitativa, o que Stake (2011) con-

sidera como subjetiva, pessoal, que não se baseia apenas na ampla descrição de ações pessoais e ambientes compostos, mas também na integridade de seu pensamento. Serão investigados e interpretados os comportamentos e experiências, e cada sujeito analisado será único, mesmo tendo conduta semelhante à dos demais indivíduos. O autor destaca que, em alguns momentos, esse método de pesquisa é classificado como interpretativo, pois a investigação dependerá da visão e clarificação sobre os significados do que foi visto e ouvido pelo pesquisador.

O método de coleta de informações utilizado foi um questionário contendo sete questões abertas, aplicado à equipe de representantes de uma indústria calçadista situada no Vale do Paranhana, com um universo de pesquisa composto por dezessete participantes. Os questionários foram encaminhados via e-mail, no período de 20 a 25 de junho de 2018, observando-se que, destes, sete retornaram com respostas.

A análise das informações coletadas para desenvolvimento deste estudo de caso foi realizada de maneira interpretativa, tendo como parâmetro a pesquisa qualitativa, o que, para Gil (2010), diferentemente dos demais delineamentos de pesquisa, no estudo de caso a interpretação ocorre no momento da coleta dos dados, pois a análise inicia-se já na primeira entrevista e observação.

#### 4 Resultados

A partir da coleta e análise das informações, foi possível perceber que a faixa etária média da equipe de representantes fica em torno de 50 anos, e que todos possuem vasta experiência em vendas, principalmente dentro do segmento de moda.

Por meio do questionário aplicado, constatou-se que boa parte dos representantes comerciais reconhecem reuniões e convenções realizadas pela empresa para lançamento de coleções como sendo treinamentos de venda e moda. Destacam tais ações como muito importantes e esclarecedoras para a continuidade do trabalho que realizam. Alguns percebem tais atividades como uma intenção da empresa em investir em suas carreiras e ampliar seu conhecimento sobre o negócio.

Apesar de salientarem a importância do aprendizado de novas técnicas e estarem conectados ao mercado em que atuam, alguns deles destacaram que não acreditam na força do treinamento de vendas como aspecto relevante no bom desempenho do trabalho, uma vez que acreditam na força da experiência em vendas que possuem, e consideram esse tipo de treinamento muito repetitivo e ineficaz.

[...] sempre busco inovar, principalmente para me adaptar aos desejos e necessidades do cliente, porém é a mesma coisa de sempre. Pela experiência que tenho, não há inovação e sim repetição. (Representante "A", 2018).

Não considero o treinamento de vendas importante, porque devemos ter motivação e valorização, as vendas serão consequência. (Representante "F", 2018).

Isso vai de encontro ao que Alvarez e Carvalho (2008) querem dizer quando se referem à necessidade de as empresas realizarem treinamentos de acordo com

a experiência, habilidades e vivência de cada indivíduo, cujo objetivo seria sempre trazer novos conhecimentos ao profissional e agregar valor à atividade.

Nesse aspecto, todos ressaltaram a busca por novos conhecimentos como um aspecto importante dentro da profissão, levando em consideração as mudanças frequentes no mercado e também como forma de se adequarem às necessidades do novo tipo de consumidor. A procura por informações da área ocorre geralmente na internet e, em alguns casos, em revistas e jornais. Nenhum dos respondentes afirmou realizar algum curso ou treinamento específico para sua profissão.

Com certeza, temos que sempre estar nos aprimorando, o mercado sempre passa por várias mudanças principalmente no comportamento e a cada dia estar buscando melhores ferramentas para estar mais próximos ao que se espera no mercado. (Representante “G”, 2018).

Os profissionais admitiram a importância das bonificações em dinheiro realizadas como forma de incentivo às vendas, uma vez que o trabalho de vendas requer grandes deslocamentos e alto investimento, porém disseram não considerar esse tipo de incentivo como um estímulo à motivação no trabalho. Para eles, esse tipo de premiação não está à frente do reconhecimento de um bom trabalho realizado e de prêmios que não remetam simplesmente a valores monetários, que, conforme eles próprios, são momentâneos e caem no esquecimento. Ressaltam a importância de haver outras formas de reconhecimento que estimulem a motivação e o espírito competitivo, como o que Maximiano (2000) destaca ao afirmar que a motivação é um processo de administrar prêmios. Tal aspecto precisa ser valorizado e desenvolvido pela equipe comercial para que consiga extrair os melhores resultados de sua equipe de vendas.

As premiações em dinheiro são ótimas, e respondendo como representante comercial, soma muito pelo fato de investirmos à vista para recebermos a prazo, mas não está à frente do reconhecimento, de elogio, do prazer de alcançar uma meta estabelecida. (Representante “E”, 2018).

O dinheiro é muito necessário para o nosso trabalho, mas considero que seja sempre o resultado do que faço e não minha principal meta. Meço meu trabalho pela quantidade vendida e tento alcançar minhas metas. (Representante “D”, 2018).

[...] o prêmio é o reconhecimento de um bom trabalho realizado e a motivação para vendas futuras. O dinheiro é um prêmio momentâneo e cai no esquecimento. (Representante “F”, 2018).

Além disso, todos afirmaram que a motivação é um fator relevante para um bom desempenho em vendas, e que deve partir do próprio indivíduo e de seus desejos e objetivos individuais como: família, autoconhecimento, experiência e autorrealização.

Contudo, foi possível perceber que, por não haver na empresa uma política de treinamentos de venda personalizada, ainda não há o reconhecimento dessa ferramenta como algo importante para todos os profissionais de vendas. Porém, ao

mesmo tempo, percebe-se que estão cientes de que devem buscar informações e atualizar-se a todo o momento, levando em conta as rápidas mudanças que ocorrem no mercado e na forma de consumir.

## 5 Conclusão

De maneira geral os resultados obtidos por meio deste estudo demonstram que a empresa necessita desenvolver uma política de treinamento de vendas, a fim de melhorar o desempenho de sua equipe de vendedores, levando em consideração a diferença de idade entre os membros da equipe e o grau de experiência de cada um, buscando personalizar e adequar o treinamento dentro das características e habilidades de cada indivíduo.

Também foi percebida a necessidade de mudanças em relação à forma de premiação, uma vez que ficou clara a necessidade de utilizar não só a bonificação em dinheiro, mas também premiações em que haja o reconhecimento pelo trabalho realizado, essa última vista com um fator motivacional para a equipe de representantes.

Após a análise dos resultados, entende-se que o estudo em questão teve seu objetivo alcançado, pois, analisando a fundamentação teórica e os dados coletados, foi possível perceber a importância da capacitação e desenvolvimento da equipe de vendas para garantir bons resultados dentro de um mercado tão competitivo. Além disso, identificou-se o grau de desenvolvimento dos integrantes da equipe, que, apesar de possuírem boa experiência dentro do negócio, ainda não identificam ou evitam certas oportunidades quando se referem a novos conhecimentos e atualizações dentro da área em que atuam.

Com isso, espera-se que este estudo possa auxiliar futuras pesquisas na área, a fim de esclarecer dúvidas e estimular discussões acerca do tema.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ALVAREZ, Francisco J.S.M; Carvalho, Marcos R. **Gestão eficaz da equipe de vendas:** venda mais adequando sua equipe aos clientes. São Paulo: Saraiva, 2008.

CASTRO, Luciano Thomé e; Neves, Marcos Fava. **Administração de Vendas:** planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2008.

FRAZÃO, César. **Como formar, treinar e dirigir equipes de vendas.** São Paulo: Harbra, 2008.

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

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

LAKATOS, Maria Eva; Marconi, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de vendas**: como vender e obter bons resultados. 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MAGALDI, Sandro. **Vendas 3.0**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

MAXIAMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à Administração**. 5 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

ORTEGA, Marcelo. **Inteligência em Vendas**: o manual para os melhores líderes em vendas. São Paulo: Saraiva, 2009.

ROMEO, Renato. **Vendas B2B**: como negociar e vender em mercados complexos e competitivos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

SILVA, Mauri Luiz da. **Vendas: que negócio é esse?**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna Ltda., 2010.

STAKE, Robert E. **Pesquisa qualitativa**: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.



# Álbum fotográfico sensorial: memória referencial e inclusão de deficientes visuais

Carla Aline Konzen<sup>1</sup> | Ingrid Scherdien Melo<sup>2</sup>

---

## Resumo

O presente estudo tem por objetivo contextualizar as relações do deficiente visual com o mercado fotográfico, compreendendo a relação da fotografia com suas referências de memórias e, analisando, no caso da construção de um álbum fotográfico sensorial, quais os sentidos, além da visão, podem ser aplicados em um álbum impresso, avaliando o que o mercado tem feito nesse sentido. Com base nos resultados das pesquisas bibliográficas e documentais e nas entrevistas semiestruturadas em profundidade, que foram realizadas com deficientes visuais e fotógrafos profissionais, buscaram-se soluções alternativas de produção que viabilizassem o álbum fotográfico, tornando-o acessível em todos os sentidos, inclusive financeiramente. Levou-se em consideração o tamanho, os materiais e os processos de produção do álbum, além de inovar ao apresentar interferências sensoriais e tecnológicas. Objetiva-se que esse seja o ponto de partida para novas discussões e projetos sobre a temática da inclusão de deficientes visuais e a fotografia.

**Palavras-chave:** Álbum Sensorial. Fotografia Social. Deficiente Visual. Inclusão. Memória Referencial.

## Abstract

*The present study aims to contextualize the relationship between the visually-impaired and the photographic market, understanding the relationship of the photography with its memory references and analyzing, in the case of the construction of a sensory photographic album, which are the senses, besides the sight, might be applied to a printed album, evaluating what the market has been doing in this sense. Based on the results of bibliographic and documentary research, semi-structured in-depth interviews, which were conducted with visually-impaired and professional photographers, alternative production solutions were sought in order to make the photographic album viable, making it accessible in every way, including financially. The size, materials and the process of producing the album were considered, as well as innovating on presenting sensory and technological interferences. This is intended to be the starting point for further discussions and projects on the topic of the inclusion of the visually-impaired and photography.*

**Keywords:** Sensory Album. Social Photography. Visually-Impaired. Inclusion. Referential Memory.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. E-mail: konzen.carla@gmail.com

<sup>2</sup> Professora dos Cursos de Publicidade e Propaganda e Design das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Mestra em Design Estratégico pela Unisinos. E-mail: ingridscherdien@faccat.br



## 1 Introdução

A primeira motivação dessa pesquisa deu-se a partir da relação da autora desta pesquisa com seu marido, deficiente visual. Mediante sua própria experiência pessoal, percebeu uma lacuna no mercado de álbuns fotográficos. Outra forte razão é que, para a publicidade, assim como para qualquer outra área de atuação profissional, não é mais possível pensar em projetos sem pensar no aspecto da inclusão. No caso específico de álbuns fotográficos impressos, também é indispensável abordar a inclusão do deficiente visual.

E mesmo que estejamos vivendo uma era digital, César Castro<sup>3</sup>, em entrevista a Alboompro<sup>4</sup> (2017), diz que o destaque à fotografia impressa está recebendo mais força:

Vimos de uma geração que passou pela migração para o digital e que agora volta ao impresso novamente. Precisamos do físico como memória, porque a fotografia remete a uma caixa de fotos da minha mãe ou de minha avó; dá o saudosismo gostoso de viver e reviver momentos (ALBOOM-PRO, 2017).

Por isso, o álbum impresso torna-se relevante, pois ele possui mais possibilidades de acesso aos sentidos por meio de aromas, texturas e, especificamente no caso dos deficientes visuais, é uma oportunidade maior de resgate às memórias. Além disso, é possível não descartar nenhum dos meios, fazendo uma integração entre recursos impressos e digitais.

## 2 Fundamentação teórica

Ao tratar do presente problema de pesquisa, torna-se relevante abordar alguns assuntos relacionados ao tema estudado, como a inclusão, o deficiente visual, a construção de memórias e o mercado fotográfico, mais especificamente o álbum para os que veem e os que não veem.

### 2.1 Inclusão, deficientes visuais e memória

A nova instantaneidade do tempo está mudando radicalmente a modalidade do convívio humano e o modo como se cuida de certas questões coletivas. Percebe-se que a evolução tecnológica tem contribuído para tornar a vida mais fácil, incluindo a vida de pessoas com necessidades especiais, sejam elas físicas ou cognitivas. Segundo Bersch (2017), há uma série de produtos adaptados, como talheres, automóveis, computadores e celulares, e recursos como Braille<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Fotógrafo e colaborador da Indimagem (maior encadernadora de álbuns do Brasil).

<sup>4</sup> Plataforma de sites para fotógrafos, videomakers e artistas visuais - <https://www.alboom.com.br/> - Acesso em 22 mar. 2018.

<sup>5</sup> É um código universal que permite às pessoas cegas beneficiarem-se da escrita e da leitura, dando-lhes acesso ao conhecimento, favorecendo sua inclusão na sociedade (ADEVA, 2018). Disponível em <http://www.adeva.org.br/Braille.php> - Acesso em 05 abr. 2018.

e audiodescrição<sup>6</sup> que já estão assimilados à rotina. No caso dos deficientes visuais, uma ferramenta muito importante para que eles tenham acesso à informação são os *softwares* leitores de tela (ACESSIBILIDADE INCLUSIVA, 2018). Em se tratando de celulares, também já existem alguns aplicativos acessíveis. O *VoiceOver*, da Apple, permite ler quase tudo que está presente na tela do *iOS*, sendo possível ajustar *zoom*, fontes, inverter cores, além de parear com monitores em Braille. Já o *TalkBack*, da Google, que vem pré-instalado nos dispositivos, é semelhante ao da Apple, porém com menos recursos (BERSOT, 2015).

Todos esses recursos são chamados de Tecnologia Assistiva e têm o objetivo de proporcionar ou ampliar habilidades funcionais de pessoas com deficiência, promovendo maior independência, qualidade de vida e inclusão social (BERSCH & TONOLLI, 2006).

No entanto, na publicidade, não se encontram tantos exemplos assim. A publicidade é de extrema importância na inclusão, não só por ser um meio de conscientização da população em relação às diferenças e discriminação, mas também para incluir públicos historicamente esquecidos, como os deficientes visuais, ao acesso à informação e ao consumo (NAVARRO, 2012). No Brasil, existem poucas ações voltadas para esse público. Para Oliveira e Braga (2013), apenas marcas mais atenciosas e engajadas se preocupam em atender ao consumidor, independentemente de sua condição física.

Na fotografia, há exemplos pontuais, mas cabe ressaltar um exemplo que teve destaque nacional que foi o da Doutora Janaína Gomes, professora da Universidade Federal de Santa Maria, que também lecionou nas Faculdades Integradas de Taquara. Em entrevista à Revista Rede Brasil Atual, a professora relatou sua experiência com a aluna cega congênita Rúbia Steffens, que ingressou na disciplina de fotojornalismo em 2012 e lançou um desafio: como ensinar fotografia, com todos os seus termos técnicos, para uma pessoa com deficiência visual? Foi a partir de algumas histórias, do uso dos recursos de audiodescrição e da utilização de materiais de PVC e MDF criados por ela, que Janaína desenvolveu sua metodologia, que vem sendo difundida pelo Brasil por meio de palestras e oficinas (VELLEDA, 2017).

É possível perceber que muita coisa vem sendo feita no contexto da inclusão de deficientes visuais no mundo como um todo, na Comunicação e na Fotografia, mas ainda há lacunas a preencher. É importante que a Publicidade e os outros meios percebam que buscar esse público é um diferencial, podendo-se inclusive alcançar um consumidor até então ignorado. Esse consumidor enxerga, sim, o mundo, mas de outra forma. As paisagens visuais, sonoras, táteis e olfativas são múltiplas e não compõem mundos separados para os que enxergam e para os que não enxergam e nem mundos separados para cada um dos cinco sentidos (RODRIGUES, 2017).

---

<sup>6</sup> A audiodescrição é um recurso de acessibilidade que amplia o entendimento das pessoas com deficiência visual em eventos culturais, gravados ou ao vivo, como: peças de teatro, programas de TV, exposições, mostras, musicais, óperas, desfiles e espetáculos de dança; eventos turísticos, esportivos, pedagógicos e científicos, tais como aulas, seminários, congressos, palestras, feiras e outros, por meio de informação sonora (VER COM PALAVRAS, 2010). Disponível em <https://www.vercompalavras.com.br/definicoes> - Acesso em 05 abr. 2018.

A Neurociência cognitiva também aborda questões sobre os sentidos, a emoção e a razão, tendo foco no estudo a respeito das capacidades mentais do ser humano como, por exemplo, seu aprendizado, memória e percepção. É a partir das experiências sensoriais a que as pessoas são submetidas, como uma música, um aroma, uma sensação corporal, que é adquirido conhecimento (MARQUES, 2017).

A pessoa cega usa vários recursos para se adaptar ao mundo, e o fato de não enxergar não é em si o maior problema para a pessoa com tal deficiência (VYGOTSKY, 1997). Entretanto, existem diversos conceitos sobre a deficiência visual, mas, de um modo geral, ela pode ser definida pela perda total ou parcial do sentido da visão (CONDE, 2012). De acordo com Gil (2000), o cego pode ser congênito, quando nasce com essa condição ou a desenvolve até os três anos de idade, ou adventício, quando é acometido ao longo da vida, devido a doenças genéticas, diabetes ou acidentes. A pessoa cega precisa de mais concentração para conseguir entender o mundo e o que se passa ao seu redor. Navarro (2012) salienta que a pessoa cega apreende o mundo por meio dos demais estímulos e a partir desses constrói a sua realidade. Segundo Sacks (2010), muitos cegos dizem que o tato, a ação e o som são imediatamente transformados em um quadro visual e que a linguagem e a descrição são cada vez mais importantes, pois estimulam sua capacidade de lidar com imagens mentais mais do que antes e, em certo sentido, permite-lhes ver com o corpo todo, transferindo sua atenção para outros sentidos. Nesse sentido, a falta de visão não é apenas uma compensação, mas permite um novo modo de ser humano.

Assim sendo, pontua-se que os deficientes visuais possuem seu próprio modo de ver o mundo, evidenciado pela potencialização dos outros sentidos que ainda possuem. Mas considerando-se a construção de memórias, como elas são formadas sem a visão? De que modo os outros sentidos trabalham na construção de memórias daquilo que não foi visto?

Memória é recordação, lembrança, aprendizagem. Só há lembranças daquilo que se vivencia, do que foi aprendido. Sendo assim, as pessoas são aquilo que recordam, e o acervo de memórias faz cada indivíduo ser o que é: único (IZQUIERDO, 2011). Assim, Navarro (2012) reforça que, para uma pessoa vidente<sup>7</sup>, as imagens visuais se criam em sua mente de modo automático. Mas, no caso de uma pessoa cega de nascença, que não recebe esses estímulos visuais, como ocorrem suas lembranças? E quando se trata de pessoas que adquiriram a deficiência após já terem enxergado, será que elas mantêm alguma memória visual?

Nesse contexto, Sacks (2010) já havia constatado, por meio de sua pesquisa com pessoas com deficiência visual, que elas se adaptam de formas diferentes à sua deficiência, de acordo com as predisposições físicas e psicológicas. Algumas pessoas, em pouco tempo, esqueceram-se de todas as suas memórias relativas a rostos, formas, cores, perdendo a noção de como é ver. Em outros casos, as pessoas são capazes de manter as memórias visuais, construindo imagens mentais detalhadas a partir das descrições verbais e lembranças.

A memória está ligada diretamente à atenção, e o cérebro necessita dos

---

<sup>7</sup> A pessoa que enxerga.

cinco sentidos para assimilar uma informação e lembrar-se dela no futuro (GUIZOLI, 2016). Apesar de o cérebro não ser um músculo, ele precisa ser exercitado e estimulado com o objetivo de deixar a memória tonificada (MACHADO, 2017). Entretanto, segundo o neurocientista Dresler (2017), não existe segredo para ter um alto desempenho em memorizar, mas a memória mais eficaz é aquela em que o indivíduo vivencia aquilo que acabou de aprender. Segundo Machado (2017), é através dos cinco sentidos que se recebem as informações, mas isso difere de pessoa para pessoa.

Assim, percebe-se que a memória é para o cego como os olhos são para o vidente. É um instrumento muito importante para as pessoas, principalmente a memória sensorial, pois é a chave para o acesso ao conhecimento. No caso do deficiente visual, tem uma importância ainda maior, pois é necessária uma organização mental melhor e mais estimulada para dar conta de possíveis esquecimentos, visto a quantidade de detalhes que ocorrem no dia a dia (AMÉRICO, 2002). Os deficientes visuais costumam contar com a ajuda de familiares e amigos para descrever cenas do cotidiano que não são completamente compreendidas por meio dos outros sentidos (NAVARRO, 2012). Vale ressaltar que uma pessoa com deficiência adquirentes fará uso das suas memórias do tempo que enxergava. Já uma pessoa com cegueira congênita fará uso da sua capacidade imaginativa, obtida por meio dos outros sentidos. Para se ambientar e localizar, ambas farão uso da memorização dos objetos, por isso a importância de mantê-los sempre no mesmo local (RICO, 2016).

Para Monego (2012), a memória é imprescindível para reconstituição do passado, sendo um recurso fundamental para compreensão da identidade e da história. A realidade gravada na fotografia torna-se uma passagem de um momento, da memória do indivíduo, dos costumes, fato social, da comunidade ou simplesmente da beleza da natureza. “Lembrar um fato é buscar no passado lembranças e trazê-las para o presente” (MONEGO, 2012, p. 75).

## 2.2 Mercado fotográfico, álbuns e acesso aos cinco sentidos

Hoje em dia, o acesso aos meios de produção de imagens permite que qualquer pessoa fotografe um acontecimento e envie suas fotografias para jornais ou promoções publicitárias (CHAGAS, 2011). Nos primórdios da publicidade, o autor aponta que muito se utilizou de ilustrações na maioria dos anúncios. Com o tempo e advento de técnicas fotográficas e de impressões melhores, a fotografia foi ganhando cada vez mais espaço, fazendo com que o público fosse absorvendo essa forma de expressão fotográfica como elemento que faz parte da mensagem publicitária.

Mas para que o álbum fotográfico chegasse ao que se conhece atualmente, ele foi consequência da própria história da fotografia, que, por sua vez, teve a contribuição de diversos criadores. Santos (2011, p.7) reforça que “o álbum fotográfico é uma máquina do tempo, pois, ele nos leva para um passado próximo e até mesmo para momentos que não vivemos, dando forma ao que ouvimos falar e até mesmo a descobrir o que não imaginávamos”.

Em relação a álbuns destinados especificamente a deficientes visuais, pode-se pontuar o projeto Álbum Sensorial desenvolvido pela Márcia Beal e sua equipe,

que continha objetos tridimensionais e outros elementos acessíveis ao toque como pode ser visto a seguir.

**Figura 1 - Álbum sensorial da Márcia Beal e equipe**



Fonte: Álbum sensorial projeto (2016).

No entanto, o álbum projetado por Márcia não é acessível em termos de custos, nem quanto ao manuseio, devido ao seu grande tamanho. Para fins de referência, em 2016, Marco Escada, um dos integrantes do projeto Álbum Sensorial, lançou uma campanha no site Kickante, uma plataforma de financiamento coletivo, cujo valor estimado para viabilizar o projeto era de oitenta mil reais, e a proposta era dar um álbum sensorial para dez deficientes visuais. Apesar da iniciativa inclusiva, conseguiram apenas uma doação (KICKANTE, 2016).

A proposta deste trabalho de pesquisa é avançar nas perspectivas do que já foi desenvolvido em termos de álbuns inclusivos, recorrendo aos conceitos do design editorial para compreensão de uma melhor organização dos elementos. O trabalho do designer, de acordo com o que salienta Brown (2017) usando uma frase de Peter Drucker, é converter necessidade em demanda, ou seja, descobrir o que as pessoas desejam e dar isso a elas. Mas para que isso aconteça, é necessário colocar as pessoas em primeiro lugar. Dessa forma, pode-se pensar no designer como um contador de histórias. Assim, Samara (2011) reforça que o papel do designer é examinar o conteúdo pensando qual a aparência e sensação ele quer passar em relação à mensagem. É importante não se limitar apenas em repetir o que já foi feito, mas, sim, como menciona Filho (2008, p. 16), “procurar, estimular e buscar o novo”.

Para isso, muitas vezes é necessário apresentar um protótipo para ser ter ideia do produto final, tendo-se como meta “dar forma a uma ideia para conhecer seus pontos fortes e fracos e identificar novos direcionamentos para a próxima geração de protótipos mais detalhados e lapidados” (BROWN, 2017, p.87).

O álbum é um objeto com parte da frente, de trás, tamanho, forma e interação com o público por meio de uma experiência tátil, portanto cada virar de página deve proporcionar uma nova experiência, mas sem perder a conexão visual, emocional e conceitual entre todas as páginas (SAMARA, 2011). Nesse sentido, menos é mais e

não deve se cometer exageros. Vale ressaltar que os designers apreendem uma coisa nova a cada projeto e isso faz com que mudem seu modo de pensar na solução de problemas com frequência (FILHO, 2008).

De acordo com Senna *et. al* (2007), o Design Universal parte de princípio que o desenvolvimento de produtos deve ser feito pensando na utilização de todos, ou seja, de uso universal. Sua essência é transformar produtos em produtos acessíveis, levando em consideração as diferenças culturais, sociais e econômicas, permitindo, assim, que todos tenham acesso às oportunidades disponíveis. Diante disso, pensa-se nos cinco sentidos e nas possibilidades de inclusão e universalidade que proporcionam.

A comunicação começa e finaliza pelo corpo, uma vez que o desenvolvimento humano ocorre pela exploração dos sentidos. Sarraf (2016) resalta que as imagens exteriores são tantas e tão chamativas que muitas fazem esquecer as fantasias e sonhos, salientando que os outros sentidos também geram suas próprias imagens. Diante disso, percebe-se, com maior clareza, a importância do poder e da utilização dos sentidos para comunicação e para o resgate de memórias.

Ao se falar em olfato, Tannenbaum (2011) explica que os odores estimulam o aprendizado e geralmente são lembrados por muito tempo. Visual Merchandising na Prática (2015) salienta que os cheiros podem provocar emoções intensas e despertar diversos sentimentos, pois está conectado à área do cérebro associada à memória e às emoções. Já o paladar é de extrema importância, pois é por meio dele que se selecionam os alimentos a fim de satisfazer um desejo de acordo com o seu sabor. O modo como se sente o gosto das coisas, assim como a composição da saliva podem ser tão únicos como as digitais, explica Tannenbaum (2011). Quanto à audição, ao ser expostos a um som que traga boas recordações, o estado de humor pode aumentar em até 65%, sendo que a resposta emocional à música pode evocar certos estados de espírito (VISUAL MERCHANDISING NA PRÁTICA, 2015). Segundo Ferreyra (2009), os cinco sentidos conectam o ser humano com o mundo e em conjunto possibilitam experimentar a realidade, mas eles não são totalmente autônomos, um complementa o outro. Um toque é capaz de chamar mais atenção que a fala, sendo capaz de despertar diversas sensações, ajudando a encontrar o caminho quando não se podem usar os outros sentidos (MARIANO, 2017). Por fim, quanto ao sentido da visão, torna-se clara sua relação com a visualização de fotografias, por exemplo, sendo um dos mais complexos mecanismos do corpo humano, comparado à própria máquina fotográfica.

Ao concluir as reflexões apresentadas com base na coleta de informações bibliográficas e documentais, parte-se para a investigação prática, com a realização de entrevistas, análises e construção de protótipo do álbum sensorial inclusivo.

### **3 Procedimentos metodológicos**

A pesquisa aqui apresentada é do tipo exploratório, com abordagem qualitativa. Contou com um levantamento bibliográfico e documental; um levantamento com um estudo da realidade do mercado com fotógrafos profissionais; e um estudo com

deficientes visuais, salientando sua relação com a fotografia e o quanto ela influencia no processo de referência de memória. A técnica selecionada para a coleta de informações dos estudos foi a da entrevista semiestruturada em profundidade, devido à flexibilidade que oferece, permitindo a liberdade de expressão dos entrevistados e a manutenção do foco pelo entrevistador (GIL, 1999). Em um segundo momento, houve a construção de um protótipo de álbum sensorial, pois acreditou-se que a visualização física do projeto ajudaria no entendimento dos conceitos e descobertas feitos com a pesquisa científica.

Quanto às entrevistas com os fotógrafos e os deficientes visuais, seguindo orientação do Comitê de Ética e Pesquisa da Faccat, foi apresentado aos entrevistados o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que foi lido pelo entrevistador e assinado pelo entrevistado ou seu representante legal. Após a coleta de todas as informações, as respostas das entrevistas foram submetidas à Análise de Conteúdo, compondo resultados que foram interpretados de modo a determinar diretrizes para a construção de um protótipo de um álbum sensorial para deficientes visuais.

Para a construção desse protótipo, foi necessário determinar etapas específicas de uma Metodologia de Projeto organizada pela própria pesquisadora, baseada nos autores Baxter (2011), Munari (2008), Frisoni (2000), Löbach (2001) e Bonsiepe (1984), resultando nas seguintes etapas e procedimentos: a) pesquisa de referências e esboços, onde ocorre o contato com o cliente através da aplicação de um questionário, traçando-se as primeiras ideias; b) seleção de fotos, que podem ser fotos feitas num ensaio específico ou fotos já existentes; c) diagramação do álbum, bem como finalização, impressões, acabamentos, mensuração e *feedback* do deficiente visual (ou cliente).

#### **4 Pesquisa de campo: coleta e análise**

Optou-se por fazer a entrevista com deficientes visuais de diferentes regiões do país para se ter uma melhor compreensão de como está o mercado fotográfico e o que há de acessibilidade. Portanto, foram entrevistados 09 (nove) deficientes visuais, sendo 01 (um) de Novo Hamburgo/RS, 01 (um) de Nova Petrópolis/RS, 01 (um) de Porto Alegre, 03 (três) de Taquara/RS, 02 (dois) de São Paulo/SP e 01 (um) de Sorocaba/SP. Para que se pudesse ter maior clareza das diferentes necessidades e percepções, foram selecionados uma adolescente com cegueira congênita, outros com cegueira adventícia, ou seja, que perderam a visão no decorrer da vida, e outros com baixa visão.

Quanto à metodologia, foi estipulado, inicialmente, que as entrevistas seriam de preferência presenciais, pois não se tinha o conhecimento da quantidade de deficientes visuais que já utilizam as tecnologias assistivas para se comunicar. Sendo assim, a pedido dos próprios deficientes visuais e até como forma de facilitar as entrevistas, algumas delas foram feitas através do *WhatsApp*<sup>8</sup>. Dois dos deficientes

<sup>8</sup> WhatsApp é um aplicativo de celular utilizado pelas pessoas para manter contato com amigos e familiares, em qualquer hora, em qualquer lugar e também por empresas por facilitar a comunicação com clientes. É grátis e está disponível em telefones celulares ao redor do mundo todo. Disponível em <https://www.whatsapp.com/about/> - acesso em 25 set. 2018.

visuais também são fotógrafos conceituados no Brasil e contribuíram com algumas informações relevantes, principalmente quanto à forma de entrega das fotografias.

No caso dos fotógrafos, foram entrevistados 12 profissionais, sendo 06 (seis) da cidade de Taquara/RS, 01 (um) de Igrejinha/RS, 01 (um) de Novo Hamburgo/RS, 01 (um) de Picada Café/RS, 01 (um) de Rolante/RS, 01 (um) de Parobé/RS e 01 (um) de Três Coroas/RS. Devido à disponibilidade dos mesmos, a maior parte das entrevistas foi através do e-mail, sendo apenas 02 entrevistas presenciais.

#### 4.1 Entrevistas com os deficientes visuais

Considerando o mundo contemporâneo e os aspectos inclusivos, Bauman (2001) salienta que a capacidade de conviver com a diferença não é fácil, e a incapacidade de enfrentar a pluralidade dos seres humanos faz com que fique difícil sentir-se à vontade na presença de estranhos. Nesse sentido, a *Entrevistada 2*, ao ser questionada como enxerga, responde que ainda existe muito preconceito no mundo de hoje, mas lembra que quem é deficiente visual precisa muito da ajuda dos outros.

No aspecto da inclusão, vale ressaltar um ponto que chamou atenção, durante a pesquisa com os nove deficientes visuais. Constatou-se que o uso do Braille, apesar de sua relevância e auxílio no letramento do deficiente visual, pode estar sendo substituído pelas novas tecnologias audiovisuais. Pôde-se confirmar que alguns deficientes visuais têm dificuldade na leitura e mais da metade, 55% (cinquenta e cinco por cento) dos entrevistados, não sabem ler em Braille. Com essa informação, não se pode afirmar que o Braille está caindo completamente em desuso, pois foram poucas as pessoas entrevistadas, mas é uma consideração importante para mostrar que cada álbum deve ser pensado e projetado de forma única e exclusiva, procurando analisar as necessidades individuais.

Nesse sentido, e devido ao uso de leitores de tela, a maior parte dos entrevistados considera o uso da audiodescrição o fator mais importante para uma fotografia, mas não descartam a possibilidade da união dos três, Braille, relevo e audiodescrição, quando os entrevistados respondem sobre o que consideram mais importante conter na fotografia.

Durante as entrevistas, também se constatou que o uso do celular e do computador faz parte da vida de todos os entrevistados, sendo um meio facilitador para a comunicação com o mundo. Como o foco deste projeto é o uso da fotografia como referência de memória, os deficientes visuais foram questionados sobre o uso da fotografia como resgate das lembranças e da própria história e percebeu-se que cada deficiente visual tem suas peculiaridades. Como foram entrevistados deficientes visuais com cegueira total e também com baixa visão, os relatos foram variados. Alguns tiveram sua memória melhorada em alguns aspectos, inclusive melhorando os outros sentidos. Outros, totalmente cegos, afirmaram que, devido à cegueira, com o tempo, perderam algumas referências de memória, principalmente de rostos de pessoas, não lembrando nem do próprio rosto. Percebeu-se, durante a entrevista, que existe uma facilidade para lembrar de formas como objetos, arquitetura, máquinas e cores. Durante a pesquisa, também se pôde perceber que, mesmo com ausência da



visão, os deficientes visuais têm contato com a fotografia. Também se considerou importante compreender o quanto o tato, os sons, os cheiros e os gostos são essenciais para a fixação e recordação de suas memórias, e independentemente da limitação visual, cegueira total ou baixa visão, todos foram unânimes em afirmar que os outros sentidos são fundamentais para uma melhor compreensão do mundo ao redor.

O *Entrevistado 4*, que é completamente cego, salienta que o uso dos outros sentidos compensa a falta de visão, e o *Entrevistado 5* reforça que, mesmo sendo baixa visão e enxergando um pouco, é de suma importância o apoio dos demais sentidos além da visão, pois, dessa forma, pode construir sua memória fotográfica, vivenciado sons, cheiros e texturas que reativam as memórias que estão esquecidas no seu inconsciente. Para o *Entrevistado 1*, que perdeu completamente a visão na adolescência, há mais de nove anos, as percepções com base nos outros sentidos são enormes. Desde que perdeu a visão, as memórias foram muito mais afloradas nesse sentido. O *Entrevistado 7* lembra que o tato, os sons, os cheiros e os gostos já eram importantes mesmo antes dele ter uma maior perda visual, o que contribuiu para que a pesquisadora abordasse a pesquisa como um projeto universal, acessível a todos os públicos.

Pôde-se perceber, nas entrevistas, que o uso dos demais sentidos são importantes para comunicação, localização, resgate de memórias e, algumas vezes, modificam, inclusive, o jeito de pensar e agir. Reforçou-se que, na ausência da visão, a audição passa a vir em primeiro lugar, como se percebeu quando todos relatam o uso da audiodescrição como o fator mais importante da descrição de uma foto, passando o tato ser a segunda opção através do uso do relevo e, posteriormente, o olfato e o paladar. Já nas entrevistas com os fotógrafos profissionais, procurou-se avaliar como está a procura de álbuns fotográficos, se existe alguma preocupação com a acessibilidade na entrega das fotos e quais fotógrafos já tiveram clientes deficientes visuais.

#### 4.2 Entrevistas com os fotógrafos

Durante o processo de análise das entrevistas com os fotógrafos, algumas informações chamaram a atenção. Ao serem abordados sobre a aproximação que tinham com os deficientes visuais, dos doze fotógrafos entrevistados, alguns com mais de 20 anos de profissão, apenas três tiveram um contato com deficientes visuais. Questionados sobre a procura por álbuns e fotolivros, alguns fotógrafos relatam que está tendo um aumento de interesse, e que os álbuns fazem parte da contratação de alguns ensaios fotográficos.

Os fotógrafos também foram questionados sobre a existência da preocupação com acessibilidade para criação de álbuns fotográficos para deficientes visuais e sobre a possibilidade de desenvolver um álbum de fotografia capaz de estimular os outros sentidos além da visão (tato, olfato, paladar, audição) e todos os fotógrafos entrevistados, inclusive os deficientes visuais que também são fotógrafos, como o *Entrevistado 5* e o *Entrevistado 8*, entregam seus arquivos no formato digital, e apontaram que não possuem condições, no momento, de fornecer um projeto de álbum sensorial. Entretanto, alguns se mostraram interessados e dispostos a entrar em contato com suas encadernadoras parceiras para procurar desenvolver algo acessível,

mesmo que no momento não exista.

A pesquisadora entrou em contato com inúmeras encadernadoras, gráficas e editoras do país e não obteve retornos viáveis para a produção integral de um álbum sensorial inclusivo. Dessa forma, a seguir, detalha como foi o processo criativo para a criação do protótipo que foi desenvolvido para um dos entrevistados, que é completamente cego, justificando a escolha de cada item incluso no álbum e apontando novas propostas para o desenvolvimento de álbuns de fotografias acessíveis a todos os públicos.

## 5 Desenvolvimento do projeto

Este projeto tem o objetivo de desenvolver álbuns fotográficos sensoriais que sejam de fácil aquisição. Assim, o protótipo foi desenvolvido com a integração de recursos disponíveis no mercado, buscando unir tradição, tecnologia, acessibilidade e redução de custos. Ele foi construído e desenvolvido por meio de uma ajuda mútua, pois cada entrevistado colaborou para que a pesquisadora pudesse entender o que há no mercado em relação aos álbuns fotográficos acessíveis e buscasse soluções que proporcionassem uma experiência sensorial que ativasse gatilhos mentais que remetesse aos momentos em que as fotos foram tiradas, possibilitando, principalmente, uma autonomia ao deficiente visual, não necessitando ter uma pessoa auxiliar para descrever as imagens.

Inicialmente, esta pesquisa foi pensada com o foco exclusivo para os deficientes visuais, mas, durante o processo, a pesquisadora se deu conta de que o mesmo pode proporcionar uma experiência sensorial a todos.

Assim, para desenvolver o protótipo desta pesquisa, a pesquisadora escolheu um dos deficientes visuais entrevistados. Vale ressaltar que procurou encontrar recursos que utilizassem as tecnologias assistivas que já são utilizadas pela maioria dos deficientes visuais, desenvolvendo um projeto pensando nas necessidades e nas considerações do *Entrevistado 3*, que foi selecionado pela pesquisadora devido a sua proximidade familiar, e com o qual também foi realizado o vídeo que apresenta a entrega do álbum, o teste quanto a sua funcionalidade e o *feedback* do entrevistado.

Após a análise das informações coletadas com o *Entrevistado 3*, iniciou-se o processo de pesquisas de referências e as ideias preliminares. Para que se obtivesse o efeito surpresa na entrega do álbum e se conseguisse captar a essência do momento, o *Entrevistado 3* não soube de muitos detalhes do projeto. Considerando que o entrevistado não está tão habituado a ler em Braille, pois entende que o relevo às vezes pode ser de difícil compreensão; e que o aparelho de celular que ele utiliza é um modelo específico que foi desenvolvido em conjunto com a equipe da sua empresa, mas que apenas faz ligações e envia mensagens; a pesquisadora optou em entregar junto com o álbum de fotografias um *pendrive*, separado por pastas como se fossem as páginas do álbum, pois o *Entrevistado 3* está mais habituado a utilizar o computador a partir dos leitores de voz.

Ainda assim, a pesquisadora optou em desenvolver o protótipo sem descartar nenhum dos meios analógicos ou digitais de acesso, como *QR Codes*, audiodescri-

ções e relevos, procurando fazer uma integração entre os recursos como forma de demonstração de algumas possibilidades de acessos aos sentidos. Tanto o Braille quanto o uso do acesso tátil foram inseridos no protótipo do álbum, pois, antes de ser específico para o *cliente/entrevistado 3*, é universal e precisa contemplar todas as especificações verificadas como importantes na pesquisa.

**Figura 2 - Álbum de fotografia sensorial desenvolvido pela pesquisadora**



Fonte: Montagem da autora

Para obter a mensuração do impacto do álbum pronto e o *feedback* do *cliente/entrevistado 3*, de forma natural e espontânea, a pesquisadora entregou o álbum de fotografia sensorial juntamente com o *pendrive* e, posteriormente, ativando o recurso de acessibilidade de seu celular pessoal, fez a demonstração de como ele pode ver o álbum de fotografia com o uso de um aparelho adequado, sem precisar de outras pessoas auxiliando. A entrega foi realizada na empresa, pois é onde ele está mais habituado a utilizar o computador com o leitor de voz e também devido ao espaço físico e à iluminação ambiente, que são importantes para a produção do vídeo que foi gravado e que está disponível no canal da pesquisadora no *Youtube*<sup>9</sup>, no link <https://youtu.be/-Afn54yG8Lk>.

Por fim, verificou-se ser de extrema importância pontuar os gastos com o pro-

<sup>9</sup> Canal Youtube/Carla Konzen - Disponível em [https://www.youtube.com/channel/UC4sEq5hcTSPEGXL\\_vqafL9A](https://www.youtube.com/channel/UC4sEq5hcTSPEGXL_vqafL9A) - acesso 24 out. 2018.

tótipo e avaliar a viabilidade do projeto. Desde o início dos estudos, foi mencionado que um dos objetivos era desenvolver um protótipo acessível em todos os sentidos, inclusive no preço. Diante disso, o quadro a seguir demonstra que é possível desenvolver um projeto inclusivo, de baixo custo e que pode ser feito por qualquer pessoa, desde que se tenha um pouco de criatividade e o cuidado em criar conforme a necessidade de cada um.

#### Quadro 1 - Demonstrativo de custos

Qtde	Descrição	Valor gasto (R\$)
01 un	Álbum de fotografia Quadrado 30x30cm Capa Dura/Fosca	219,90
01 un	Frete	51,98
01 un	Roda, casal dançando e árvore em MDF 3mm	20,50
01 un	Coração e guitarra acrílico dourado espelhado	9,50
01 un	Fusca amarelo Laser CNC acrílico 2mm'	8,00
01 un	Cola, pedrinhas e miçangas	8,00
01 un	Abridor de garrafa	4,50
01 un	Rosa em tecido aromatizada	2,00
08 pg	Impressões em Braille	50,00
5g	Erva, sal grosso e farinha	1,50
01 un	Áudios e vídeos (via whats e arquivo pessoal)	0,00
01 un	Diagramação e finalização do álbum	380,00
01 un	Pendrive	25,00
01 un	Saco para o álbum (opcional), bolsos e saquinhos em tecido internos	80,00
01 un	Embalagem em MDF personalizada (opcional)	90,00
	TOTAL	950,88

Fonte: Montagem da autora

Diante do exposto, vale ressaltar que o objetivo proposto nesta pesquisa de criar um álbum de fotografia sensorial que explorasse todos os sentidos e que fosse acessível também no custo foi alcançado, mas é importante mencionar que esse é um processo inicial, podendo surgir novas ideias de processos e inúmeras possibilidades diante das diferentes necessidades que poderão surgir com a divulgação do projeto.

#### 6 Considerações finais

Ao perceber uma lacuna no mercado de álbuns fotográficos destinados a pessoas com deficiência visual, a pesquisadora questionou-se: como o álbum fotográfico

sensorial pode contribuir para a inclusão do deficiente visual nas produções do mercado fotográfico social e auxiliá-lo a manter suas referências de memórias? Diante do problema estabelecido, procurou compreender qual a relação dos deficientes visuais com o mercado consumidor e a fotografia, e percebeu que o mundo é o mesmo para todos, independentemente de sua limitação, constatando que a fotografia faz parte da vida das pessoas com deficiência visual, entretanto, elas necessitam de uma pessoa para fazer a descrição das imagens. Também se percebeu que alguns que não viam tanta motivação pelas fotografias, por entenderem que não teriam condições de vê-las.

Também se considerou importante compreender as relações de memória nos deficientes visuais e constatou-se o quanto ela é importante para auxiliá-los a se localizarem nos ambientes, a identificarem pessoas através da voz ou do cheiro, e compreendeu-se o quanto os demais sentidos se tornam relevantes e fazem com que o deficiente visual compreenda e interaja com o mundo ao seu redor.

E com isso, estudaram-se as diversas possibilidades de explorar os demais sentidos, procurando entender o quanto são importantes, principalmente quando se trata de descrever uma fotografia. Notou-se que é necessário levar em consideração as necessidades individuais, pois são pessoas únicas e com desejos distintos, devido às diferentes causas de cegueira e diferentes vivências.

Já no levantamento das ações do mercado fotográfico social destinadas aos deficientes visuais, confirmou-se a lacuna sentida pela pesquisadora, visto que os fotógrafos pesquisados não possuem, no momento, nenhum álbum de fotografia sensorial, e alguns ainda alegam que trabalham com base nos catálogos fornecidos pelas encadernadoras e que essas são deficitárias em produtos inclusivos.

Durante todo o desenvolvimento desta pesquisa e projeto, foi preciso apreender a contornar obstáculos em relação a custos e a processos. Percebeu-se o quanto é necessário ter paciência, pois cada etapa tem o seu tempo. Foi necessário, também, enfrentar muitos medos, sendo o principal, o de não conseguir viabilizar o projeto pela falta de uma encadernadora que fizesse o protótipo. Algumas vontades ficaram pelo caminho, como a utilização de fotografias em alto relevo, o que exige equipamentos específicos e maiores investimentos. Também se desejou utilizar papéis aromáticos, mas devido aos custos e processos, acabou sendo inviável.

No entanto, a pesquisa não teve apenas percalços, mas também muitas oportunidades. Foram proporcionadas à pesquisadora experiências únicas, como, por exemplo, poder participar da 2ª Expotai, em Canoas/RS, e também da XVI Mostra de Iniciação Científica VIII Salão de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação da própria faculdade, ainda assim, nada comparado à experiência que teve por meio do contato com as pessoas entrevistadas, que foram extremamente atenciosas e generosas e trouxeram elementos relevantes para o desenvolvimento da pesquisa.

Falando em relação aos deficientes visuais, a pesquisadora constatou, a partir dos relatos, que ainda existem preconceitos e também obstáculos em relação ao consumo de bens e serviços. Entretanto, o mundo está ficando cada vez mais inclusivo, embora o fator principal disso seja as pessoas que não se deixam limitar pela deficiência, pelo contrário, são pessoas com muito mais vontade de viver, que se

permitem fazer tudo que têm vontade, que trabalham, que estudam, que fotografam e que vão em busca de seus sonhos. São pessoas ativas na sociedade e que têm a tecnologia como uma forte aliada para proporcionar cada vez mais autonomia.

Para a pesquisadora, desenvolver este projeto foi enriquecedor e abriu portas para um mundo mais inclusivo. Entretanto, vale reforçar que esse é apenas o ponto de partida para subsidiar pesquisas e projetos futuros dentro da área, tendo inúmeras possibilidades para serem descobertas e aprimoradas.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ACESSIBILIDADE INCLUSIVA. Redação. **Softwares**. 2018. Disponível em: <http://www.acessibilidadeinclusiva.com.br/programas-para-computadores/>. Acesso em: 11 maio 2018.

ADEVA - ASSOCIAÇÃO DE DEFICIENTES VISUAIS E AMIGOS. Equipe. **Sistema Braille**. Disponível em: <http://www.adeva.org.br/Braille.php>. Acesso em: 05 abr. 2018.

ALBOOMPRO. Redação. **A importância da foto impressa**. 25/04/2017. Disponível em: <https://blog.alboom.com.br/a-import%C3%A2ncia-da-fotografia-impressa-a9c66dd8500>. Acesso em: 22 mar. 2018.

ÁLBUM SENSORIAL PROJETO. Facebook. **Conheça o álbum sensorial**. 18/06/2016. Disponível em: [https://www.facebook.com/albumsensorial/photos/ms.c.eJw9y9EJACAMA9GNxEaTNvsvIj083HcTuWi5XAZOXa7WCKNZ4ELUDyzO9ua83b~\\_393jALO~;E60~-bps.a.476735945865596.1073741828.471038669768657/476736002532257/?type=3&theater](https://www.facebook.com/albumsensorial/photos/ms.c.eJw9y9EJACAMA9GNxEaTNvsvIj083HcTuWi5XAZOXa7WCKNZ4ELUDyzO9ua83b~_393jALO~;E60~-bps.a.476735945865596.1073741828.471038669768657/476736002532257/?type=3&theater). Acesso em: 07 mai. 2018.

AMÉRICO, Solange Maria. **Memória auditiva e desempenho em escrita de deficientes visuais**. CAMPINAS, São Paulo. 2002. Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/253514/1/Americo\\_SolangeMaria\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/253514/1/Americo_SolangeMaria_M.pdf) - Acesso 17 abr. 2018.

BAUMAN, Zigmund. **Modernidade líquida**. Tradução, Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**. Guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Blücher, 2011.

BERSCH, R.; TONOLLI, J. C. **Tecnologia assistiva**. 2006. Disponível em: <http://www.assistiva.com.br/>. Acesso em: 22 mar. 2018.

BERSCH, Rita. **Introdução à tecnologia assistiva**. 2017. Disponível em: [www.assistiva.com.br/Introducao\\_Tecnologia\\_Assistiva.pdf](http://www.assistiva.com.br/Introducao_Tecnologia_Assistiva.pdf). Acesso em: 22 mar. 2018.

BERSOT, CAIO. **Cinco tecnologias para ajudar pessoas com deficiência visual**: TECHTUDO. 20/04/2015. Disponível em: <http://www.acessibilidadeinclusiva.com.br/programas-para-computadores/>. Acesso em: 11 mai. 2018.

BONSIEPE, G; KELLNER, P; POESSNECKER, H. **Metodologia experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação editorial. 1984.

BROW, Tim. *Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Tim Brown com Barry Katz; tradução Cristina Yamagami, Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2017.

CHAGAS, Renata Voss. **A história da fotografia na publicidade brasileira: uma questão de gosto**. Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2011. Disponível em <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1124-1.pdf> - Acesso em: 20 abr. 2018.

CONDE, Antônio João Menescal. **Definindo a cegueira e a visão subnormal**. Instituto Benjamin Constant. 2012. Disponível em <http://www.ibr.gov.br/?itemid=94> – Acesso em: 20 mar. 2018.

DRESLER, MARTIN et al. **Treinamento mnemônico reformula as redes cerebrais para suportar memória superior**. Neuron, Volume 93, Edição 5. 2017 – Disponível em [http://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273\(17\)30087-9](http://www.cell.com/neuron/fulltext/S0896-6273(17)30087-9) – Acesso em: 17 abr. 2018

FERREYRA, Erasmo Norberto. **A linguagem oral na educação de adultos**: Tradução Jussara Haubert Rodrigues. 2009. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. 303 p.

FILHO, Plínio Martins. **A arte invisível**. 2. ed. revista e ampliada. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

FRISONI, Bianca Cappucci. **Ergonomia, metodologia ergonômica, “designing” para o uso humano**. Dissertação de Mestrado - PUC-Rio, Rio de Janeiro. 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Pesquisa social, métodos e técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Marta(org). **Deficiência visual**. Brasília: MEC – Secretaria da Educação a distância, 2000. Caderno da TV Escola 1.

GUIZOLI, Débora. **Memória e sua relação com os cinco sentidos do corpo humano**. SINJUSMG: 2016 – Disponível em <http://sinjus.org.br/memoria-e-sua-relacao-com-os-cinco-sentidos-do-corpo-humano/> - Acesso em 17 abr. 2018.

IZQUIERDO, Iván. **Memória**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.

KICKANTE. Marco Escada da Rosa. **Álbum sensorial para todos**. 09/09/2016. Disponível em: <https://www.kickante.com.br/campanhas/album-sensorial-para-todos>. Acesso em: 18 abr. 2018.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para configuração dos produtos industriais**. Tradução Freddy Van Camp. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2001.

MACHADO, Thieres. **Como memorizar o essencial: 4 etapas cruciais para tornar o seu estudo memorável**. Eu sei aprender: 2017 – Disponível em <http://euseiaprender.com/como-memorizar/> - Acesso em 17 abr. 2018.

MARIANO, Renata Fambelio Gomes. O Ensaio sobre a Cegueira: um estudo sobre as tramas da moda e dos sentidos: **Revista Achiote.com - Revista Eletrônica de Moda**. Vol.5 • nº2. 2017. Disponível em <http://fumec.br/revistas/achiote/article/view/3827/3041>. Acesso em: 31 jul. 2018.

MARQUES, José Roberto. **Neurociência cognitiva**: a ciência da aprendizagem e da educação. 07/07/2017. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-e-psicologia/neurociencia-cognitiva-ciencia-aprendizagem-educacao/>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

MONEGO, Sonia. A fotografia como recurso de memória. **Cadernos do Ceom**. Unochapecó. 2012 – Disponível em <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/1153> - Acesso em 17 abr. 2018

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes. 2008.

NAVARRO, Juliana Jobim. **A inclusão social dos deficientes visuais e a publicidade brasileira**: um breve panorama. 2012. 62 p. Monografia (Departamento de Audiovisuais e Publicidade da Faculdade de Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

OLIVEIRA, Rafael Moraes de; BRAGA, Nivea Pimenta. **Publicidade inclusiva**: cidadania no ato da compra. Centro Universitário. Instituto de Ensino Superior de Brasília, Brasília – DF. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1398-1.pdf> - Acesso em: 05 abr. 2018.

RICO, Iris Marcela Lopez. **Design para deficientes visuais**: cozinha sob uma perspectiva inclusiva. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Belo Horizonte: 2016 – Disponível em <http://pdf.blucher.com.br/s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0271.pdf> - Acesso em: 17 abr. 2018.

RODRIGUES, Sarah Victória Almeida. **Percepções invisíveis**: Reflexões sobre a prática fotográfica de deficientes visuais, experiências sensoriais e o trabalho antropológico. 2017. 96 f. Monografia (Bacharel em Ciências Sociais com habilitação em Antropologia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/16588>>. Acesso em: 22 mar. 2018.

SACKS, Oliver. **O Olhar da Mente**. Tradução Laura Teixeira Motta. Companhia das Letras, 2010. Digitalização, formatação e revisão: Lúcia Garcia. Disponível em: Grupo Génesis do Conhecimento < [https://epoca.globo.com/edic/653/653\\_trecho\\_O\\_olhar\\_da\\_mente.pdf](https://epoca.globo.com/edic/653/653_trecho_O_olhar_da_mente.pdf) >. Acesso em: 12 abr. 2018.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. / Timothy Samara; tradução: Mariana Bandarra; revisão técnica: Priscila Lena Farias. – Porto Alegre: Bookman, 2011. 240p.: Il. Color.; 23cm.

SANTOS, Alexandre Dombrowski dos. **Noções básicas de fotografia**. [S.l.]: Clube de Autores, 2011. 51 p.

SARRAF, Viviane Panelli. **Acessibilidade em espaços culturais**: [recurso eletrônico] mediação e comunicação sensorial. São Paulo: EDUC: FAPESP, 2016 – Disponível em [https://play.google.com/books/reader?id=qtjDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=pt\\_BR&pg=GBS.PT20.w.1.0.70](https://play.google.com/books/reader?id=qtjDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=pt_BR&pg=GBS.PT20.w.1.0.70) – Acesso em: 27 abr. 2018.



SENNA, Carlos Eduardo; VIEIRA, Susana Medeiros; SANTOS, Rodrigo Gonçalves dos. **Acessibilidade e design inclusivo**: um estudo sobre a aplicação do design universal nos produtos industriais. SEMINÁRIO DE PRODUÇÃO ACADÊMICA EM DESIGN, Florianópolis, 2007.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE NEUROCIÊNCIA. Dr. Roberto Godoy. *Memória*. Disponível em: <<http://www.sbneurociencia.com.br/html/a10.htm>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

TANNENBAUM, Frederico Szmukler. **Design para os sentidos**. Orientadora: Vera Damazio. 2011. 17 p. Artigo (Departamento de Artes & Design)- PUC, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <[http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio\\_resumo2011/Relatorios/CTCH/DAD/DAD-Frederico%20Szmukler%20Tannenbaum.pdf](http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2011/Relatorios/CTCH/DAD/DAD-Frederico%20Szmukler%20Tannenbaum.pdf)>. Acesso em: 18 abr. 2018.

VELLEDA, Luciano. **Com metodologia inclusiva, oficina ensina pessoas cegas a fotografar**. REDE BRASIL ATUAL, 2017: Disponível em <http://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2017/07/com-metodologia-inclusiva-oficina-ensina-pessoas-cegas-a-fotografar> - Acesso em: 17 abr. 2018.

VER COM PALAVRAS. Equipe. **Definições**. 2010. Disponível em: <https://www.vercompalavras.com.br/definicoes>. Acesso em: 05 abr. 2018.

VISUAL MERCHANDISING NA PRÁTICA. Redação. **Marketing sensorial**: usando os cinco sentidos a favor da venda. 17/10/2015. Disponível em: <http://www.visualmerchandisingnapratica.com/single-post/2015/10/17/Marketing-Sensorial-Usando-os-cinco-sentidos-a-favor-da-venda>. Acesso em: 10 maio 2018.

VYGOTSKY, L.S. Obras Escogidas, Tomo V – **Fundamentos de defectología**. Madrid. Tradução: Adjuto de Eudes Fabri. Visor, 1997.

# A Matemática inclusiva nas escolas públicas municipais de Nova Hartz/RS

Claudete Fischer da Silva<sup>1</sup> | Sílvio Luiz Martins Britto<sup>2</sup>

---

## Resumo

A inclusão escolar é uma realidade que vem modificando e transformando o quadro estrutural em todas as escolas do país, tanto no que diz respeito aos espaços físicos e acessibilidade quanto à adequação curricular. Observando o trabalho desenvolvido na área da inclusão escolar na disciplina de Matemática, no município de Nova Hartz/RS, realizou-se uma investigação sobre o desenvolvimento do processo de inclusão dos alunos com necessidades especiais e sua evolução ao longo dos anos. Para verificar as ações pedagógicas praticadas nas Escolas Municipais de Ensino Fundamental e relatar os resultados obtidos com o trabalho desenvolvido com esses alunos, organizaram-se entrevistas com os principais responsáveis pelo processo de inclusão nessa rede de ensino: professores responsáveis pelas salas de AEEs (Atendimento Educacional Especializado); professores de Matemática regentes de turmas que atendem a alunos de inclusão nas suas classes regulares; coordenadora e psicopedagoga do NAE (Núcleo de Atendimento Especializado). Pode-se concluir que a caminhada com a inclusão escolar nas Escolas Municipais de Nova Hartz/RS, assumida com responsabilidade e comprometimento pelo poder público e por profissionais da área, mostra resultados significativos que podem servir de referência a outros municípios.

**Palavras-chave:** Inclusão escolar. Núcleo de Atendimento Especializado. Ensino da Matemática.

## Abstract

*School inclusion is a reality that has been modifying and transforming the structural framework in every school around the country, both on physical space and accessibility as well as curriculum adequacy. Observing the work developed in the area of school inclusion in the mathematics subject, in Nova Hartz/RS, an investigation was conducted on the development of the process of inclusion of students with special needs and its evolution over the years. In order to verify pedagogical actions practiced in the municipal elementary schools and to report the results obtained with the work developed with these students, interviews were carried out with the main responsible for the process of inclusion in this teaching network: teachers responsible for the classrooms of SES (Specialized Educational Service); mathematics teachers who conduct classes with students of inclusion on their regular classes; coordinator and psychopedagogue of SSC (Specialized Service Center). It can be concluded that the journey with school inclusion in the elementary schools in Nova Hartz/RS, assumed with responsibility and commitment by*

---

<sup>1</sup> Graduada em Matemática pelas Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Email: claudete\_fischer@hotmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Ensino de Ciências e Matemática pela Universidade Luterana do Brasil – ULBRA/Canoas/RS. Pós-doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências e Matemática – PPGEICIM – da Universidade Luterana do Brasil – ULBRA/Canoas/RS. Membro do Grupo de Pesquisas sobre Formação de Professores de Matemática – GPFPMat. Professor do curso de Licenciatura em Matemática das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. E-mail: silviobritto@faccat.br.

*the public power and professionals in the area, shows significant results that might serve as reference for other cities.*

**Keywords:** *School inclusion. Specialized Service Center. Mathematics Teaching.*

## 1 Introdução

No Brasil, ao longo dos anos, o processo de inclusão escolar dos alunos com necessidades educativas especiais no ensino regular passou por modificações em suas leis e formas de atuação. Essas mudanças têm por objetivo fazer com que o direito pleno à educação seja efetivamente cumprido, conforme estabelece a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (BRASIL, 1996), que assegura o direito dos alunos aos sistemas de ensino, professores para atendimento especializado, capacitação para os professores regulares e educação para o trabalho, buscando a integração social dos alunos portadores de NEs (Necessidades Especiais).

Sabe-se que adequações são necessárias para que haja sucesso nesse movimento relativo à educação inclusiva, potencializando o desenvolvimento e favorecendo a integração do aluno na sociedade. Cada instituição de ensino necessita de uma proposta pedagógica significativa na tentativa de diminuir os mecanismos de exclusão.

Sendo um tema bastante abordado no ensino regular, a Educação Inclusiva, com destacados avanços nesse meio, pressupõe mudanças que já vêm acontecendo a partir de práticas docentes significativas. Na Matemática, essa forma de fazer com que o aluno construa seu próprio conhecimento exige do profissional de educação, além de muita motivação, planejamento e utilização de recursos didáticos e pedagógicos diferenciados para que a aprendizagem seja relevante ao aluno e que ele consiga prosperar e avançar em sua vida estudantil.

Buscando analisar a história da inclusão e o trabalho desenvolvido no campo da Matemática inclusiva pelos profissionais de educação junto aos alunos que necessitam de atendimento educacional especializado no município de Nova Hartz/RS, foi proposta, nesta pesquisa, uma entrevista sobre a formação dos profissionais da educação, atividades didáticas e lúdicas aplicadas no ensino matemático, bem como avanços e dificuldades encontradas para se trabalhar a inclusão. Os participantes são os professores responsáveis pelas salas de AEEs (Atendimento Educacional Especializado), os professores de Matemática regentes de turmas que atendem a alunos de inclusão e a Coordenadora e a Psicopedagoga do NAE (Núcleo de Atendimento Especializado). Objetiva-se, assim, investigar neste estudo todo o processo de acolhimento e atendimento de alunos especiais, não somente nas salas de AEEs, como também nas classes regulares e nos atendimentos específicos realizados no NAE.

A análise dos dados coletados destaca a opinião dos profissionais entrevistados por meio de questionário e entrevista gravada. A intenção é que as informações reveladas possam servir de indicadores, evidenciando como é importante, hoje, com os índices crescentes de inclusão escolar, tratar o tema com um olhar mais criterioso. Só assim será possível desenvolver uma educação de qualidade, que possa contribuir, significativamente, na formação desses estudantes, baseada e amparada pelas leis.

## 2 O processo da história da inclusão no Brasil

O aluno de inclusão, como sujeito social, beneficia-se das inúmeras mediações que caracterizam as relações sociais e interpessoais estabelecidas no espaço escolar. Amparados por leis que regem a educação especial, a esses alunos é garantido um espaço cada dia mais significativo tanto no meio escolar, quanto familiar e social, conforme consta nos documentos (BRASIL, 2010, p. 7):

O Brasil se destaca nos últimos anos pelos avanços relacionados à efetivação do direito de todos à educação, estabelecido pela Constituição Federal de 1988 e fundamentado no paradigma da inclusão, nos direitos humanos e na articulação entre o direito à igualdade e à diferença os quais abriram caminhos para a transformação dos sistemas educacionais inclusivos. A concepção de educação inclusiva que orienta as políticas educacionais e os atuais marcos normativos e legais rompe com uma trajetória de exclusão e segregação das pessoas com deficiência, alterando as práticas educacionais para garantir a igualdade de acesso e permanência na escola, por meio da matrícula dos alunos público alvo da educação especial nas classes comuns de ensino regular e da disponibilização do atendimento educacional especializado. O Estado brasileiro assume o compromisso de assegurar um sistema educacional inclusivo em todos os níveis. Para tanto, deve garantir que as pessoas com deficiência não sejam excluídas do sistema geral de ensino e realizar medidas que efetivem o pleno acesso à educação em ambientes que maximizem seu desenvolvimento acadêmico e social.

Os atendimentos às pessoas com deficiência iniciaram na época do Império, quando instituições especializadas em atendimentos começaram a ser criadas. Isso porque, antes disso, a escola era privilégio de poucos. Foi a partir do processo de democratização da escola que se passou a tratar o tema inclusão com mais ênfase, de acordo com os Marcos Político-Legais da Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva (BRASIL, 2010, p. 10):

A escola historicamente se caracterizou pela visão da educação que delimita a escolarização como privilégio de um grupo, uma exclusão que foi legitimada nas políticas e práticas educacionais reprodutoras da ordem social. A partir do processo de democratização da escola, evidencia-se o paradoxo inclusão/exclusão quando os sistemas de ensino universalizam o acesso escolar. A partir da visão dos direitos humanos e do conceito de cidadania fundamentado no reconhecimento das diferenças e na participação dos sujeitos, decorre uma identificação dos mecanismos e processos de hierarquização que operam na regulação e produção das desigualdades.

A escola inclusiva proporciona uma mudança social, pois a convivência com as diferenças faz com que se adquira o respeito necessário para que haja êxito no processo de inclusão. Dessa forma, integram-se escola, família e alunos, proporcionando ao aluno incluso melhores condições sociais.

Observa-se que, no processo de inclusão escolar, muitas conquistas já podem ser contabilizadas, mas vale salientar que, para que esse processo siga em desen-

volvimento, muitas mudanças ainda devem ocorrer, principalmente na forma de se pensar a inclusão. Acerca disso, Beyer (2005, p. 9) afirma que:

O caminho é, ainda, extenso, muito precisa ser feito em termos de processo de conscientização na comunidade escolar e também na sociedade. É importante, nesse sentido, uma ação planejada de conscientização da comunidade escolar e da sociedade em geral.

Novos avanços no sistema educacional com ideias e práticas pedagógicas e sociais que respeitem as diferenças são possíveis. E é a partir do respeito à igualdade de direitos da pessoa com deficiência que se conseguirá um desenvolvimento social mais efetivo que acolha a todos, integrando e fornecendo condições igualitárias para o exercício da cidadania.

## 2.1 A inclusão escolar

A organização das políticas de atendimento nas escolas deve contemplar uma educação interdisciplinar, tornando-se uma política de educação inclusiva que acabe com a exclusão. Isso significa que “A escola deve estar organizada com políticas educacionais que contemplem a atuação interdisciplinar, rompendo com a exclusão, com a fragmentação dos saberes e com a lógica do especialismo que conduzia as práticas do encaminhamento” (BRASIL, 2006, p.22), entendendo o aluno como um todo.

A escola, perante sua história, está em contínua evolução. Ela se volta para a realidade pessoal e social, levando em consideração o tempo e o espaço. É preciso compreender que o educandário se modifica, e esse processo complexo evolutivo torna-se necessário para que ele se adapte, principalmente, ao que diz respeito à inclusão escolar.

A inclusão deve ser vista como um enriquecimento em sala de aula e não como um obstáculo a um padrão único estabelecido, devendo-se priorizar a valorização à diferença e não homogeneizar a educação. Nesse propósito de valorização das diferenças, todo um conjunto de medidas políticas inclusivas deve ser adotado para que a operacionalização nas escolas surta resultados positivos no âmbito da educação especial.

## 2.2 Atendimento Educacional Especializado

O Atendimento Educacional Especializado (AEE), no âmbito da Política Nacional da Educação Especial na perspectiva da Educação Inclusiva, é um trabalho que organiza e produz recursos pedagógicos com a intenção de promover a inclusão. A educação é um direito de todos. Dessa forma, nos AEEs, a missão é incluir, de acordo com Santarosa, Conforto e Vieira (2014, p. 51):

A educação é uma das formas de participação social. Isso significa que todo cidadão em idade escolar deve ter acesso a ela, independente das condições socioeconômicas, de cor, de raça, de preferências sexuais, de credo e de ser ou não uma pessoa com deficiência. A escola então deve se adaptar a todas as diferenças existentes entre seus alunos e qualificar-se para atendê-los em suas necessidades. Incluir permite que a pessoa com deficiência participe interagindo com o contexto do qual faz parte. É possibilitar-lhe o crescimento, o desenvolvimento. A inclusão, muito mais do que simples atendimento, representa o combate à separação, à exclusão.

O Atendimento Educacional Especializado é um direito adquirido por lei. Assim, a família pode cobrar o seu cumprimento. O Estatuto da Pessoa com Deficiência (2008, p. 25), acerca disso, atesta que:

**Parágrafo único:** Fica assegurado à família ou ao representante legal do aluno com deficiência o direito de opção pela frequência às classes comuns da rede comum de ensino, assim como ao atendimento educacional especializado.

Para que essa lei seja cumprida, torna-se necessária toda uma preparação no ambiente escolar, principalmente a capacitação continuada dos profissionais de educação que trabalharão com Atendimento Educacional Especializado. Esse atendimento deve respeitar as diferenças individuais, mas, também, deve promover a construção do conhecimento através do trabalho coletivo.

É importante definir a sistemática de trabalho entre o professor do ensino regular e o professor especialista em educação especial. Auxiliado pelo profissional em educação especial, o professor regular tem um apoio, facilitando, assim, a realização do seu trabalho docente.

### 2.3 Práticas inclusivas no campo da Matemática

Para que ocorra a aprendizagem do aluno, deve haver todo um planejamento que facilite a compreensão do conteúdo. De acordo com Gauthier:

A função pedagógica de gestão da matéria remete a todos os enunciados relativos ao planejamento, ao ensino e à avaliação de uma aula ou de parte de uma aula. Ela engloba o conjunto das operações de que o mestre lança mão para levar os alunos a aprenderem o conteúdo (GAUTHIER, 2006, p.196-197).

Essas práticas pedagógicas facilitam a aprendizagem do aluno, e a ordem estabelecida torna-se essencial para o sucesso nesse processo. O teórico afirma também que “A gestão da classe consiste num conjunto de regras e de disposições necessárias para criar e manter um ambiente ordenado favorável tanto ao ensino quanto à aprendizagem” (GAUTHIER, 2006, p.240).

É importante que o regente da classe tenha um domínio de sua turma e também um planejamento adequado à realidade desse grupo. Além disso, é fundamental que siga o cronograma estabelecido, a fim de favorecer a aprendizagem e o ren-

dimento escolar da turma. A aprendizagem matemática não foge desses preceitos. Segundo Lara (2011, p. 14):

É possível, através do ensino da matemática, regular os atos, desempenhos e comportamentos dos/as alunos/as, individualizando-os e submetendo-os de uma determinada forma e, até mesmo, estabelecer o que é normal e anormal dentro desse conhecimento, através de um conjunto de normas que permitem comparar, medir e hierarquizar.

De acordo com o comportamento nos jogos e atividades matemáticas, torna-se possível avaliar e trabalhar individualmente as dificuldades e potencialidades de cada aluno, estabelecendo critérios na prática docente. As regras e os desafios permitem avaliar o aluno no grande grupo e, também, por exemplo, em uma disputa de um jogo matemático, quando é possível estimulá-lo no seu crescimento individual, ajudando-o a construir suas próprias estratégias, desenvolvendo, assim, sua autonomia.

O ensino da Matemática desenvolve o raciocínio lógico, a criatividade e a capacidade de resolver situações-problema. Dessa forma, os jogos tornam as aulas de Matemática mais atrativas e divertidas. Lara (2011, p. 30) argumenta ainda que “[...] não podemos mais fechar nossos olhos à realidade de que temos de inovar e oportunizar aos/às alunos/as a se interessarem pelo jogo, reconhecendo suas dificuldades e detectando suas falhas”.

Mudando a rotina na sala de aula com o jogo e/ou utilizando-o nas salas de AEEs, consegue-se despertar o conhecimento matemático e a linguagem. Para Groenwald e Timm (2002, s/p):

A aprendizagem através de jogos, como dominó, palavras cruzadas, memória e outros, permite que o aluno faça da aprendizagem um processo interessante e até divertido. Para isso, eles devem ser usados ocasionalmente para sanar as lacunas que se produzem na atividade escolar diária. Nesse sentido verificamos que há três aspectos que por si só justificam a incorporação do jogo nas aulas. São estes: o caráter lúdico, o desenvolvimento de técnicas intelectuais e a formação de relações sociais.

A matemática inclusiva ganha, com a utilização de jogos, um aliado no processo de ensino e aprendizagem. Dessa maneira, o aluno amplia seu poder de raciocínio lógico e seu desenvolvimento motor, linguístico e social.

### **3 Metodologia**

Este estudo tem o objetivo de identificar e analisar as práticas inclusivas e os avanços alcançados no campo da Matemática da Educação Infantil ao nono ano do Ensino Fundamental, nas Escolas Públicas Municipais no município de Nova Hartz/RS. Para isso, as abordagens tiveram aspectos quali/quantitativos. Na parte qualitativa, são descritas e analisadas as informações referentes ao tema abordado. Já no que se refere aos aspectos quantitativos, são apresentadas e analisadas tabelas, gráficos e quadros a partir dos dados obtidos durante o processo de investigação.

Os sujeitos da pesquisa foram a Coordenadora e a Psicopedagoga do NAE/ Nova Hartz e os sete profissionais de educação das salas de AEEs das diferentes escolas dessa rede de ensino, sendo que seis concordaram em participar da pesquisa. Também foram entrevistados seis professores regulares, que atendem a esses alunos de inclusão, totalizando, assim, quatorze profissionais de educação.

Em relação aos instrumentos de pesquisa, buscou-se coletar dados por meio de questionários e entrevistas. A pesquisa aplicada com os docentes foi constituída de perguntas pré-elaboradas que destacavam as experiências vivenciadas com esses alunos. Igualmente com a Coordenadora do NAE, as questões nortearam o trabalho desenvolvido nesse núcleo de ensino, no que se refere aos dados da inclusão nesse município. Os resultados alcançados ao longo dos anos foram obtidos com a Psicopedagoga responsável pelos atendimentos dos alunos inclusos na rede municipal de Nova Hartz/RS, através de entrevista gravada.

Para que houvesse a preservação da identidade dos participantes da pesquisa, não foram citados nomes dos entrevistados. Os professores das salas de AEEs foram identificados como professor 1, 2, 3, 4, 5 e 6. Já os professores de Matemática regentes de turma foram identificados como professor A, B, C, D, E e F.

#### **4 Análise dos dados coletados com a Coordenadora do Núcleo Educacional Especializado – NAE**

A fim de investigar como é o processo de inclusão no município de Nova Hartz/RS, entrevistou-se a coordenadora do NAE, núcleo onde são atendidas as crianças com necessidades educativas especiais matriculadas na rede de ensino pública municipal, nas suas diversas necessidades de inclusão. Investigaram-se as percepções desse Núcleo em relação aos trabalhos desenvolvidos nessa rede regular de ensino, bem como as estratégias utilizadas para melhor trabalhar com esses alunos que necessitam de atendimento. Além das informações obtidas, teve-se acesso à lista geral de atendimentos do NAE nos anos de 2017 e 2018, conforme quadro a seguir:

**Quadro 1 - Diagnóstico dos casos atendidos no NAE/2017-2018**

<b>Resumo de diagnóstico</b>	<b>Número de casos</b>
Dificuldade de aprendizagem	42
Dificuldade de aprendizagem e na fala	6
Dificuldade na fala	22
Problemas emocionais	13
Problemas comportamentais	12
Retardo mental e Síndrome de Microdeleção	1
Deficiência Intelectual	3

*(Continua)*



Resumo de diagnóstico	Número de casos
Atraso no desenvolvimento psicomotor	14
Retardo mental leve	3
Síndrome de Down	3
Traços autistas (Síndrome de Asperger)	3
Déficit de atenção	1
Deficiência auditiva	2
Dislexia	1
Atraso no desenvolvimento psicomotor	1
TDAH	6
Hidrocefalia	1
Baixa visão	2
Síndrome de Seckel	1
Total de casos	136

Fonte: A pesquisa (2018).

No quadro dos diagnósticos, pode-se notar a variedade e o grande número de casos atendidos pelo NAE, no município. Toda essa demanda tem atendimento que é amparado pela própria Lei Municipal, quando a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2016) determina:

**Art. 2º** O Núcleo de Atendimento Especializado – NAE - visa garantir atendimentos nas áreas da Saúde e Educação aos alunos da Educação Infantil e Ensino Fundamental da Rede Municipal de Nova Hartz, que estejam com dificuldades em seu percurso de escolarização.

Não somente os alunos das escolas municipais de Ensino Fundamental, mas também as crianças da Educação Infantil se beneficiam do atendimento especializado quando necessário. A tabela a seguir demonstra o número de alunos atendidos pelas duas psicopedagogas, três psicólogas, a terapeuta ocupacional e a fonoaudióloga do município, que trabalham no NAE semanalmente.

**Tabela 1 - Atendimentos dos profissionais do NAE**

Profissional	Número de alunos atendidos
Psicopedagogas	65
Psicólogas	44
Fonoaudióloga	36
Terapeuta Ocupacional	22
Total	167 casos atendidos

Fonte: A pesquisa (2018).

Nos atendimentos realizados no NAE, é avaliada a necessidade de cada aluno. Na necessidade de incluir, para que ocorra o sucesso na evolução educacional de cada aluno, é oferecido, conforme declara a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2016), na Lei de Criação do NAE, Lei Ordinária nº 2039/2016, de 17 de outubro de 2016:

II- Atendimento Educacional Especializado, dispondo de recursos multifuncionais, pedagógicos e clínicos necessários no processo de aprendizagem dos alunos incluídos no processo comum, a fim de complementar ou suplementar a formação dos mesmos garantindo o direito à educação de qualidade.

Sabe-se que a inclusão é um processo complexo. Isso porque exige todo um preparo no acolhimento e na avaliação adequada de cada aluno, investigando suas particularidades e necessidade que justificam uma atenção diferenciada.

De acordo com os dados coletados com a coordenadora, pode-se perceber que os trabalhos realizados nesse município são significativos. Isso porque se conta com o apoio do poder público e com uma caminhada que vem sendo construída ao longo dos anos através dos avanços alcançados na área da inclusão, trazendo boas perspectivas para o futuro dos alunos com necessidades especiais.

O desafio apontado pela coordenadora do NAE, no processo de socialização desses estudantes, é o mesmo destacado pelos professores regentes de turmas entrevistados. A preocupação com a socialização é o que mais desafia esse trabalho de inclusão, porque, segundo a coordenadora, *“Um dos principais desafios está relacionado aos professores que precisam incluir este aluno com os colegas, com as atividades propostas e com o aprendizado”*.

## **5 Análise da entrevista gravada com a psicopedagoga do NAE das Escolas Públicas Municipais de Nova Hartz/RS**

A entrevista gravada com a psicopedagoga do município evidencia os relatos revelados pelos outros entrevistados da pesquisa. Isso porque a profissional elogia os avanços alcançados nos casos incluídos no NAE, envolvendo escola, alunos e famílias. Além disso, destaca o desejo de mais espaços significativos de inclusão, como

oficinas e contraturno, por exemplo.

Questionou-se a entrevistada também quanto às Leis Municipais que amparam e fazem jus à obrigatoriedade de todos os alunos, com algum tipo de necessidade especial, receberem o direito à educação. De acordo com a psicopedagoga:

Em primeiro lugar, nós nos amparamos na Constituição Federal de 1988, que já diz que a educação é para todos. Então, se ela é para todos, não temos o que discutir. A escola é que precisa se adaptar e tentar ser um espaço mais saudável possível para essas crianças. E também tem a lei brasileira de inclusão ou o Estatuto da Pessoa com Deficiência, que coloca o papel da educação como fundamental e que a criança frequente a escola regular. Isso é o que mais nos ampara. E as nossas Leis Municipais, tanto a lei de criação do NAE como a lei do Conselho Municipal de Educação, que norteiam o atendimento educacional especializado, se amparam nessas leis maiores, que citei anteriormente.

Como já referido anteriormente, com base na Constituição Federal, o município cria suas próprias Leis para organizar o trabalho de inclusão. Entre essas, destaca-se a lei investigada pela pesquisadora, a Lei Municipal de Criação do Aluno Nota Dez da inclusão, N.º 2086, de 31 maio de 2017, Artigo 3º, na qual a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2017) decreta:

Art. 3º. Serão homenageados 2 (dois) alunos de cada escola e 4 (quatro) alunos do PMEI (Programa Municipal de Educação Inclusiva).

Parágrafo único. Os alunos do PMEI (Programa Municipal de Educação Inclusiva) serão selecionados e indicados pelo NAE (Núcleo de Atendimento Especializado).

Esses alunos selecionados são homenageados, anualmente, na Câmara de Vereadores, em uma sessão solene.

### Imagens 1 e 2 - Entrega de medalhas para os Alunos Nota 10 da Inclusão



Fonte: Acervo da Prefeitura Municipal de Nova Hartz/RS.

## 6 Análise dos dados coletados com os professores das salas de Atendimento Educacional Especializado – AEE

Os profissionais que atuam nas salas de Atendimento Educacional Especializado (AEE) possuem formação superior e atuam na área da educação há mais de 15 anos. Essa experiência na educação favorece o trabalho com esse público especial. Com o passar dos anos, as situações vivenciadas com o trabalho diário na área agregaram uma bagagem importante de conhecimento e de capacitação para que os atendimentos fossem ainda mais significativos e alcançassem melhores resultados.

Perguntou-se aos participantes acerca dos cursos de formação realizados para um melhor preparo para o atendimento desses alunos especiais. A tabela a seguir relata os cursos realizados pelos profissionais entrevistados.

**Tabela 2 - Cursos de formação especializados na área da inclusão**

Professor	Cursos de formação
Professor 1	Pós-graduação em Educação Especial; Libras; Braille; Atendimento Educacional Especializado na Universidade Federal de Santa Maria.
Professor 2	Recursos humanos para sala de AEE (400h); outros dois cursos sobre inclusão escolar (80h e 40h).
Professor 3	Capacitação/Inclusão sala AEE; Pós-graduação em Psicopedagogia.
Professor 4	Atendimento Educacional Especializado na Universidade Federal de Santa Maria.
Professor 5	Educação Especial (400h); Estimulação Precoce; AEE atuação na Sala de Recursos Multifuncional.
Professor 6	Especialização para atendimento do público da sala de AEE; Formações do município e reuniões do NAE.

Fonte: A pesquisa (2018).

Os dados apresentados na tabela 2 apontam que todos os profissionais das salas de AEEs possuem formação especializada na área da inclusão. Essas formações e cursos de capacitação realizados por esses docentes representam todo o diferencial nos atendimentos aos alunos nas salas de recursos. Assim, os professores aprendem a atuar com maior responsabilidade e a resolver situações conflitantes de acordo com seus conceitos e preparo. Na Resolução CME/CE, nº 02/2014, aprovada em 24 de setembro de 2014, no artigo 2, a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2014) destaca:

Art. 2º Na Perspectiva da Educação Inclusiva, o Atendimento Educacional Especializado – AEE orienta para a transversalidade da educação especial na escola regular, com o atendimento educacional especializado, a continuidade da escolarização, a formação dos professores, a participação da família e da comunidade, a acessibilidade e a articulação intersetorial na implementação de políticas públicas. (CRIAÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO. Resolução CME/CE nº 02/2014 aprovada em 24 de setembro de 2014).

Portanto, o trabalho deve ser conjunto. A lei garante o Atendimento Educacional Especializado, bem como a formação dos profissionais envolvidos, visando à escolarização e à socialização dos alunos e, para isso, a formação docente é fundamental.

Além de uma boa formação docente, o desenvolvimento de um currículo adaptado que contemple as reais necessidades e valorize e potencialize as capacidades torna-se essencial. O currículo adaptado é um plano de estudo que deve envolver os conhecimentos escolares, os procedimentos pedagógicos, as relações sociais, os valores da escola e as identidades de cada aluno. O professor é o protagonista no desenvolvimento e elabora esse currículo junto aos profissionais das salas de AEE, de acordo com a capacidade e o processo evolutivo do aluno com NE.

**Quadro 2 - Práticas inclusivas e recursos didáticos utilizados no processo de aprendizagem matemática**

Profissional sala de AEE	Jogos pedagógicos e atividades lúdicas	Material concreto	Tecnologia	Planejamento
Professor 1	Jogos industrializados e confeccionados com os alunos; material de contagem e simulações; quebra-cabeças...	Cédulas; material dourado...	Softwares educativos que estimulam o raciocínio lógico matemático.	Voltado para a realidade de cada aluno.
Professor 2	Jogos de: pareamento, termo a termo, seriação, classificação, associação, sequência, organização de tamanhos, cores e formas, sobreposição de figuras e imagens; quebra-cabeças; memória; dominó...	Livros; números EVA; palitos de picolés; prendedores de roupas; massa de modelar; dobradura; recorte; colagem; pintura...	Softwares; CDs educativos; músicas.	De acordo com o cotidiano e a realidade do aluno.
Professor 3	Jogos educativos e brincadeiras no processo de ensino da Matemática.	Materiais concretos, utilizados em duplas.	Softwares educativos.	De acordo com a realidade de cada aluno.
Professor 4	Jogos de formas, tamanhos, organização; quebra-cabeças...	Contagem; calendário...	Softwares educativos.	Individualizado.
Professor 5	Jogos lógicos diversos; bingo; quebra-cabeças...	Material dourado; ábaco; blocos lógicos; Tangram...	Softwares.	Voltado para o cotidiano e a realidade de cada aluno.

*(Continua)*

Profissional sala de AEE	Jogos pedagógicos e atividades lúdicas	Material concreto	Tecnologia	Planejamento
Professor 6	Jogos de algarismos, quantidades e tamanhos; dominó; boliche; quebra-cabeças...	Tabelas; material dourado; de contagem; conjuntos para reconhecimento de sinais (+ e -); dados; cédulas; calendário...	Computador: desafios...	Pertinentes ao nível de aprendizagem de cada educando, sendo flexível e variável.

Fonte: A pesquisa (2018).

De acordo com o quadro, confirma-se que as diversas atividades realizadas são possíveis de serem trabalhadas com os alunos. Os materiais didáticos e lúdicos e a infraestrutura, necessários para a concretização do AEE, são amparados no Artigo 7º do Conselho Municipal de Educação, da Prefeitura de Nova Hartz (2014):

Art. 7º O Projeto Pedagógico da escola deve institucionalizar a oferta do AEE, prevendo na sua organização:

I – salas de recursos multifuncionais: espaço físico, mobiliário, materiais didáticos, recursos pedagógicos e de acessibilidade e equipamentos específicos. (CRIAÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO. Resolução CME/CE nº 02/2014, 24 de setembro de 2014).

Seguem dois registros fotográficos do trabalho realizado nas salas de AEE no município, individualmente e em grupo:

### Imagens 3 e 4 - Imagens dos alunos com deficiência atendidos nas escolas e no NAE do município.



Fonte: Acervo da Prefeitura Municipal de Nova Hartz/RS.

Esses atendimentos diferenciados realizados pelos professores dessas salas agregam aspectos positivos ao desenvolvimento do aluno com NE. Assim, ele se sente mais acolhido no ambiente escolar e motivado a aprender.

## 7 Análise dos dados coletados com os professores de Matemática que atendem alunos de inclusão

Os profissionais de Matemática que atendem alunos de inclusão são todos formados na área, sendo que três, de um total de seis docentes, têm especialização. Todos eles trabalham há mais de 11 anos como professores no município.

Perguntou-se aos entrevistados o número de alunos com NEs que cada um possui em suas turmas regulares. Os resultados obtidos constam na tabela a seguir:

**Tabela 3 - Alunos com NE atendidos nas salas regulares**

Professor	Alunos com NE
Professor A	6
Professor B	7
Professor C	30
Professor D	2
Professor E	3
Professor F	3
TOTAL	51 ALUNOS

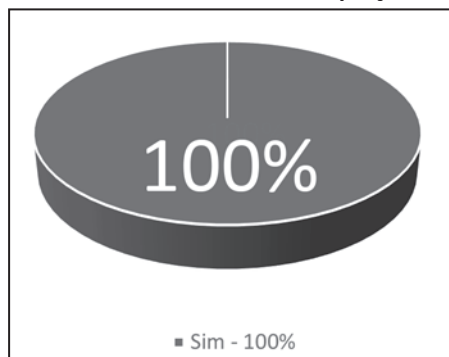
Fonte: A pesquisa (2018).

A demanda de alunos atendidos nas salas de aulas do ensino regular é alta. Torna-se necessário, assim, os docentes estarem preparados para contribuir efetivamente na aprendizagem dos estudantes com NE. O número elevado de educandos atendidos pelo professor C é resultado de seu trabalho com a Oficina de Xadrez e outras atividades que englobam todos os alunos da sua escola. No Artigo 13, a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2014) regulamenta:

Art. 13 Devem ser oferecidos programas de formação e de aperfeiçoamento continuado aos docentes que atuam em classes comuns e que atendem alunos com necessidades educacionais especiais. (CRIAÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO. Resolução CME/CE nº 02/2014, de 24 de setembro de 2014).

Diante disso, os professores informaram se a escola fornece auxílio no que se refere ao processo de adaptação desses alunos com NEs no ambiente da sala de aula. As respostas estão registradas no gráfico que segue.

**Gráfico 1 - Auxílio da escola aos professores regulares de Matemática na adaptação dos alunos com NE**



Fonte: A pesquisa (2018).

O gráfico anterior aponta que todos os professores regentes de Matemática entrevistados afirmam receber orientações dos profissionais das salas de AEEs de como trabalhar com esses alunos que apresentam maiores dificuldades. Igualmente argumentam que os profissionais das salas AEEs auxiliam no planejamento das atividades, conforme afirma o Professor D:

[...] No início do ano, foi disponibilizado um período para que os professores, juntamente com a professora da sala AEE, pudessem estar a par da ACI do aluno, fazendo as alterações necessárias. Ao longo do trimestre, são recolhidas as atividades desses alunos para a montagem do portfólio que auxilia no acompanhamento das atividades realizadas por parte dos professores e profissionais da sala AEE. Dessa forma, acredito que a escola fornece o auxílio dentro das condições disponibilizadas pela SMED.

salas AEEs, auxiliam nos planejamentos das atividades, conforme afirmam o Professor D: \_\_\_\_\_

O diálogo do professor de AEE com o professor de Matemática e o apoio da escola agrega um diferencial no desempenho futuro do discente. A instituição escolar deve incluir e integrar, no ensino regular, os alunos com necessidades educacionais especiais nas turmas, facilitando o relacionamento desses educandos com o grande grupo. É fundamental sempre pensar em cumprir o papel de formar cidadãos capazes de conviver e contribuir com sua comunidade local.

Na sequência, os professores avaliaram os desafios a serem enfrentados quando se trata de inclusão nas escolas, pois se sabe que incluir não é uma tarefa fácil. Trata-se de desafios diários, e o professor precisa estar preparado para enfrentá-los. Diante disso, sugeriu-se aos professores que apontassem os desafios presentes na inclusão desses alunos em uma turma regular. O quadro a seguir apresenta o relato dos professores em relação a esse questionamento.



### Quadro 3 - Desafios da inclusão em sala de aula

Professor	Descrição dos desafios
Professor A	Esse receio deles é um desafio, é uma minoria da turma que exige muita atenção do professor.
Professor B	O principal desafio é o pouco tempo que temos para dedicarmos a aprendizagem diferenciada a esse aluno.
Professor C	A diversidade de situações e problemas enfrentados pelo baixo conhecimento dos professores frente à dificuldade ou necessidade especial de cada aluno.
Professor D	Criação de estratégias para trabalhar a matemática de forma significativa com todos os alunos, não apenas com os alunos de inclusão.
Professor E	Em uma turma com 30 alunos, muitas vezes eles acabam não fazendo perguntas, ficando acomodados e algumas vezes não dando o retorno esperado.
Professor F	Incluí-los nas atividades, pois possuem níveis diferentes. É possível incluí-los em atividades que envolvam arte e geometria e em projetos científicos.

Fonte: A pesquisa (2018).

Os dados obtidos apontam que os desafios são muitos, como tempo para o atendimento individual em classe e falta de conhecimento sobre as reais dificuldades e necessidades desses alunos, pois alguns não possuem laudo, o que dificulta, para o professor, a adaptação de sua metodologia de ensino. Pode-se constatar certa inquietude dos docentes na busca de atividades diferenciadas. Eles objetivam, com isso, inserir esses alunos no processo de ensino e aprendizagem, além de promover a socialização deles com os demais colegas.

Na etapa seguinte, em relação ao processo de inclusão, sugeriu-se aos professores que avaliassem o trabalho desenvolvido no município.

### Gráfico 2 - Avaliação do processo de inclusão no município



Fonte: A pesquisa (2018).

Segundo o gráfico, a opinião dos seis professores é bastante positiva, pois eles apontam, em sua maioria, que estão satisfeitos com o trabalho realizado no município, em se tratando de inclusão. Alguns professores afirmam que deve ser investido mais em capacitação, porém, de modo geral, elogiam os esforços realizados nas salas de AEEs. Esse fato fica evidenciado no registro de um dos professores da área, quando escreve:

O trabalho do município com NEs é muito bom. Pois temos na escola uma professora para área e uma para o currículo (fora da sala de aula), que atendem aos alunos e principalmente assessoram os professores. O trabalho delas é fundamental. Além disso, temos o NAE. Os alunos possuem atendimento de fonoaudióloga, psicóloga, psicopedagoga. Acredito que nossos alunos do atendimento educacional especializado estão muito bem assessorados.

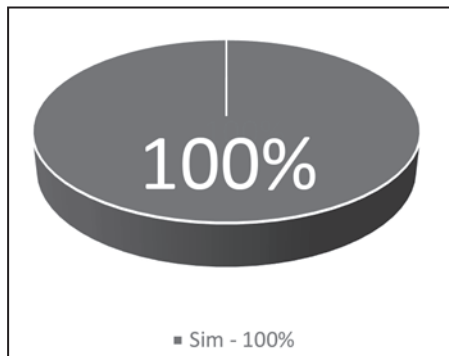
Essa afirmação positiva de avaliação do processo de inclusão vem ao encontro do que estabelece a Prefeitura Municipal de Nova Hartz (2014): Conselho Municipal de Educação:

A educação inclusiva é antes de tudo uma questão de direitos humanos [...]. A educação especial, tanto quanto a educação regular, tem caminhado historicamente no sentido de garantir o seu papel no processo de transformação da sociedade.

O processo de inclusão escolar é lento, mas avanços significativos vêm sendo observados por toda comunidade escolar. Tudo colabora para um futuro com melhores resultados no campo da educação especial.

Dando sequência à investigação e tratando, de forma específica, da disciplina de Matemática, perguntou-se aos envolvidos na pesquisa se acreditam que o trabalho desenvolvido nessa área do conhecimento prepara melhor esses alunos para a convivência social, contribuindo para que adquiram mais independência e autonomia.

**Gráfico 3 - A Matemática prepara para a convivência social**



Fonte: A pesquisa (2018).

Pelo gráfico, observa-se que 100% dos participantes destacam que, além de estarem cientes das suas responsabilidades na preparação de seus alunos para que haja uma inserção desses na sociedade, acreditam também que o trabalho desenvolvido em sala de aula, no campo da Matemática, é muito significativo. Isso porque auxilia para que os alunos com NEs tornem-se adultos capazes, independentes e preparados, para que, de alguma forma, possam vir a contribuir no meio em que vivem.

Finalizando a análise das entrevistas realizadas para este estudo, convém destacar o desejo de inclusão de todos os entrevistados, evidenciado, também, na fala da psicopedagoga entrevistada que diz ser imprescindível “contar cada vez mais com recursos para incluir mais do que integrar, que consigam internalizar a aceitação desses alunos.”. O compromisso de todos os envolvidos nesse processo é jamais pensar em igualar, mas, sim, em respeitar cada um em sua diferença.

## **8 Considerações finais**

A educação especial é uma área específica de conhecimento, que vem sofrendo modificações nas propostas pedagógicas das escolas em todo o país. É um processo lento, mas progressivo, que procura incluir de forma efetiva alunos com dificuldades e/ou necessidades especiais em classes regulares de ensino e no meio social em que vivem.

De acordo com a análise dos dados levantados durante a pesquisa, percebe-se que as salas de recursos, onde são realizados os atendimentos especializados nas escolas, contam com profissionais especializados no atendimento, diversos materiais didáticos e lúdicos, bem como recursos tecnológicos para atender aos alunos junto as suas dificuldades de aprendizagem, no campo da Matemática e em outras áreas do conhecimento. Além disso, profissionais especializados auxiliam, constantemente, na elaboração dos planejamentos e adaptações curriculares dos alunos especiais, colaborando na inclusão desses estudantes nas classes regulares, servindo de apoio aos professores das turmas que atendem esses casos de inclusão.

Segundo a atual psicopedagoga, no cargo desde 2012, a passos lentos, mas concisos, o município se preocupa com a inclusão e tem promovido ações para que ela ocorra com efetividade. Assim, o trabalho proposto vem prosperando, mas ainda é preciso superar muitos tabus e preconceitos. Porém, enfatiza que há todo um acolhimento do aluno, visando atender às suas necessidades. Hoje, o desafio é poder contar com mais recursos para incluir ainda mais, respeitando cada um na sua diferença.

Diante disso, pode-se concluir que os avanços alcançados na área da inclusão escolar nas Escolas Municipais de Nova Hartz são notórios e significativos se comparados com outros municípios, onde essa caminhada ainda não evoluiu ou ainda se encontra em fase de discussão. No entanto, muito se pode fazer ainda para que, no futuro, essa “rede de apoio” possa alterar a vida dos sujeitos envolvidos.

É preciso sempre pensar em novas possibilidades e refletir ainda mais quanto à necessidade de mudanças e apoio diferenciado a esses alunos. Buscando a sintonia entre os diferentes profissionais, a inclusão escolar passará a acontecer na prática e

novas possibilidades garantirão um futuro mais promissor aos alunos especiais.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional** / - Lei nº 9.394/96, de 20 de dezembro de 1996. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9394.htm)> Acesso em: 20 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. **Educação inclusiva**: O Município. Brasília: MEC, Secretaria de Educação Especial, v. 2, 2006.

\_\_\_\_\_. **Marcos Político-Legais da Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva**. Brasília: Secretaria de Educação Especial, 2010.

BEYER, H. O. **Inclusão e avaliação na escola de alunos com necessidades educacionais especiais**. Porto Alegre: Mediação, 2005.

ESTATUTO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA. **Projeto de Lei do Senado Federal** – PLS n.º 7.699/2006. Brasília/DF, 2008.

GAUTHIER, Clermont *et al.* **Por uma teoria da pedagogia**: pesquisas contemporâneas sobre o saber docente. Ijuí: Unijuí, 2006.

GROENWALD, C. L.O.; TIMM, U. T. **Utilizando curiosidades e jogos matemáticos em sala de aula**. 2002. Disponível em: <http://www.somatematica.com.br>. Acesso em: maio 2018.

LARA, Isabel Cristina Machado de. **Jogando com a Matemática do 6º ao 9º Ano**. São Paulo: Rêspel, 2011.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA HARTZ. **Lei Municipal N.º2086, 31 de maio de 2017**. Altera o Art 3º da Lei Municipal nº 992/2003 que Cria a premiação “Aluno Nota Dez” para estudantes do Ensino Fundamental e Médio nas redes de ensino do Município de Nova Hartz, e dá outras providências. Nova Hartz, RS, 31 maio 2017. Disponível em: <<http://www.camaranovahartz.rs.gov.br/camara/proposicao/Lei-ordinaria/2017/2/0/2696>>. Acesso em: 14 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei de Criação do Nae, **Lei Ordinária nº 2039/2016, 17 de outubro de 2016**. Institui e disciplina o Núcleo de Atendimento Especializado - NAE, no Município de Nova Hartz, e dá outras providências. Nova Hartz, RS, 17 out. 2016. Disponível em: <<http://www.camaranovahartz.rs.gov.br/camara/proposicao/Lei-ordinaria/2016/1/0/393>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. Resolução CME/CE nº 02/2014. **Criação do Conselho Municipal de Educação**, 24 de setembro de 2014.

RATIER, Rodrigo; PERES, Paula; ALVES, Ariane. Inclusão, o maior desafio. **Nova Escola**. 01 maio 2015. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/1693/inclusao-o-maior-desafio>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

SANTAROSA, Lucila Maria Costi; CONFORTO, Débora; VIEIRA, Maristela Compagnoni. **Tecnologia e Acessibilidade**: passos em direção à inclusão escolar e sociodigital. Porto Alegre: Evangraf, 2014.

SILVA, Aline Maiara da. **Educação especial e Inclusão Escolar**: História e Fundamentos. Curitiba: InterSaber, 2012.

# Aplicação da NBC TG 28 (R4) – propriedade para investimento no contexto das NBCs (Normas Brasileiras de Contabilidade)

Michele Pâmela Galle Martins<sup>1</sup> | Oscar Luiz da Silveira Scherer<sup>2</sup>

---

## Resumo

O objetivo das Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 28 (R4) -Propriedade para Investimento é o de estabelecer o tratamento contábil de propriedades para investimento e respectivas exigências de divulgação. O objetivo deste artigo foi verificar se as empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS possuem propriedades para investimento e se aplicam as normas contidas na NBC TG 28 (R4) - Propriedade para Investimento. Foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa, por meio da aplicação de um questionário contendo perguntas abertas e fechadas, respondidas pelos contadores das empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS. Foi possível verificar que as Normas Contábeis são relevantes para uma empresa ter seu balanço organizado e suas demonstrações contábeis bem elaboradas, com valores reais e transparentes no mundo todo, por meio da convergência às Normas Internacionais, com a facilidade de analisar a situação de uma empresa para possíveis tomadas de decisões.

**Palavras-chave:** Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4). Propriedade para Investimento. Demonstrações Contábeis.

## Abstract

*The purpose of the Brazilian Accounting Standards NBC TG 28 (R4) – Investment Property is to establish the accounting treatment of investment properties and its respective disclosure requirements. The aim of this article was to verify if the footwear companies from Igrejinha and Três Coroas/RS have investment properties and if the rules contained in NBC TG 28 (R4) –Investment Property are applied. A descriptive and exploratory research with qualitative and quantitative approach was performed through a questionnaire with open and closed questions, answered by the accountants of the footwear companies from Igrejinha and Três Coroas/RS. It was possible to verify that the accounting standards are relevant for a company to have its balance sheet well organized and its accounting statements well prepared, with real and transparent values worldwide, through convergence to the international standards, with the ease of analyzing the situation of a company on decisions making.*

**Keywords:** Brazilian Accounting Standard NBC TG 28 (R4). Investment Property. Accounting Statements.

---

<sup>1</sup> Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Curso de Ciências Contábeis. E-mail: michelinha\_galle@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Orientador do trabalho. E-mail: scherer.oscar@gmail.com

## 1 Introdução

De acordo com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC, 2009), recentemente foram adotadas normas internacionais por empresas brasileiras, provocando alterações significativas nas práticas contábeis. Os pronunciamentos do CPC trouxeram mudanças importantes após a Lei de Sociedades por Ações, a Lei nº 6.404/76, a qual marcou uma nova fase da contabilidade brasileira na época.

Em 2007, foi instituída a Lei 11.638/07, que alterou a Lei 6.404/76, visando adequar as demonstrações contábeis brasileiras aos padrões internacionais. No período de 1976 a 2007, não havia ocorrido mudanças relevantes, contudo, com essas alterações, houve grandes mudanças na estrutura contábil, o que gerou alterações nas demonstrações contábeis das empresas. Essa lei concentrou-se em desenvolver uma convergência às normas internacionais, trazendo mais comparabilidade e transparência às demonstrações contábeis de empresas, elaboradas nos diversos países.

Várias normas foram editadas pelo CFC, a partir de documentos emitidos pelo CPC, que convergem para as normas do IASB (International Accounting Standards Board). Entre elas está a Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4), elaborada a partir do *International Accounting Standards 40 (IAS 40) – Investment Property (IASB)*, utilizada neste estudo.

Essa Norma dispõe sobre o reconhecimento, a mensuração, a divulgação e o tratamento conceitual da propriedade para investimento. A Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4) conceitua a Propriedade para Investimento como um ativo mantido para obtenção de renda ou valorização, sendo permitida a escolha do método de mensuração, que pode ser o método de custo ou o valor justo (NBC TG 28 (R4), 2017).

O grande crescimento nos negócios internacionais, inclusive no Brasil, trouxe a necessidade de convergência das Normas Contábeis Brasileiras aos critérios internacionais, trazendo mais transparência às demonstrações contábeis das empresas de nosso país.

Diante do exposto, o enunciado do problema de pesquisa é: as empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS possuem Propriedade para Investimento e aplicam a Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento?

O tema deste artigo é de grande importância para a classe contábil, tendo em vista as grandes alterações ocorridas nas Normas Brasileiras de Contabilidade, trazendo a necessidade, para os profissionais da área, de aprofundar-se no estudo das mudanças.

Nesse sentido, foi realizada uma pesquisa com o objetivo geral de verificar se as empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS possuem propriedades para investimento. Além disso, contou com os seguintes objetivos específicos: a) verificar a existência de propriedades para investimento; b) verificar a importância dada nas empresas quanto à aplicação da NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento.

O texto está assim estruturado: na primeira seção, é encontrada a introdução; na segunda, apresenta-se a fundamentação teórica, abordando a Contabilidade, suas normas e considerações sobre o Comitê de Pronunciamentos Contábeis, NBC TG 28 (R4) – Propriedades para Investimento, seguidas de explicações sobre

Alcance e Definições, Reconhecimento, Mensuração, Método do Valor Justo, Incapacidade de determinar confiavelmente o valor justo e Método do Custo, Transferência, Alienação e Divulgação. Por fim, apresenta-se a metodologia, a apresentação, discussão e análise dos dados e as considerações finais, seguidas das referências.

## 2 Fundamentação teórica

### 2.1 Contabilidade Societária

Em 1976, foi implementada a Lei nº 6.404, que normatizou os procedimentos contábeis das Sociedades Anônimas, marcando uma nova fase da Contabilidade Brasileira, pelo fato de legitimar as normas contábeis, ocasionando grandes inovações na forma de efetuar demonstrações contábeis e no seu conteúdo e princípios contábeis (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2010).

Durante os anos de 1976 até 2007, não houve grandes alterações contábeis na Legislação Brasileira. “Em 28 de dezembro de 2007 foi sancionada a Lei nº 11.638, que modificou a Lei das Sociedades por Ações de nº 6.404/76, principalmente em suas disposições de natureza contábil” (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2010, p. 5). Então, para aperfeiçoamento da Lei nº 11.638/07, entrou em vigor a Medida Provisória nº 449/08, mais tarde transformada na Lei nº 11.941/09, a qual trouxe grandes alterações na estrutura das demonstrações contábeis.

A convergência das normas brasileiras às normas internacionais já tem seus benefícios conhecidos por muitos. Diante disso, Braga e Almeida (2008) ressaltam que a Lei nº 11.638/07, ao possibilitar essa convergência internacional, permite um custo reduzido e uma taxa de risco menor para o acesso das empresas brasileiras a capitais externos.

A Lei nº 11.638 entrou em vigor no primeiro dia de 2008, com a emissão de normatizações por parte dos órgãos próprios, sendo de início pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), as quais deveriam ser, em seguida, aprovadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Banco Central do Brasil (BACEN), Conselho Federal de Contabilidade (CFC), Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) e demais órgãos reguladores, de forma que as regras fossem semelhantes nos diversos setores (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2010).

### 2.2 Normas Internacionais de Contabilidade

O Conselho de Normas Internacionais de Contabilidade (IASB), sediado em Londres, iniciou suas operações em 2001, substituindo o IASC. O IASB está comprometido com o desenvolvimento unificado de normas contábeis globais de alta qualidade, informações transparentes e comparáveis em demonstrações financeiras para fins gerais em diversos países (IFRS, 2008).

As IFRS são normas internacionais emitidas pelo IASB, e um dos seus princípios objetivos é que seja elaborado um conjunto de normas contábeis desenvolvido internacionalmente, que traga transparência e comparabilidade na elaboração de Demonstrações Contábeis. Além disso, deve atender ao público interessado nessas



demonstrações, seja ele de investidores, administradores, analistas, pesquisadores, seja de quaisquer outros usuários de todo mundo (IFRS, 2008).

Na busca desse objetivo, o IASB coopera com os órgãos contábeis nacionais para obter a convergência nas normas contábeis em todo mundo. O IASB é selecionado, supervisionado e financiado pela *Fundação Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade (IASB)* (NORMAS INTERNACIONAIS DE RELATÓRIO FINANCEIRO - IFRSs, 2008).

As Normas Internacionais são de extrema importância para se chegar à harmonização contábil, pois, analisando o seu conteúdo, verifica-se que elas fornecem um processo de uniformidade, uma vez que, em cada norma nova, deve ser acrescentada a uniformidade para seguir a harmonização (MADEIRA; SILVA; ALMEIDA, 2004)

A Harmonização Contábil é um procedimento de acordo entre vários países em busca de realizar alterações em seus sistemas e normas, a fim de se tornarem compatíveis, respeitando as particularidades e as características de cada região. Esse procedimento parte da identificação de linhas gerais no marco conceitual e na teoria da contabilidade dos países que firmam suas normas contábeis. Nesse processo, a economia é influenciada por meio das normas, pelo fato de haver unicidade de mercados (MADEIRA; SILVA; ALMEIDA, 2004).

Antunes *et al.* (2012) consideram que, de todas as mudanças na adoção das Normas Internacionais de Contabilidade, a mais importante se dá no contexto cultural, já que a Contabilidade Brasileira está muito mais focada na interpretação dos pronunciamentos do CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis, do que apenas na aplicação de regras.

Para Iudícibus *et al.* (2010), as principais características e consequências das Normas Internacionais de Contabilidade consistem mais em princípios do que em regras. São alicerçadas na prevalência da essência sobre a forma, ou seja, antes de qualquer procedimento, o profissional contábil deve estar muito bem instruído sobre a operação a ser contabilizada. Além de suas circunstâncias, passam a ser mais importantes os conceitos de controle e de obtenção de benefícios do que a propriedade jurídica para registro de ativo, passivo, receitas e despesas, observando-se que a contabilidade passa a ser não só do contador, mas de toda a empresa.

### 2.3 Normas Brasileiras de Contabilidade

As novas Normas Brasileiras de Contabilidade, que incorporam os pronunciamentos contábeis emitidos pelos CPCs, foram editadas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) por meio da resolução CFC nº 1.374/11, em 8 de dezembro de 2011, a qual dá nova redação à NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro.

As demonstrações contábeis elaboradas dentro do que prescreve essa estrutura conceitual têm o objetivo de fornecer informações muito úteis para a tomada de decisões dos usuários envolvidos, sem o propósito de atender a alguma necessidade específica por parte de um dos usuários de determinado grupo (CFC, 2011).

Demonstrações contábeis desenvolvidas com a finalidade de atender a necessidades específicas de determinados grupos de entidades satisfazem algumas carências que os usuários possuem em comum, visto que a maioria deles utiliza essas demonstrações para tomada de decisões, conforme a seguir:

- (a) decidir quando comprar, manter ou vender instrumentos patrimoniais;
- (b) avaliar a administração da entidade quanto à responsabilidade que lhe tenha sido conferida e quanto à qualidade de seu desempenho e de sua prestação de contas;
- (c) avaliar a capacidade de a entidade pagar seus empregados e proporcionar-lhes outros benefícios;
- (d) avaliar a segurança quanto à recuperação dos recursos financeiros emprestados à entidade;
- (e) determinar políticas tributárias;
- (f) determinar a distribuição de lucros e dividendos;
- (g) elaborar e usar estatísticas da renda nacional; ou
- (h) regulamentar as atividades das entidades (CFC, 2011).

As demonstrações contábeis são muito relevantes para tomadas de decisões dentro e fora das empresas. Elas têm o objetivo de avaliar a situação da empresa em todos os seus aspectos econômicos, podendo analisar as decisões tomadas pelos administradores na empresa e detectar os pontos fortes e fracos do processo operacional da companhia. Assim, verifica-se que a Contabilidade é um instrumento fundamental para auxiliar a Administração, pois sua finalidade é «estudar e controlar o patrimônio, para fornecer informações sobre sua composição e variações, bem como sobre os resultados econômicos decorrentes da gestão da riqueza patrimonial” (FRANCO, 1992, p. 20).

#### 2.4 Comitê de Pronunciamentos Contábeis

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade (2011), o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC foi criado pela Resolução CFC nº 1.055/05, a partir da união de esforços e concordância de objetivos de algumas entidades parceiras, sendo elas apresentadas no Quadro 1:

**Quadro 1: Entidades representadas no CPC**

<b>Siglas</b>	<b>Descrição</b>
ABRASCA	Associação Brasileira das Companhias Abertas
APIMEC	Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais
BM&FBOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes do Brasil
FIPECAFI	Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras.

Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Essa unificação de esforços e comunhão de objetivos das entidades aconteceu em razão de cumprir a necessidade de:

- Convergência internacional das Normas Contábeis (redução de custo de elaboração de relatórios contábeis, redução de riscos e custo nas análises e decisões, redução de custo de capital);
- Centralização na emissão de normas dessa natureza;
- Representação e processos democráticos na produção dessas informações, envolvendo os elaboradores da informação contábil, os auditores, os usuários, as academias, os agentes de intermediação e o governo (NBC TG 28 (R4), 2017).

Com a convergência das Normas Brasileiras às Normas Internacionais, é possível obter comparabilidade e transparência das demonstrações contábeis de empresas de diversos países, com maior facilidade na análise e no entendimento dessas.

Conforme o Conselho Federal de Contabilidade (2011), essas entidades têm como objetivo estudar, preparar e emitir os pronunciamentos técnicos, suas interpretações e orientações sobre o andamento dos processos de contabilidade societária, visando unificar o processo de produção, considerando sempre a convergência das Normas Brasileiras aos padrões internacionais.

O CPC 00 – Pronunciamento Conceitual Básico - relata a estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório Contábil-Financeiro, foi criado no ano de 1989, a partir do IASB e, após esse período, teve sua revisão em 02 de dezembro de 2011, passando a ser conhecido como CPC 00 - Pronunciamento Conceitual Básico/ Resolução 1 (R1) – (Estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro). As demonstrações contábeis são elaboradas e apresentadas a usuários externos em geral, podendo verificar finalidades e necessidades diversas. Governos, órgãos reguladores ou autoridades tributárias podem determinar exigências a fim de atender aos seus próprios interesses. Então, se as demonstrações contábeis forem elaboradas conforme essa estrutura conceitual, não haverá problemas com exigências específicas (CPC 00 (R1), 2011).

Além disso, segundo o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – Pronunciamento Conceitual Básico (R1) (2011), caso as demonstrações contábeis forem elaboradas como prescreve essa estrutura conceitual, os usuários terão informações úteis para tomadas de decisões econômicas, avaliadas por usuários em geral, tanto externos como internos, não havendo a necessidade de atender a alguma finalidade específica de determinados grupos de usuários.

## 2.5 NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento

O Pronunciamento Técnico CPC 28 foi normatizado pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) por meio da Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28. (NBC TG 28 (R4), 2017).

A Coordenadoria Técnica do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) torna pública a aprovação do Pronunciamento Técnico CPC 28 – Propriedade para

Investimento, através das disposições da Resolução CFC nº. 1.055/05 e suas alterações posteriores. Esse pronunciamento foi realizado a partir do IAS 40 – *Investment Property* (IASB), no julgamento do Comitê, no entanto as demonstrações contábeis estarão em conformidade com as Normas Internacionais de Contabilidade, documento editado pelo IASB. (CPC 28, 2009).

“O objetivo desta norma é estabelecer o tratamento contábil de propriedades para investimento e respectivos requisitos de divulgação” (NBC TG 28 (R4), 2017).

### 2.5.1 Alcance e definições

A NBC TG 28 (R4) (2017) afirma que a norma deve ser aplicada no reconhecimento, na mensuração e na divulgação de propriedade para investimento. Essa norma se aplica à mensuração nas demonstrações contábeis de arrendatário de propriedades para investimento.

Essa norma trata de: a) classificação de arrendamento financeiro e arrendamento operacional; b) reconhecimento de lucros resultantes de arrendamento de propriedades para investimento; c) mensuração nas demonstrações contábeis do arrendatário; d) mensuração nas demonstrações contábeis do arrendador; contabilização das vendas e retroarrendamento e a divulgação de arrendamentos financeiro e operacional. Contudo, essa norma não se aplica a ativos biológicos com atividade agrícola, pois esse caso tem uma NBC TG específica. Também não se aplica a direitos sobre reservas minerais, sendo elas: petróleo, gás natural, carvão mineral e recursos não renováveis (NBC TG 28 (R4), 2017).

No Quadro 2, consta o significado dos seguintes termos:

**Quadro 2: Conceitos de Termos**

Termo	Descrição	Fonte
Valor contábil	É o montante pelo qual um ativo está registrado na contabilidade.	Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 28 (R4) (2017).
Custo	É o montante de caixa ou equivalentes de caixa pago, ou o valor justo de um trabalho necessário para a produção de bens ou serviços, ou para adquirir um ativo no momento da aquisição.	Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 28 (R4) (2017).
Valor Justo	É “o preço que seria recebido pela venda de um ativo ou que seria pago pela transferência de um passivo em uma transação não forçada entre participantes do mercado na data da mensuração”.	Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 46 (R2) (2017).

(Continua)

<b>Termo</b>	<b>Descrição</b>	<b>Fonte</b>
Propriedade para Investimento	É um imóvel terreno ou edifício, ou parte de ambos, protegido pelo proprietário ou arrendatário, a fim de obter rendas ou para valorização do capital. Não pode ser na produção ou ainda fornecimento de bens e serviços, para finalidades administrativas ou para venda no curso ordinário do negócio. A propriedade para investimento é contabilizada no balanço, classificada no Ativo Não Circulante, subgrupo Investimentos.	Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 28 (R4) (2017).
Propriedade para Investimento	Deverá ser, obrigatoriamente, um imóvel (terreno ou edifício ou parte de um edifício ou ambos), e deverá ser mantido para obter rendas de aluguel ou valorização de capital, ou ambas.	Iudícibus et al. (2010).
Propriedade ocupada pelo proprietário	Propriedade ocupada pelo proprietário é uma propriedade mantida pelo arrendatário para uso na produção ou fornecimentos de bens e serviços ou ainda para atividades administrativas.	Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 28 (R4) (2017).

Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Alguns exemplos de propriedades para investimento são: terrenos utilizados para valorização de capital em longo prazo; terrenos utilizados para um futuro uso corrente indeterminado (desde que não sejam para venda em curto prazo, que não sejam ocupados pelo proprietário, sendo assim considerados para valorização de capital); um edifício o qual deve ser propriedade da própria entidade, que seja arrendado por um ou mais arrendamentos operacionais; um edifício desocupado, mas que seja arrendado por um ou mais arrendamentos operacionais; e ainda uma propriedade que está sendo desenvolvida para o uso futuro como propriedade para investimento (NBC TG 28 (R4), 2017).

Seguem também alguns exemplos que estão fora do alcance dessa norma, que não são propriedades para investimento: propriedades desenvolvidas para venda no decurso ordinário das atividades, ou adquiridas exclusivamente para alienação e revenda futura; propriedades em desenvolvimento ou construção por terceiros; propriedades mantidas para qualquer tipo de uso do proprietário, ou ainda ocupadas por empregados, mesmo que paguem ou não aluguéis e taxas de mercado; propriedades sob arrendamento financeiro, arrendadas para outra entidade. Esses exemplos não se enquadram na NBC TG 28 (R4), por se tratar de outras normas específicas para cada caso (NBC TG 28 (R4), 2017).

### 2.5.2 Reconhecimento

Conforme relatado na NBC TG 28 (R4) - Propriedade para Investimento (2017),

a propriedade para investimento apenas será reconhecida como um ativo quando houver possibilidade de ter benefícios futuros para a entidade e quando o custo for confiavelmente mensurado.

No momento do reconhecimento do valor contábil de propriedade para investimento, os custos com reparos e manutenções não devem ser considerados parte do valor contábil e devem ser reconhecidos diretamente na DRE (Demonstração de Resultados do Exercício) (NBC TG 28 (R4), 2017).

Segundo a NBC TG 28 (R4) - Propriedade para Investimento (2017), pode haver partes de propriedades para investimentos adquiridas por substituição de alguma peça original. Nesse caso, a entidade deve reconhecer no valor contábil de propriedade para investimento o custo da parte de substituição, no momento em que o custo é incorrido, caso forem cumpridos os critérios de reconhecimento.

### 2.5.3 Mensuração

O reconhecimento inicial de propriedade para investimento deve ser feito pelo seu valor de custo, necessitando ser incluídos os custos de transações. O valor do custo é o valor pago à vista, no entanto, se o pagamento da propriedade para investimento for a prazo, a diferença do valor pago deverá ser reconhecida como despesa financeira no período do crédito (NBC TG 28 (R4), 2017).

Segundo a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), o valor de custo de uma propriedade para investimento não é aumentado por custos iniciais de atividades (*start-up*). A exceção são os casos em que forem essenciais para funcionar conforme pretendido pela administração, em que há perdas operacionais antes da propriedade para investimento ter sido ocupada, e, ainda, quando os recursos foram consumidos durante a construção ou desenvolvimento da entidade.

No momento da mensuração, a entidade deve observar se os processos utilizados seguem o Pronunciamento CPC 46 (mensuração do valor justo) e verificar se os critérios utilizados para calcular o preço de venda são os mesmos utilizados pelos participantes do mercado (SOUZA, 2016).

Conforme trata a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), no momento em que a entidade realiza o reconhecimento inicial da propriedade para investimento através do valor justo, todas as restantes propriedades para investimento devem ser obrigatoriamente mensuradas pelo valor justo. Já no caso de arrendamento operacional mantido por arrendatário, o método do valor justo deixa de ser opcional e deve ser aplicado. Se houver ganho ou perda na alteração do método de valor justo na mensuração, esse valor deve ser reconhecido no resultado do período.

Segundo a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), uma ou mais entidades podem ser adquiridas através de troca de um ativo ou ativos não monetários (destinados para venda ou para utilização para a prestação de serviços). Nesse caso, o custo da propriedade para investimento que foi adquirido através de troca deve ser mensurado pelo valor justo, a não ser que o procedimento de troca necessite de substância comercial, ou o valor justo do ativo recebido e do ativo ce-

dido não sejam confiavelmente mensuráveis. Se o valor do ativo não for mensurado pelo valor justo, o custo deve ser mensurado pelo valor contábil do ativo cedido.

No momento da escolha de sua política contábil no reconhecimento inicial, a entidade deve escolher o Método de Custo ou o Método do Valor Justo. Sendo assim, pode haver mudanças na política contábil apenas nos casos em que houver apresentação mais adequada das operações, devendo sempre observar os critérios estabelecidos pelo CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro (SOUZA, 2016).

#### *2.5.4 Método do Valor Justo, incapacidade de determinar confiavelmente o valor justo e Método do Custo.*

Segundo a NBC TG 46 (R2) – Mensuração do Valor Justo (2017), a definição de valor justo é: “o preço que seria recebido pela venda de um ativo ou que seria pago pela transferência de um passivo em uma transação não forçada entre participantes do mercado na data da mensuração”. O valor justo não se trata de critério definido pela entidade, mas sim de uma mensuração baseada no mercado atual.

Conforme a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), quando se tem ganho ou perda proveniente de alguma alteração no método utilizado do valor justo da propriedade para investimento, essa diferença deve ser reconhecida no resultado do período em que ocorreu. No momento em que a entidade, em seu reconhecimento inicial, optar pelo método do valor justo, ela deverá mensurar todas as suas propriedades para investimento pelo valor justo, a não ser nos casos excepcionais em que não se pode mensurar confiavelmente o valor justo da propriedade em base contínua. Isso ocorre quando o mercado de propriedades comparáveis está inativo, ou seja, quando há poucas transações recentes, ou quando os preços cotados não são atuais, ou, ainda, quando não há disponíveis alternativas de mensuração do valor justo confiável. Por exemplo, se uma propriedade para investimento estiver em construção e não existir a possibilidade de mensurar o valor justo confiavelmente, a propriedade em construção deve ser mensurada ao custo. Além disso, é preciso esperar o momento em que a construção for concluída para poder mensurar pelo seu valor justo confiável.

A entidade que optar pelo método do custo após o reconhecimento inicial deve mensurar todas as propriedades para investimento para esse método, conforme os requisitos da NBC TG 27 (R4) - Ativo Imobilizado, a não ser as propriedades que atendem aos critérios de classificação mantidas para venda que, neste caso, deverão ser escrituradas de acordo com a NBC TG 31 (R4) - Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada. (NBC TG 28 (R4), 2017).

#### *2.5.5 Transferência, alienação e divulgação*

A transferência deve ser efetuada quando: a) houver alteração de uso em uma propriedade para investimento nos casos em que for utilizada para uso do proprietário, pois ela deixa de ser propriedade para investimento e deve ser transferida

para o estoque; b) no momento em que for transferido para estoque, no início de um desenvolvimento de projeto de venda, ou vice-versa, quando a propriedade deixa de ser ocupada pelo proprietário e passa a ser transferida para propriedade para investimento; c) ou ainda quando acontecer o início de arrendamento operacional para outra entidade. Assim acontecerá a transferência de estoques para propriedade para investimento (NBC TG 28 (R4), 2017).

Conforme a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), quando um imóvel que estava sendo utilizado pelo proprietário é transferido para propriedade para investimento e é escriturado pelo valor justo, deve-se aplicar a NBC TG 27 (R4) (Ativo Imobilizado) até o momento em que for registrada a alteração de uso. Assim, se houver qualquer diferença do valor contábil do imóvel e o seu valor justo, essa diferença deve ser reconhecida na data no resultado do exercício.

A NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017) estabelece que, quando houver alienação, ou quando não houver mais aproveitamento e ainda não existir mais a possibilidade de ter benefícios econômicos futuros de uma propriedade para investimento, essa deverá ser retirada ou extinta das demonstrações contábeis da entidade.

A alienação de propriedade para investimento ocorre pela venda ou pelo arrendamento da propriedade. Nesse caso, a entidade deverá acompanhar os critérios do CPC 30 – Receitas para Reconhecimento da Receita da Venda de bens, e o CPC 06 – Operações de Arrendamento Mercantil na ocasião em que tiver alienação pelo arrendamento financeiro (SOUZA, 2016).

### *2.5.6 Divulgação: Método do Valor Justo e Método do Custo*

Na divulgação, a entidade que possuir, no seu balanço patrimonial, uma propriedade para investimento deve publicar se na escrituração aplica o Método do Custo ou o Método do Valor Justo. Se a entidade aplicar o Método do Valor Justo, deve divulgar as circunstâncias e os interesses para a classificação e contabilização de propriedade para investimento nesse método. Quando não for possível ou tiver dificuldade na classificação da propriedade, a entidade deve relatar quais foram os critérios utilizados para alcançar a distinção (SOUZA, 2016).

Segundo a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017), a entidade deve divulgar a extensão do Valor Justo da propriedade para investimento, ou seja, a extensão da mensuração e divulgação do Valor Justo, baseado em avaliação por avaliador independente, que tenha qualificação profissional. Caso não exista avaliação, o acontecimento deve ser divulgado.

No caso em que for utilizado o Método do Valor Justo, a entidade deverá divulgar a conciliação dos valores contábeis da propriedade para investimento entre o início e fim do período. É necessário que apresente as adições decorrentes de aquisições, os ativos detidos para venda ou incluídos para alienação. Os classificados como detidos para venda deverão seguir o disposto da NBC TG 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada e outras alienações. Devem ser divulgados, também, ganhos ou perdas provenientes de ajustes do valor justo,



diferenças cambiais líquidas decorrentes da conversão de outra moeda com a moeda utilizada nas demonstrações contábeis, as transferências de e para o estoque, propriedades utilizadas pelo proprietário, e outras alterações, se houver (NBC TG 28 (R4), 2017).

Conforme a NBC TG 28 (R4) – Propriedades para Investimento (2017), as entidades que adotarem o método de custo para mensuração das propriedades para investimento deverão divulgar: os métodos de depreciação; as vidas úteis; as taxas de depreciação utilizadas; o valor contábil bruto e a depreciação acumulada entre o início e o fim do período. No entanto, a entidade ainda deverá divulgar a conciliação dos valores contábeis da propriedade para investimento, entre o início e o fim do período, a qual demonstre as adições resultantes de aquisições, divulgadas separadamente das adições resultantes de dispêndios que foram reconhecidos, subsequentemente, no valor contábil do Ativo e as adições resultantes de aquisições de intermédio de combinação de negócios.

A NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento (2017) também relata que deverão ser divulgados os ativos detidos para venda ou incluídos para alienação, classificados como detidos para venda, os quais deverão seguir o disposto da NBC TG 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada e outras alienações; as depreciações; as quantias de perdas reconhecidas e revertidas por *impairment* durante o período, conforme relata a NBC TG 01; as diferenças cambiais líquidas decorrentes da conversão de outra moeda com a moeda utilizada nas demonstrações contábeis; as transferências de e para o estoque; as propriedades utilizadas pelo proprietário e outras alterações, se houver. E, ainda, a entidade deve divulgar a descrição da propriedade, realizando uma explanação que explique a razão pelo qual o Valor Justo não pode ser mensurado confiavelmente.

### 3 Metodologia

A pesquisa foi realizada por meio de um levantamento com perguntas respondidas nos questionários, caracterizando-se como uma técnica de pesquisa de levantamento de dados por meio de pesquisa qualitativa e quantitativa, descrevendo os aspectos característicos das empresas estudadas em relação à Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4).

De acordo com Oliveira (2001), as abordagens qualitativas e quantitativas são diferentes métodos por sua sistemática, e o método a ser adotado é determinado através da natureza do problema do estudo.

#### 3.1 Meios utilizados na pesquisa

A coleta de dados foi realizada no período de 10 de junho a 30 de junho de 2018, por meio da aplicação de um questionário estruturado, com perguntas abertas e fechadas, contendo questões sobre a Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento, respondidas por contadores das empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS.

### 3.2 Métodos utilizados na pesquisa

As perguntas do questionário aplicado aos contadores tiveram como objetivos específicos verificar se as empresas possuem Propriedades para Investimento; se consideram as normas contidas na NBC TG 28 (R4) e também verificar a importância dada à aplicação da Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 (R4) – Propriedades para Investimento.

Houve um contato telefônico com os contadores das empresas, solicitando autorização para a realização da pesquisa, a qual foi enviada por e-mail. Foi uma pesquisa sigilosa, ou seja, sem expor os nomes das empresas. Os respondentes dos questionários assinaram o TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, que estabeleceu seus direitos fundamentais enquanto participantes da pesquisa.

A análise dos dados foi realizada a partir das respostas individuais dos questionários.

### 3.3 Análise de Dados

Após serem enviados os questionários contendo perguntas abertas e fechadas, os contadores das empresas tiveram um prazo de 20 dias para retornar o e-mail com o questionário respondido e o TCLE devidamente preenchido.

Na sequência, foi elaborada a análise e interpretação dos dados e respostas obtidas a partir dos questionários, momento em que foi feita uma triangulação entre as respostas dos questionários aplicados com as normas contidas na NBC TG 28 (R4).

## 4 Apresentação, discussão e análise dos dados

Nesta etapa do trabalho, apresenta-se a análise dos dados dos itens referentes aos questionários aplicados.

Os questionários foram enviados para contadores de 45 empresas das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS, porém apenas 14 retornaram o questionário respondido. Contudo, a maioria mencionou que é um assunto importante e relevante, porém não corriqueiro, o que os deixou com certa insegurança em responder, justificando o reduzido número de questionários respondidos.

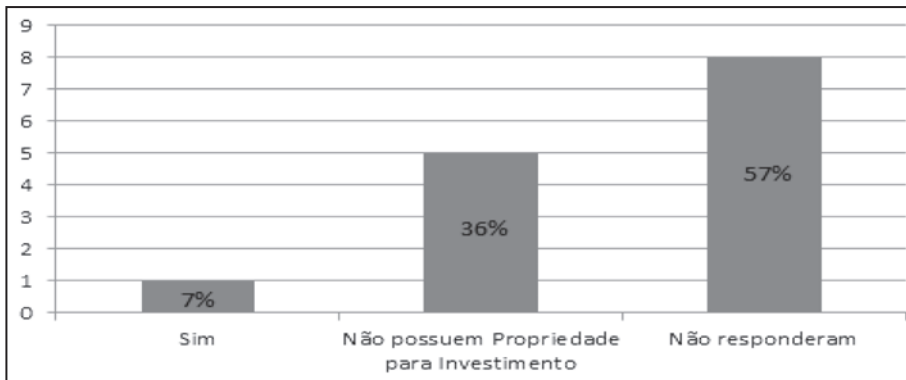
Os respondentes pediram para que não fossem divulgados os nomes, sendo eles de seis (6) empresas de Igrejinha e de oito (8) empresas de Três Coroas.

**Pergunta 1:** As empresas possuem Propriedades para Investimento?

Verificou-se que a maioria das empresas não possui nenhum tipo de propriedade para investimento (86%), correspondente a doze empresas. Apenas 14% delas (duas empresas) possuem algum tipo de propriedade para investimento.

**Pergunta 2:** Caso a empresa possua Propriedades para Investimento, são observadas as normas da NBC TG 28 (R4) para contabilização?

**Gráfico 1 - Observância das Normas da NBC TG 28 (R4)**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

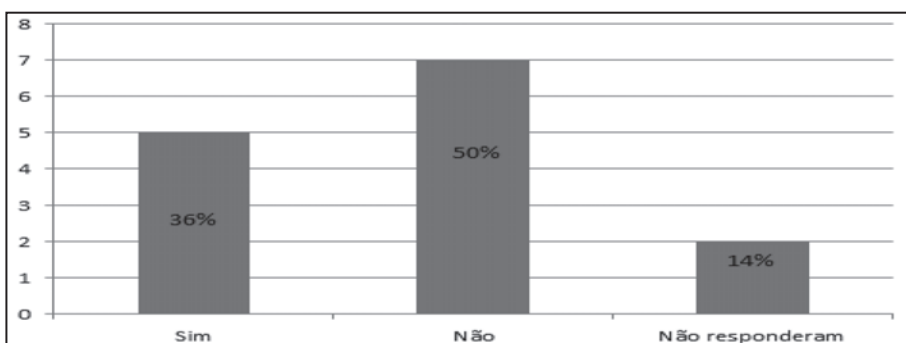
Conforme demonstrado no gráfico 1, verificou-se que uma das duas empresas, correspondente a 7%, observa e segue as normas da NBC TG 28.

Pergunta 3: Há conhecimento na empresa da Norma Brasileira de Contabilidade NBC TG 28 - Propriedade para Investimento?

Das empresas pesquisadas, em onze empresas, o que corresponde a 79%, há conhecimento da NBC TG 28. Em três empresas, que representam 21%, não há conhecimento da NBC TG em estudo.

Pergunta 4: As demonstrações contábeis são apresentadas com notas explicativas, visando contemplar as NBC TG, em especial a NBC TG 28 (R4) – Propriedade para Investimento?

**Gráfico 2 - Apresentação de Notas Explicativas**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Segundo o gráfico 2, verifica-se que, em 36% das empresas, as demonstrações contábeis são acompanhadas de notas explicativas. Em 50%, não há notas explicativas seguidas das demonstrações e 14% dos contadores não se pronunciaram,

ou seja, não responderam. Dessa forma, observa-se que nem todos os contadores compreendem que os esclarecimentos por meio de notas explicativas ajudam a compreender o que está refletido nas demonstrações respectivas, havendo dirigentes que dificultam a adoção de tais esclarecimentos. Essa resistência se deve, em parte, à falta de hábito na aplicação e utilização desse método. Elaborar notas explicativas não é uma tarefa fácil e comum, no entanto a principal dificuldade consiste em definir o que divulgar, quando divulgar e como divulgar. Portanto, para se colocar em prática as demonstrações contábeis seguidas de suas notas explicativas, os contadores de muitas empresas de pequeno e médio porte deverão sair de sua zona de conforto, procurar se especializar e colocar em prática as normas estabelecidas pelas NBC TG.

Pergunta 5: Em sua empresa existe algum tipo de investimento contemplado nas demonstrações contábeis?

Dos contadores, 43%, correspondentes a seis empresas, responderam que possuem algum tipo de investimento, logo, 57%, equivalente a oito empresas, declararam que não possuem nenhum tipo de investimento contemplado em suas demonstrações contábeis. Alguns tipos de investimentos relatados pelos entrevistados dessa pesquisa constam a seguir.

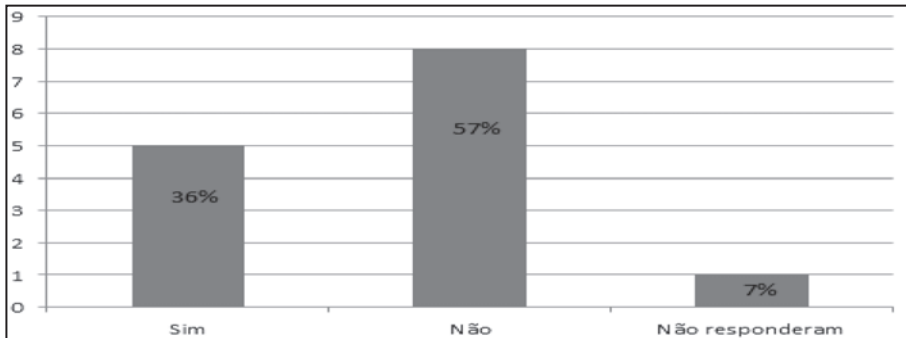
Pergunta 6: Caso a empresa possua investimentos, poderia descrevê-los?

Os contadores das seis empresas, correspondentes a 43%, relataram que possuem Propriedades para Investimentos, e descreveram alguns itens de seus Ativos, os quais estão relacionados a seguir:

- Um prédio de alvenaria com área de 1.700,00m<sup>2</sup>, com um terreno de 2.340,00m<sup>2</sup>.
- Um prédio de alvenaria com área de 1.455,00m<sup>2</sup>, com um terreno de 1.758,00m<sup>2</sup>.
- Um terreno urbano com área de 23.026,84m<sup>2</sup>.
- Participação societária em cooperativas de crédito.
- Ações em bancos e participações em cooperativas de créditos.
- Ações em bancos e veículos.
- Área de terra urbana na cidade de Igrejinha/RS.
- Terreno urbano na cidade de Gramado/RS.

Pergunta 7: Você conhece as principais alterações propostas pelo CPC 28 em relação às normas anteriores? Dê sua opinião sobre as principais alterações.

**Gráfico 3 - Conhecimento das alterações propostas na NBC TG 28 (R4)**



Fonte: Elaborado pela acadêmica (2018).

Conforme mostra o gráfico 3, 57% dos contadores das empresas da amostra não possuem conhecimento das alterações propostas pela NBC TG 28 (R4) em relação às normas anteriores. O contador de uma empresa não respondeu à questão. e 36% deles, que correspondem a cinco empresas, responderam que conhecem as principais alterações.

A seguir, constam algumas opiniões dos contadores:

- A necessidade de ter em seus ativos, classificados como de Investimento, não só pelo valor de custo, mas também pelo valor justo;
- A divulgação das informações que serão prestadas no que tange ao Balanço Patrimonial, em que deverão constar os critérios que levam à classificação da Propriedade para Investimento, os métodos utilizados para avaliação e determinação do valor justo, bem como os valores conhecidos no resultado;
- O que se espera de toda nova norma é que seja para melhorar o resultado da anterior, e a NBC TG 28 (R4) não foi diferente, pois, com a sua aplicabilidade, para quem tem a necessidade, o resultado é mais exato ou certo;
- Entendo que essa NBC TG é importante para definir as diretrizes e evitar que cada contador registre os bens que não fazem parte da atividade fim da empresa, conforme sua interpretação, destacando a possibilidade de a empresa poder reavaliar os bens para investimento pelo valor justo;
- Estabelecimento de regras para ajuste de saldo;
- Definição do que utilizar como custo/investimento;
- Fixar regras para divulgação dos valores justos;
- Essas normas vieram para, de uma vez por todas, estabelecer um rumo de transparência para as empresas, ou seja, uma segurança na análise dos dados, para que o mercado reconheça realmente o valor de uma empresa, podendo, acima de tudo, reconhecer seus riscos para não errar na avaliação.

O que se percebe é que, na maioria das empresas, já existe um elevado conhecimento sobre as Normas Brasileiras e suas alterações conforme as NBC TG. No entanto, o que se observa é que, muitas vezes, acabam não conseguindo colocar em prática o que dizem as normas, exatamente pela quantidade excessiva de atividades e funções, as quais, muitas vezes, uma mesma pessoa executa dentro da empresa, ainda mais quando falamos de empresas de pequeno e médio porte.

Pergunta 8: Em sua empresa, incentivam-se os profissionais da contabilidade a conhecerem as modificações na Legislação Contábil? Se sim, descreva de que forma são incentivados.

Em 21%, correspondentes a três empresas, não há incentivo aos profissionais da contabilidade em conhecer as modificações contábeis, enquanto em 79%, correspondentes a onze empresas, há incentivo aos seus profissionais.

Algumas formas de incentivo são:

- Circulares informativas sobre as novas regras contábeis e fiscais, assim como novas legislações estaduais e federais;
- Cursos presenciais e on-line para se atualizar sobre as modificações na Legislação Contábil;
- Custeio e liberação do profissional para participação em cursos e palestras sobre temas que o profissional julgar ser relevante para o desempenho de suas atividades;
- Constante atualização, com a participação em cursos e eventos, assim como o acompanhamento das novidades da Legislação, publicadas diariamente;
- Acesso a jornais, revistas e informativos técnicos;
- Treinamentos, participações em seminários, congressos e convenções.

Verificou-se que, na maioria das empresas, há a preocupação em preparar os profissionais para lidarem com as novas normas e as mudanças constantes que ocorrem, pois, na área contábil e administrativa de uma empresa, deparam-se com muitas mudanças e regras. A participação em cursos, palestras, seminários, entre outras atualizações, ajuda muito a aprimorar os conhecimentos do profissional para exercer as funções esperadas no ambiente de trabalho. Os gestores conseguem muito bem identificar no que seus funcionários precisam se especializar mais, a fim de montar uma estratégia condizente com os objetivos da empresa. Portanto, se na própria empresa existe incentivo ao funcionário, a equipe gestora poderá exigir dele e ficar segura de que o funcionário terá uma maior capacidade para realizar seus trabalhos específicos.

Pergunta 9: Qual a sua opinião como contador em relação à aplicação das

normas estabelecidas nas NBC TG?

Em relação à pergunta 9, 14% dos contadores, correspondentes a duas empresas, não responderam à questão, porém 86%, equivalentes a doze empresas, responderam conforme segue:

- É muito importante a aplicação das normas, porque elas vieram para dar harmonização contábil, um controle maior, que passa a dar muitas informações e elementos que antes não dava, principalmente as informações financeiras para a correta tomada de decisões;
- As normas servem para que possamos elaborar as demonstrações contábeis de maneira correta e exigida legalmente;
- São de grande valia e uma necessária padronização contábil. Contudo, a maioria das médias e pequenas empresas encontra-se em dissonância com as normas;
- É positiva a aplicação das Normas de Contabilidade nas organizações, porém, ainda é um grande desafio no Brasil, muito devido ao ambiente excessivamente burocratizado, que faz com que os profissionais não tenham tempo disponível para o estudo e para a devida aplicação das normas;
- A aplicação das normas através das NBC TG é importante para reger a contabilidade nacional em padrões internacionais, a fim de facilitar a análise das demonstrações contábeis para investidores estrangeiros no Brasil;
- A aplicação das normas dá maior credibilidade às demonstrações, segurança ao profissional no seu dia a dia e unifica os procedimentos contábeis;
- Para as organizações que têm a escrita fiscal e contábil atualizada, não é complicado trabalhar conforme as normas, porque as NBC TG ajudaram a relatar uma realidade mais confiável dos resultados da empresa.

Segundo os relatos de alguns contadores, nota-se que muitos têm dificuldade em aplicar as normas estabelecidas pelas NBC TG, pois a Contabilidade, nos últimos anos, tem passado por grandes transformações nos seus procedimentos contábeis, conceitos e normas. Isso causa um certo desconforto no profissional contábil, que não tem por costume atualizar-se e, por consequência, muitas vezes, não consegue interpretar os pronunciamentos de forma correta. Hoje, acompanhar as alterações e entender o efeito que cada norma redigida pela NBC TG pretende alcançar é obrigação do profissional de contabilidade, embora muitos profissionais ainda se encontrem desatualizados e, conseqüentemente, enfrentem maiores dificuldades nas aplicações das normas.

Pergunta 10: Pelos conhecimentos que tens como contador, quais são as vantagens da aplicação das NBCs?

Conforme os contadores, existem grandes vantagens trazidas pelas NBC TG. A seguir, apresentam-se alguns relatos:

- Existem duas maiores vantagens com a aplicação das normas estabelecidas:
  - a) A observância na convergência da contabilidade brasileira aos padrões internacionais, resgatando, com isso, o objeto da Contabilidade quanto ao estudo do patrimônio das entidades e a geração de informações para a tomada de decisão pelos gestores; b) Elaboração de demonstrações contábeis mais claras e confiáveis.
- A adoção das Normas ajuda a saber o valor real de nossa empresa através das demonstrações financeiras, pois estará explícito o valor correto dos investimentos, imobilizado. Isso é de vital importância para que as empresas consigam crédito, credibilidade, confiança, seja com bancos, fornecedores ou com terceiros.
- São importantes para a padronização contábil e para trazer a realidade das empresas para as demonstrações.
- O alinhamento das normas internacionais de contabilidades visa facilitar a comparação entre empresas do mesmo ramo, que estejam no Brasil ou em outros países.

Em relação aos relatos dos contadores sobre as vantagens trazidas pela aplicação das NBCs, observa-se que uma das maiores vantagens é a padronização das demonstrações contábeis e a maior confiabilidade nas informações, a fim de facilitar as tomadas de decisões dos empresários e proporcionar uma maior valorização do profissional da área.

Pergunta 11: Pelos conhecimentos que tens como contador, quais são as desvantagens com a aplicação das NBCs?

Poucos contadores relataram alguma desvantagem. Mencionaram apenas algumas dificuldades na elaboração das demonstrações e que padrões não são bem ajustados para todos os ramos. Todos afirmam que é um grande desafio para o profissional dessa área, pois são muitas tarefas e trabalhos, tanto que não se consegue o devido tempo de se atualizar e qualificar para colocar em prática o que está redigido nas normas. Realmente o que acontece é que a aplicação correta das normas refletirá em mais trabalho para os profissionais da área e os tirará da “zona de conforto”, como afirma um dos contadores.

## **5 Considerações finais**

O objetivo desta pesquisa foi verificar se nas empresas de calçados das cidades de Igrejinha e Três Coroas/RS existem Propriedades para Investimento e se os profissionais contábeis conhecem a importância da aplicação da NBC TG 28 – Propriedade para Investimento.

Com os resultados obtidos na pesquisa, constatou-se que a maioria das empresas não possui nenhum tipo de Propriedade para Investimento (86%), seguido de duas empresas, correspondentes a 14% apenas, que possuem essas propriedades.



Dessas duas empresas, apenas uma delas observa as normas da NBC TG para contabilização e apresentação de suas demonstrações contábeis.

Também foi possível observar que a maioria dos profissionais da área contábil das empresas da amostra possui conhecimentos sobre os pronunciamentos contábeis e sabe da importância da adoção das Normas Internacionais. Os contadores de doze empresas apresentaram seus relatos de forma positiva em relação à importância das Normas. A maioria também relata ser muito importante pela padronização contábil, a fim de conseguir analisar as demonstrações contábeis de uma empresa com facilidade e possibilidade de tomar decisões, pois as normas podem trazer maior credibilidade às demonstrações, segurança aos profissionais e unificação aos procedimentos contábeis.

Verificou-se que a maioria das empresas de médio e pequeno porte encontra-se em dissonância com as Normas, em consequência das grandes transformações que têm ocorrido nos procedimentos contábeis nos últimos tempos. Isso é o que tem levado os contadores dessas empresas a se depararem com certas dificuldades, pois existem inúmeras obrigações a serem cumpridas mensalmente nas empresas, independente do porte.

Sendo assim, conclui-se que, com a aplicação das Normas, em especial a NBC TG 28 – Propriedade para Investimento, é possível ter o valor real da empresa nas demonstrações contábeis, desde que os elementos do Ativo estejam escriturados com seu valor justo.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ANTUNES; M. T. P.; GRECCO, M. C. P.; FORMIGONI, Henrique; MENDONÇA NETO, O. R. A Adoção no Brasil das Normas Internacionais de Contabilidade IFRS: o processo e seus impactos na qualidade da informação contábil. **Revista de Economia & Relações Internacionais**. São Paulo, V. 10, n. 20, p. 5-19, jan. 2012.

BRAGA, Hugo Rocha; ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Mudanças contábeis na Lei Societária**: Lei nº 11.638, de 29-12-2007. São Paulo: Atlas, 2008.

COMITE DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **Pronunciamento conceitual básico R1**. Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. Brasília, DF: CPC, 2011. Disponível em: <[http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147\\_CPC00\\_R1.pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf)>. Acesso em: 21 mar. 2018.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **Pronunciamento técnico CPC 28 Propriedade para Investimento**. DF: CPC, aprovado em 2009 revisado em 2012. Disponível em: [http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/320\\_CPC\\_28\\_rev%2012.pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/320_CPC_28_rev%2012.pdf). Acesso em: 21 mar. 2018.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **Pronunciamento técnico CPC 46** Mensuração do Valor Justo. DF: CPC, 2012. Disponível em: [http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/395\\_CPC\\_46\\_rev%2012.pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/395_CPC_46_rev%2012.pdf). Acesso em: 10 jun. 2018.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Brasília, DF: CFC, 2011. Disponível em: [http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/res\\_1374.pdf](http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/res_1374.pdf). Acesso em: 23 mar. 2018.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Brasília, DF: CFC, 2017. Disponível em: [http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTG28\(R4\).pdf](http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTG28(R4).pdf). Acesso em: 15 out. 2018.

FRANCO, Hilário. **Estrutura, Análise e Interpretação de Balanços**. 15 ed. São Paulo: Atlas, 1992.

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

IBRACON. **Normas Internacionais de Relatório Financeiro (IFRSs) 2008**: Incluindo as Normas Internacionais de Contabilidade (IASS) e as interpretações tal como aprovadas em 1º de janeiro de 2008, volume 1 e 2. São Paulo: IBRACON- Instituto dos Auditores Independentes do Brasil, 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. *Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações*: (aplicável às demais sociedades). São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; *et al.* **Manual de contabilidade societária**: Aplicável a todas as Sociedades, de acordo com as Normas Internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas, 2010.

MADEIRA, Geová J. SILVA, Cátia B. A. ALMEIDA, Fabiana L. Harmonização de normas contábeis: um estudo sobre as divergências entre normas contábeis internacionais e seus reflexos na contabilidade brasileira. **Revista Mineira de Contabilidade**. Belo Horizonte: Conselho Regional de Contabilidade de MG. Ano V, n. 16, 4. Trim. 2004.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 2001.

SOUZA, Rafael Rodrigues de. **Divulgação de informações contábeis das empresas brasileiras de capital aberto listadas na BMF & BOVESPA em atendimento ao CPC 28** – Propriedade para Investimento, 2016. Disponível em: <<http://www.unirv.edu.br/conteudos/fckfiles/files/DIVULGA%C3%87%C3%83O%20DE%20INFORMA%C3%87%C3%95ES%20CONT%C3%81BEIS%20DAS%20EMPRESAS%20BRASILEIRAS%20DE%20CAPITAL%20ABERTO%20LISTADAS%20NA%20BMF&B-OVESPA%20EM%20ATENDIMENTO%20AO%20CPC%2028%20Rafael%20Rodrigues%20de%20Souza.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2018.



# “Atrás das máquinas tem gente!”: uma análise histórica dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha (1960 – 1980)

Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli<sup>1</sup> / Dalva Reinheimer<sup>2</sup>

---

## Resumo

Este artigo apresenta uma análise dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha, no estado do Rio Grande do Sul. O tema da pesquisa são os trabalhadores do setor e a delimitação são os comportamentos e a identidade social dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha entre 1960 e 1980, período este de maior ascensão e desenvolvimento da indústria de calçados na região. A pesquisa se justifica por seu caráter inovador, visto que essa temática ainda não foi apropriadamente abordada no meio acadêmico. Com esse trabalho busca-se entender como se formou o operariado no município de Igrejinha; quais foram as relações de solidariedades estabelecidas entre os trabalhadores; como se deu a organização do trabalho nas fábricas; como era a atuação dos sindicatos no período em questão; entender as permanências e rupturas observadas na sociedade igrejinhense relacionadas aos trabalhadores e à indústria de calçados; entre outros aspectos.

**Palavras-chave:** Trabalhadores. Indústria Calçadista. Igrejinha.

## Abstract

*This article presents an analysis of the footwear industry workers in Igrejinha, Rio Grande do Sul. The subject of this research is the workers of this sector and the delimitation is the behavior and social identity of workers from the footwear industry in Igrejinha between 1960 and 1980, period of greatest rise and development of this industry in the region. The research is justified by its innovative character, since this subject still has not been properly addressed in the academic world. This paper seeks to understand how the working class in the municipality of Igrejinha was formed; what were the solidarity relations between the workers; how was the work organization in the factories; how was the work of unions in this period; to understand the permanence and disruptions related to the workers and the footwear industry observed in Igrejinha society; among other aspects.*

**Keywords:** Workers. Footwear Industry. Igrejinha.

## 1 Introdução

Esta pesquisa se propõe a analisar quais foram os comportamentos e a iden-

---

<sup>1</sup> Licenciado em História pelas Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT). E-mail: gabrielbortoli95@hotmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em História pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail: dalva@faccat.br.

tidade social formada entre os trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha/RS entre 1960 e 1980, período este de grande desenvolvimento do setor calçadista na região.

A pesquisa é de cunho qualitativo e para sua realização foram utilizadas fontes bibliográficas, documentos, censos, imagens e entrevistas que constam no acervo “Memorial história do calçado nos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana”<sup>3</sup> que se encontra no Laboratório de História das Faculdades Integradas de Taquara.

Entre os objetivos dessa pesquisa, busca-se entender como se formou o operariado no município de Igrejinha; verificar quais foram as mudanças pela qual a indústria de calçados passou nas décadas em questão e quais os reflexos dessas mudanças na sociedade igrejinhense; identificar como era a atuação dos sindicatos em Igrejinha; compreender os laços de solidariedade e sociabilidades entre os trabalhadores e patrões; entender como se formou um sentimento de identidade entre os trabalhadores; entre outros aspectos.

Sendo assim, o artigo está dividido da seguinte forma: inicialmente, será abordada o procedimento que a economia industrial percorreu no Brasil e no estado do Rio Grande do Sul desde a presença de imigrantes alemães até o regime civil-militar; posteriormente, será abordada a indústria de calçados em Igrejinha especificamente, destacando-se a atuação dos trabalhadores do setor no município.

## **2 A produção artesanal nas áreas de imigração alemã no Rio Grande do Sul**

A produção de calçados no Rio Grande do Sul iniciou de forma artesanal e está ligada à imigração alemã ao estado. De acordo com Costa (2004), até o final do século XIX não havia no Rio Grande do Sul uma especialização da produção de calçados, portanto, até este período não se pode considerar que havia uma indústria voltada para o setor. Jean Roche (1969) salienta que, inicialmente, a produção de calçados fez parte de um processo que evoluiu da produção do couro e esteve fortemente ligada a fabricação de selas e arreios, que eram na Colônia de São Leopoldo a principal produção com a utilização do couro como matéria-prima.

Fundada em 1824, a Colônia de São Leopoldo atraiu imigrantes alemães que se dedicaram majoritariamente à agricultura. Além disso, na segunda geração de colonos, ou seja, entre os filhos dos primeiros imigrantes lavradores é que o artesanato “ressurgiu” com força. Isso se deu em virtude da organização oficial da colônia, pois a fragmentação da pequena propriedade abriu espaço para a especialização e para a busca de melhora na condição de vida das famílias. No início do estabelecimento colonial, a maioria dos imigrantes exercia algum ofício simultaneamente à agricultura e os que viviam exclusivamente de algum ofício artesanal eram minoria (ROCHE,

<sup>3</sup> O projeto em questão foi realizado através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PROBIC), financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS). O período da bolsa foi de agosto/2016 e agosto/2017 e tinha como principal objetivo reunir em acervo materiais relacionados à indústria de calçados no Vale do Paranhana/RS, especificamente em Igrejinha e Três Coroas.

1969).

Segundo Carneiro (1986), os primeiros utensílios fabricados em couro pelos artesãos nas áreas de imigração alemã eram pertences relacionados à montaria. Posteriormente, foram fabricados botas e sapatos, isto porque, diferentemente dos brasileiros, os alemães não aceitavam realizar o trabalho descalços na lavoura. Ainda sobre o artesanato, destaca-se que,

O artesanato do couro desenvolvido na área de São Leopoldo tinha algumas características peculiares. Ao contrário do praticado nas estâncias, não se destinava ao autoconsumo, e sim a um mercado. Diferia ainda daquele geralmente existente nas cidades – que também se destinava a um mercado – por ser um trabalho executado por homens livres, não existindo negros de ganho. E, finalmente, era a primeira vez, na Província do Rio Grande, que aparecia a especialização, dentro de uma comunidade de trabalhadores livres, na produção de determinados artigos manufaturados (CARNEIRO, 1986, p. 21).

De forma geral, pode-se verificar que a produção artesanal em couro nas áreas de imigração alemã foi uma constante juntamente com a agricultura. Foi a partir do capital oriundo da venda desses produtos que foi possível iniciar um processo de industrialização no Rio Grande do Sul durante a República Velha.

### **3 A industrialização sul-rio-grandense durante a República Velha**

A economia gaúcha nos primeiros anos da República Velha acompanhou o processo de industrialização que ocorria no Brasil, sendo assim em muito dependeu dos estímulos ocasionados pela expansão do setor primário-exportador e também dos fatores externos da economia nacional. Pode-se dizer que, nesse contexto, a economia do Rio Grande do Sul voltava-se para atender o mercado interno, que procurava tirar das importações os produtos manufaturados da indústria tradicional. Convém salientar que a indústria do estado possuía certos particularismos, isso em virtude de sua posição periférica e pelo próprio contexto histórico do Rio Grande do Sul (REICHEL, 1979).

Para Reichel (1979), a posição do estado possibilitou um período de prosperidade econômica, principalmente relacionado à produção de bens manufaturados que se baseava na “[...] acumulação de capital mercantil e no incremento do seu mercado interno, gerados que eram pela expansão das exportações” (REICHEL, 1979, p. 256). Sobre o destino da produção gaúcha, a autora ainda destaca que

A indústria gaúcha durante a República Velha esteve voltada para dois tipos de mercado interno: o nacional e o regional. Reconhecer e destacar esta duplicidade de mercados, a que se destinava a produção industrial, torna-se importante pois é a partir dela que se pode compreender certas características, como também o próprio ritmo e o rumo tomados pelo desenvolvimento industrial do Estado (REICHEL, 1979, p. 256).

O aspecto regional na indústria sul-rio-grandense na República Velha é um dos pontos mais importantes do processo. Ao se analisar dados econômicos do início do período republicano no Rio Grande do Sul é possível perceber que a indústria sul-rio-grandense no contexto era formada por pequenas empresas com baixo capital investido. A indústria nesse período é vista como predominantemente dotada de um caráter regional, com baixo nível tecnológico e estrutura praticamente artesanal. Essa visão genérica, entretanto, não se aplica a todos os setores industriais, pois o têxtil – principal ramo da indústria rio-grandense na época – destinava a maioria da sua produção para fora do estado (REICHEL, 1979). Após a Proclamação da República, é que a indústria começou a se desenvolver no Rio Grande do Sul. Para que isso ocorresse foram diversos os fatores que contribuíram, tais como “[...] abolição da escravatura, o reinício da imigração, os progressos na navegação de cabotagem e a política protecionista da República [...]” (ROCHE, 1969, p. 506). Nesse contexto, a venda dos produtos sul-rio-grandenses para outras regiões do Brasil ainda era muito pequena, o que evidencia o caráter regional da indústria rio-grandense (ROCHE, 1969).

Para Carneiro (1986), a presença de mercados regionais apesar de importante não foi o único motivo que levou ao “surto” de industrialização observado no final do século XIX e início do século XX. Outros dois fatores foram essenciais para isso: a presença de capitais que puderam ser investidos na indústria e as modificações técnicas que ocasionaram uma maior produção de artigos do que no trabalho artesanal. Sobre os capitais investidos, a autora destaca que:

[...] surgiram da atividade primário-exportadora e da atividade comercial que lhe estava ligada. A renda excedente desses ramos – que sempre existia, mesmo nas regiões de menor importância econômica – passou a ser aplicada em atividades industriais. Houve, mesmo, uma relação entre o crescimento do setor primário exportador e a instalação de indústrias [...] (CARNEIRO, 1986, p. 55)

Segundo aborda Dreher (2014), a industrialização no Rio Grande do Sul é peculiar. O autor salienta que antes da metade do século XIX não havia no estado indústrias e tudo que era produzido na região, principalmente o couro e o charque eram feitos de forma artesanal. Especificamente sobre os imigrantes de origem alemã, cabe ressaltar que eles foram inseridos em um contexto de transição econômica: da mão de obra escrava para a livre. As famílias se estabeleceram em picadas, onde era produzida uma agricultura de subsistência, cujo excedente era vendido para o mercado regional e mais tarde para o nacional, juntamente com produção artesanal. Sobre a comercialização dos produtos, Dreher salienta que

A comercialização dos produtos agrícolas e artesanais esteve desde o início subordinada ao capital comercial. Aí o comerciante, o vendeiro, foi aquele que se apropriou do excedente econômico da picada. O vendeiro teve o monopólio das vendas e das compras. Foi na venda que pôde acontecer acúmulo de capital. Sem esse capital não haveria industrialização (DREHER, 2014, p. 196).

Sendo assim, destaca-se que o capital comercial foi essencial para a industrialização do Rio Grande do Sul. Apesar disso, é importante compreender como o capital acumulado na área comercial converteu-se em capital para a indústria:

Houve casos em que o comerciante aplicou seu capital na montagem de empresa industrial. Trata-se da fábrica manufatureira. Nela há máquinas, ferramentas, bom capital inicial e mão de obra assalariada. [...]. Um segundo caso é a evolução da unidade artesanal para empresa. Um terceiro caso é o do imigrante que traz consigo capital, experiência profissional e de gestão [...]. Um quarto caso é o propiciado pelo capital bancário, que possibilitou a formação de empresas [...] (DREHER, 2014, p. 198-199).

Outros fatores também foram importantes para que a industrialização fosse alavancada no estado: o trabalhador livre, o mercado consumidor e a modernização de maquinário. O trabalhador livre surgiu também na área colonial, visto que, muitos filhos de imigrantes e colonos buscaram qualificação artesanal que foi utilizada na indústria emergente. O mercado consumidor também encontrou sua base na área colonial com os imigrantes pequenos proprietários e mais tarde, após o desenvolvimento urbano, nos centros que se localizavam os colonos operários. Por fim, a melhoria na tecnologia foi essencial para que houvesse uma maior produção de bens de consumo (DREHER, 2014).

Como citado anteriormente, durante a República Velha, a indústria do Rio Grande do Sul teve seu caráter regional acentuado. No início do período, a regionalização caracterizava todos os processos industriais do país, isso em virtude do pouco capital aplicado, da dificuldade dos transportes, da fraca tecnologia, etc. Mais tarde, com a integração da economia brasileira no mercado internacional ocorreu a supremacia da exportação de um só produto, o café, produzido na região sudeste do país. Isso causou o desenvolvimento desigual das regiões brasileiras e conseqüentemente a diminuição das possibilidades de participação das outras áreas de uma economia nacional durante o período, que foi o que aconteceu com o estado do Rio Grande do Sul na época (CARNEIRO, 1986).

No fim da República Velha, portanto, a indústria sul-rio-grandense apresentava certa regionalização, que se manifestava no mercado consumidor e na obtenção de matérias-primas dentro do próprio estado (CARNEIRO, 1986). Entre 1920 e 1939, a produção industrial no Rio Grande do Sul continuava a aumentar, principalmente na região do Vale dos Sinos, entretanto, o produto manufaturado rio-grandense tornava-se caro quando vendido para outras regiões do Brasil. Até o final dos anos 1920, a indústria que mais possuía estabelecimentos alemães era a de couro, que foi inicialmente praticada em São Leopoldo. Juntamente com ela, podemos associar a produção de calçados que fora o principal ramo artesanal das colônias alemãs da região e que “[...] continua o apanágio das manufaturas do Rio dos Sinos, de São Leopoldo a Taquara, passando por Novo Hamburgo, Campo Bom e Sapiranga” (ROCHE, 1969, p. 525). A partir da década de 1930, a situação foi alterada quando o setor industrial calçadista rio-grandense alavancou-se a nível nacional.



## 4 A industrialização brasileira a partir de 1930 e suas consequências no Rio Grande do Sul

Com a chegada ao poder por Getúlio Vargas em 1930 e, principalmente, após o golpe do Estado Novo em 1937, várias mudanças foram perceptíveis na sociedade brasileira. Vargas chegara ao poder com o apoio do Exército, mas também com o auxílio de uma parte importante da sociedade brasileira baseada na elite industrial e até mesmo nas elites regionais agrárias que tinham muita influência em seus estados de origem. O governo de Vargas foi marcado por forte autoritarismo, burocracia e patriotismo cívico que se expressou em diversos aspectos da sociedade brasileira na época (NAPOLITANO, 2016).

De acordo com Marcos Napolitano (2016), no plano econômico pode-se dizer que o governo de Vargas deixou clara a necessidade de industrialização do país apenas no final da década de 1930, após o Estado Novo. Isso ocorreu em virtude do acirramento das disputas geopolíticas dos grandes países capitalistas e também por influência dos militares que viam na industrialização a única oportunidade de o Brasil manter-se economicamente autônomo.

Como o Brasil havia se constituído historicamente como um país agrário-exportador dependente dos capitais e da tecnologia vinda do exterior, a partir do final dos anos 1930 o Estado passou a atuar diretamente na economia através de incentivos no setor industrial (NAPOLITANO, 2016). Sobre isso, destaca-se ainda que

Como planejadora e reguladora dessas políticas, a burocracia estatal tentava direcionar os recursos humanos e financeiros para determinados setores da economia considerados mais interessantes e estimular a produção agrícola e industrial. Nos anos 1940, o Estado brasileiro passou a criar empresas estatais para produzir bens industrializados que exigiam mais investimentos [...] (NAPOLITANO, 2016, p. 124).

Considerado o marco inicial da substituição das importações pela produção nacional dos bens industriais, o governo Vargas apenas iniciou esse processo que se intensificou nas décadas posteriores.

No caso específico da indústria de calçados, o processo de desenvolvimento do setor no Vale dos Sinos apresentou no início da década de 1930 alguns problemas relacionados ao mercado, visto que, por possuir uma limitação a nível regional, sua produção sempre seria influenciada pelo aumento populacional e pelas questões econômicas do próprio estado. Diante das dificuldades de acesso a maquinário moderno, a busca de novos mercados fora uma das poucas alternativas para a indústria calçadista na época crescer (CARNEIRO, 1986).

Sendo assim, pode-se dizer que o desenvolvimento das empresas calçadistas do Vale dos Sinos se deu no contexto das mudanças econômicas que o Brasil passara entre as décadas de 1930 e 1940, principalmente as que se referiam às substituições das importações, pois em vez de comprar produtos acabados do exterior, o governo investiu no aprimoramento das manufaturas e consequente industrialização do país (SCHEMES et al, 2013).

Mais tarde, a partir da década de 1950, o Brasil foi visto como uma nação que caminhava para a industrialização, isso se deu em virtude de um processo que ocorreu em grande parte da América Latina após a Segunda Guerra Mundial (SCHEMES et al, 2013). Sobre isso, destaca-se que

A nova divisão internacional do trabalho depois da Segunda Guerra – quando alguns países periféricos foram vistos como locais de investimentos em virtude das condições apresentadas, tais como a mão de obra em grande quantidade e de baixo custo, incentivos fiscais e um mercado consumidor atraente – fez com que o Brasil e o capitalismo global estabelecessem outra forma de relação (SCHEMES et al, 2013, p. 154).

Esse processo trouxe consequências, como no governo de Juscelino Kubitschek, que instituiu o Programa de Metas que abrangia objetivos que buscavam o avanço econômico do país. Sabe-se que o governo JK investira tanto no setor de infraestrutura quanto no setor industrial, porém “[...] assumiu também abertamente a necessidade de atrair capitais estrangeiros, concedendo-lhes inclusive grandes facilidades” (FAUSTO, 2012, p. 236).

A chegada das multinacionais veio também de encontro ao interesse das elites econômicas da época que desejavam que seus negócios entrassem no sistema capitalista internacional, porém a exportação dos produtos iniciou apenas a partir dos anos 1960. O processo de exportação foi possível graças aos incentivos fiscais em determinadas localidades/regiões, que ocorreu por meio de “empresários locais e políticas nacionais de incremento à expansão produtiva de manufaturados e exportação” (SCHEMES et al, 2013, p. 155).

A industrialização no país gerou a urbanização e o aumento da demanda de bens de consumo não-duráveis. Com um mercado cada vez maior, a indústria de bens de consumo precisou importar equipamentos que facilitassem a produção. De fato, a partir do final dos anos 1950 a importação de equipamentos para o setor coureiro-calçadista cresceu, oportunizando ao setor uma renovação do parque industrial e a adequação à demanda existente. Diante disso, observa-se que o país chegou aos anos 1960 com um quadro industrial bem diferente das décadas anteriores: possuía um parque industrial, com participação expressiva de capitais estrangeiros, havia um mercado nacional, e uma produção suficiente de bens de consumo para atender à demanda interna. Apesar disso, alguns problemas econômicos se avolumaram nesse contexto: as inversões feitas pelo governo nos setores industriais em que detinha o monopólio, como a siderurgia e o petróleo, geraram um desequilíbrio do orçamento público, assim como no balanço de pagamentos, em virtude do endividamento externo assumido, da necessidade de manter as importações para garantir o desenvolvimento industrial e da impossibilidade de aumentar as exportações. Esses problemas econômicos, somados aos de ordem política citados anteriormente, colaboraram para o golpe civil-militar de 1964 (CARNEIRO, 1986).

A partir do golpe civil-militar, o “[...] processo industrial foi aprofundado e a internacionalização da economia brasileira alcançou certo grau de importância (SCHEMES et al, 2013, p. 155). Isso fez com que determinadas regiões – como o Vale

dos Sinos – fossem reconhecidas como polos de produção de determinados bens manufaturados – nesse caso, o calçado.

Para Martins (2011), durante o período do regime civil-militar, o processo de industrialização no país “[...] expandiu-se para a periferia do polo econômico nacional (São Paulo) como um todo, e outras escalas (local-regional) econômicas brasileiras foram articuladas ao projeto industrial daquele momento” (MARTINS, 2011, p. 68). Nesse sentido, a cidade de Novo Hamburgo e a região do Vale dos Sinos contribuíram para que a visão do Brasil passasse de um “país periférico”, cuja base exportadora era em produtos agrícolas para um “país semiperiférico”, que exportava bens manufaturados, uma vez que, o calçado produzido na região detinha considerável representatividade na pauta de exportações daquele período (MARTINS, 2011).

Com a instauração do novo regime, o governo tentou controlar a economia e iniciou uma campanha de exportação para explorar os bens naturais e incentivar a venda dos produtos manufaturados no país para o exterior (FAUSTO, 2012). No caso específico da produção de calçados, salienta-se que a exportação desses produtos

[...] representava também a possibilidade de manter seu parque fabril funcionando a pleno vapor, pois mesmo aquelas empresas que haviam optado pela produção por linhas (como a de sandálias), teriam a sazonalidade a que estavam sujeitas no mercado interno compensada pela diferença de estações nos países importadores. Do ponto de vista desses países, a importação de calçados também representava uma vantagem, visto que neles a mão-de-obra escassa e cara tornava vantajosa a compra de produtos fabricados em países menos desenvolvidos, onde a mão-de-obra era abundante e barata (CARNEIRO, 1986, p. 132).

De forma geral, é a partir do regime civil-militar que a região do Vale do Rio dos Sinos se estruturou como importante polo de produção de calçados no Rio Grande do Sul e no Brasil. Assim como o Vale dos Sinos, a região do Vale do Paranhana e, especificamente, a cidade de Igrejinha também desenvolveu seu campo industrial, com o aumento crescente na quantidade de fábricas de calçados e no volume da produção durante as décadas de 1950, 1960 e 1970.

O aumento no número de fábricas de calçados em Igrejinha, assim como em outras cidades, foi o reflexo de um contexto histórico marcado pela transformação da economia brasileira, que ganhou maior força, como citado anteriormente com o regime civil-militar e através do chamado “milagre econômico”, quando o governo estimulou as exportações através de “[...] isenções de impostos e crédito abundante” (FICO, 2016, p. 81).

## **5 Igrejinha: contexto histórico**

De acordo com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município de Igrejinha está localizado na Encosta Inferior do Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, na região do Vale do Paranhana, há cerca de 85 km da capital do estado, Porto Alegre. A área territorial do município é de 135. 861 km<sup>2</sup> e a população estimada em 2018 é de 36.450 pessoas.

Segundo aborda Engelmann (2004), a chegada dos primeiros imigrantes alemães às terras do município de Igrejinha ocorreu em 1846 e desde a década de 1850 já consta sapateiros exercendo seu trabalho na região. Isso confirma que o artesanato acompanhou a agricultura como atividade econômica nas áreas de imigração alemã no Rio Grande do Sul.

Como citado anteriormente, durante as décadas de 1930 e 1940 o Brasil passou por um processo de industrialização que foi incentivado pelo governo federal. A influência da industrialização se refletiu, inclusive no Rio Grande do Sul, até mesmo em Igrejinha. A primeira empresa que fabricou calçados nas terras do atual município de Igrejinha foi a firma “Kirsch, Wallauer, Kehl & Cia. Ltda.,” porém a história do estabelecimento dessa empresa em Igrejinha remete ao fim do século XIX, quando houve o surgimento do curtume da família Kirsch (CALONI, 2004).

Durante a década de 1950, observa-se em Igrejinha um aumento no número de empresas do setor calçadista, porém como a maioria das fábricas era de cunho familiar e a produção era realizada com técnicas simples de fabricação, além disso, pode-se dizer que nos anos 1950 o capital aplicado no setor calçadista em Igrejinha ainda era inferior ao observado em outras regiões do país. De qualquer forma, as primeiras empresas foram importantes para a consolidação do setor na região e muitas permaneceram em funcionamento durante as décadas seguintes.

Na década de 1960, Igrejinha emancipou-se de Taquara e a indústria calçadista teve papel determinante nesse processo. A partir da análise dos documentos anexados junto ao projeto de lei de criação do município de Igrejinha verifica-se que das 59 fábricas existentes em Igrejinha em 1963, 24 eram de calçados que produziram em 1962 em torno de 629.735 pares de sapatos num valor total de Cr\$ 430.950.206,00; outras 7 fábricas eram especializadas na produção de saltos para sapatos, cuja produção total em 1962 atingiu Cr\$ 41.475.097,00; as demais 28 fábricas trabalhavam com transferência de madeira e em outros setores da economia.

Os dados apresentados pelo documento ressaltam aspectos relacionados à urbanização, à economia, à educação, à demografia, à sociabilidade e são vistos como argumentos para a emancipação de Igrejinha. Assim como os números apresentados, foram anexadas junto ao o projeto de lei fotografias que apresentavam os espaços religiosos; os espaços de sociabilidade; a zona residencial; os estabelecimentos rurais e as propriedades agrícolas; as ruas centrais do distrito; os meios de transporte; as casas comerciais; as escolas; o subúrbio do distrito; etc. Nesse ponto o que chama a atenção é que foram anexadas cinco fotos de fábricas de calçados de Igrejinha, o que evidencia a importância que o calçado já possuía na economia da então vila. Após alguns anos de discussão e articulação dos emancipacionistas, o projeto de emancipação foi aprovado pelo Plenário e foi “[...] promulgada a Lei nº 4.733, de 1º de junho de 1964, que criou o Município de Igrejinha” (FISCHER, 2008, p. 138).

A partir da emancipação de Igrejinha em 1964, a indústria calçadista estruturou-se como a principal base econômica do município. Esse processo trouxe transformações não apenas na economia, mas também na sociedade igrejinense, sobretudo, pelo contingente populacional que passou a trabalhar no setor.

## 6 A formação do operariado: do rural ao setor industrial

Ao se pensar a indústria calçadista em Igrejinha é de extrema importância a situação dos trabalhadores que fizeram parte desse processo. Diante disso, acredita-se que seja essencial observar como se formou o operariado que atuou nas fábricas de calçados, levando em consideração aspectos como movimentos migratórios, laços de solidariedade, divisão do trabalho nas fábricas, entre outros. Todas essas questões são importantes para a compreensão desse processo de industrialização que se observou em Igrejinha durante as décadas de 1960 e 1970.

A produção de calçados no Rio Grande do Sul recebeu características propriamente industriais apenas na década de 1960 e os primeiros trabalhadores do setor eram, em sua maioria, filhos de pessoas que trabalhavam em áreas rurais da região do Vale dos Sinos e do Vale do Paranhana. Muitas pessoas acabaram iniciando a vida profissional nas fábricas em virtude da impossibilidade de divisão das terras cultiváveis, pois os lotes ficaram cada vez menores conforme passavam por herança para os filhos dos colonos, o que impedia que o campo absorvesse toda a força de trabalho disponível para a agricultura (SCHNEIDER, 2004). Sobre essa questão ainda pode-se destacar que

[...] mais do que atraídos pelos empregos assalariados, os filhos dos colonos viam nas fábricas uma alternativa ao trabalho agrícola. De certa maneira, pode-se afirmar que a possibilidade de assalariamento desses jovens na indústria de calçados representou uma sobrevida ao já decadente sistema agrícola colonial (SCHNEIDER, 2004, p. 38).

Com os problemas que a região rural enfrentava devido à falta de áreas cultiváveis para toda a mão de obra ociosa no campo, as fábricas passaram a abarcar esse contingente populacional que buscava melhores condições de trabalho assalariado. Para exemplificarmos, citamos o caso de uma senhora que saiu da área rural de Canela/RS e fixou residência com sua família em Igrejinha em 1968:

A gente veio porque era mais fácil, porque tinha fábricas... A minha filha já estava com dezesseis anos e estava convidada para trabalhar, a mais velha... E a gente veio de muda para trabalhar na fábrica, e meu marido também para encontrar um trabalho (A.H.W., ex-operária, Igrejinha).

Como se pode perceber nesse relato, o trabalho na fábrica ocasionava certo interesse nos filhos de colonos, isso se dava devido ao aumento no número de estabelecimentos industriais na região do Vale do Paranhana a partir da década de 1960 e também porque era uma oportunidade de ascensão financeira devido ao trabalho assalariado que a indústria promovia. Através do relato citado anteriormente, pode-se perceber que a maioria dos operários que iniciaram sua vida profissional nas fábricas de Igrejinha na década de 1960 eram pessoas que saíram das áreas rurais, da “roça”, em busca de melhores condições de trabalho e de vida. Em grande parte, eram de regiões próximas, mas muitos se deslocavam com toda sua família, o que exigia grande reorganização financeira.

No final dos anos 1960, a indústria calçadista do Rio Grande do Sul, inclusive de Igrejinha, passou a exportar sua produção. Essa “abertura” do setor às exportações gerou um impacto de modernização. Com as transformações transcorridas das exportações do calçado sul-rio-grandense, principalmente a partir do início da década de 1970, pode-se dizer que houve um aumento no número de “[...] emprego de milhares de migrantes, oriundos das áreas de pequena agricultura das regiões norte e noroeste do estado do Rio Grande do Sul” (SCHNEIDER, 2004, p. 41). O emprego de migrantes se deu em virtude do esgotamento da absorção dos trabalhadores da região do Vale dos Sinos e do Vale do Paranhana.

Para exemplificarmos esse processo migratório à região do Vale do Paranhana, em especial à Igrejinha, destacamos o relato de um senhor que começou a trabalhar na fábrica de calçado em Igrejinha no ano de 1973 e que migrara para a região do Vale do Paranhana em busca de trabalho:

Antes de vir para cá eu trabalhei em ‘serviço de mato’: cortando madeira, carregando caminhão de madeira, arrastando madeira no mato, essas coisas... Sai do mato e vim para cá, só sabia de sapato que era de colocar no pé: o direito e o esquerdo... Porque tu usava às vezes né, muito pouco, mas usava... E quando eu cheguei que me falaram de montar sapato eu pensei: ‘Uh, o que é isso?’... E daí quando me deram na mão que eu fui aprender, meu amigo, foi um ‘baile’ (J.M., ex-operário, Igrejinha).

Como se pode perceber através desse relato, muitos migrantes que se dirigiram para Igrejinha não trabalhavam no setor calçadista anteriormente, obviamente, porque provinham de regiões onde o calçado não predominava economicamente. Nesse sentido, a aprendizagem da nova profissão tornava-se um desafio para os migrantes-operários, como confirma outra parte do depoimento desse senhor:

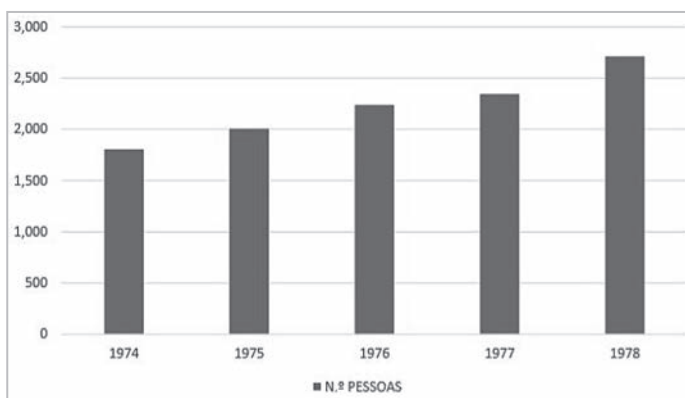
É que na época que eu vim para cá o que mais tinha era calçado e as fábricas de cepa, porque eram feitas muitas sandálias com cepa e os tamanhos... Mas o que predominava era o calçado... Para entrar na fábrica, eu tive que aprender a fazer o sapato, não era assim que nem hoje que tem essas facilidades e tudo... Hoje, as fábricas estão pagando para te ensinar a trabalhar, naquela época não, ou tu ia pagar alguém para te ensinar ou tu ia trabalhar de graça para aquela pessoa que ia te ensinar, tu trabalhava um mês ou dois até tu aprender... E eu não me arrependo de ter feito isso, eu trabalhei, o ‘cara’ me ensinou a montar o sapato, fazer o corte, a fôrma e montar todo o sapato a mão, o sapato infantil ainda... Do zero ao trinta e dois a gente fazia... Tu pegava o corte e a fôrma e fazia todo o processo, tudo manual, rebater, fazer cama de salto, tudo no martelo... Eu trabalhei com esse rapaz, ele me ensinou e ele me colocou dentro dos Calçados Clarice, porque ele trabalhava para eles e eu fiquei quatorze anos lá... (J.M., ex-operário, Igrejinha).

Como se pode perceber a trajetória desses migrantes-operários nem sempre era favorável, pois além de estarem longe de sua cidade de origem, muitos não conheciam o ofício do trabalho na fábrica de calçados e tiveram que aprender.

Mesmo diante das dificuldades enfrentadas pelos migrantes, a adoção dessa força de trabalho no setor calçadista em todos os municípios do Vale dos Sinos e do

Vale do Paranhana foi essencial para que as empresas conseguissem aumentar seu volume de produção, fator imprescindível para a continuação do desenvolvimento das exportações (SCHNEIDER, 2004). Além disso, apesar dos “[...] trabalhadores fossem pouco qualificados e sem conhecimentos prévios de atividades fabris, formavam uma força de trabalho capaz de ser absorvida no processo produtivo” (SCHNEIDER, 2004, p. 42). Com a chegada dos migrantes-operários aumentou o contingente da força de trabalho nas fábricas do município de Igrejinha, conforme mostra o gráfico abaixo da década de 1970:

**Gráfico 01 – Mão de obra do setor calçadista de Igrejinha (1974 – 1978)**



Fonte: Gráfico criado pelo autor com base nas informações contidas no 8º Censo do Calçado do Rio Grande do Sul do ano de 1978.

A partir da análise do gráfico, verifica-se que, entre os anos de 1974 e 1978, o número de pessoas empregadas no setor calçadista em Igrejinha teve um aumento constante. Ainda de acordo com o 8º Censo do Calçado, realizado em 1978, o maior aumento de funcionários nesse período foi do ano de 1977 para 1978 quando 367 pessoas ingressaram no setor. O desempenho da força de trabalho nesses anos também aumentou significativamente: em 1974 foram produzidos 1.449 pares de calçados e em 1978 foram produzidos 2.302 pares, o que demonstra um aumento significativo na produção em poucos anos. A maioria dos trabalhadores do setor que trabalhavam como mão-de-obra direta eram homens, entretanto, essa predominância era pequena, visto que os homens representavam 54,43%, e as mulheres, 45,57% dos trabalhadores.

## **7 A situação das fábricas e dos trabalhadores nas décadas de 1960 e 1970 em Igrejinha**

Como foi destacado anteriormente, a partir do final da década de 1960 com o ingresso do setor calçadista no mercado internacional e a projeção de Igrejinha no cenário econômico do Brasil como uma das principais cidades produtoras de calçados femininos no país, houve transformações no perfil dos operários que trabalha-

vam nas fábricas de calçados, pois muitos migrantes passaram a compor esse grupo de trabalhadores. De fato, não apenas entre os trabalhadores houve mudanças, mas na própria estrutura das fábricas, no número de produção, na quantidade de exportações e no índice de empresas que surgiram, principalmente nos anos 1970. Ao perceber essas mudanças, compreendemos aspectos importantes da identidade desse grupo profissional/social, essencial para a consolidação da indústria calçadista como principal economia de Igrejinha nas décadas em questão.

Com a entrada do setor no mercado internacional e o incentivo estatal percebe-se a necessidade de mudança nos processos produtivos, visando um aumento no volume de produção. Uma das principais mudanças, na visão de Schneider, tem a ver com a introdução dos trilhos de transporte em detrimento da utilização de cavaletes. Para citarmos um exemplo, verificamos o depoimento de um senhor que trabalhou no setor calçadista em Igrejinha nas décadas de 1960 e 1970:

Quando eu comecei, a gente trabalhava com cavaletes que tinham rodinhas embaixo, então aqueles cavaletes eram carregados com sapato dos dois lados, iam sessenta pares de sapato em cima de um cavalete, trinta pares em cada lado, então a gente tinha que cuidar muito para empurrar esse cavalete, depende como uma rodinha trancava, até aconteceu de às vezes a gente esparramar um cavalete de sapato no chão (risos). Então, depois quando eu vim trabalhar em Igrejinha, daí já existia esteira, então a esteira trabalhava e a pessoa ficava parada no seu setor e a esteira vinha trazendo o serviço pra ti, e dali passava do teu setor para outro, até chegar na limpeza. Era uma mudança... (D.M., Igrejinha, ex-operário).

As mudanças que a substituição dos cavaletes pelo trilho de transportes ocasionou foi observada até mesmo pelos operários, como demonstra esse depoimento. De acordo com Costa *et al* (2008), os cavaletes foram mais utilizados em um contexto onde a produção ainda não era tão grande quanto após o início das exportações, além disso, como os operários tinham que transportar o cavalete de uma etapa do serviço para outra acabava-se “perdendo” muito tempo de produção. Essa forma de organização do trabalho foi substituída pelos trilhos de transporte ou esteira manual.

Essas transformações na forma de realizar o trabalho nas fábricas ocasionaram também certa divisão do trabalho no setor industrial calçadista no Vale do Paranhana. A partir da análise das entrevistas utilizadas como fontes para esse trabalho, constata-se que o gênero do trabalhador(a) era um importante fator de diferenciação nas fábricas de calçados, visto que alguns trabalhos se constituíram como feitos por homens (corte, montagem, acabamento, etc.) e outros por mulheres (preparação, costura, limpeza, etc.).

Com essa divisão do trabalho por gênero dos trabalhadores, acabavam formando-se dentro das fábricas certos “núcleos”, ocupados por mulheres e outros por homens. Apesar disso, o trabalho continuava a ser realizado em etapas, ou seja, o grupo de trabalhadores de determinado setor necessitava da realização do trabalho pelo grupo da etapa anterior.

A utilização de mão de obra indireta é um elemento importante da produção calçadista igrejinhenses e, em geral, ela se dava nos chamados ateliês. Sobre isso,



destaca-se que,

O ateliê de calçados pode ser definido como um pequeno empreendimento onde se confeccionam partes dos sapatos ou fases inteiras, como o chamado pré-fabricado (que é parte do solado). No geral, os ateliês são administrados por ex-funcionários das empresas maiores, que se demitiram destas e passaram a prestar serviços de produção. O ateliê domiciliar caracteriza-se pela predominância das operações manuais, como a costura e o enfiado. Em geral, estas atividades são executadas nos domicílios por pessoas idosas (aposentados), jovens e, principalmente, pelas mulheres que agregam aos afazeres domésticos e ao cuidado dos filhos a confecção de peças de sapatos (SCHNEIDER, 2004, p. 35).

Para exemplificarmos a relevância que os atelieres e as pessoas que trabalhavam em suas próprias residências tinham no contexto das fábricas de calçados nos anos 1970 verifiquemos o relato abaixo:

Eu trabalhava em casa no calçado. Para casa eu trazia as coisas para trabalhar e cuidar das crianças. [...]. Eu trabalhei muitos anos depois assim até me aposentar. [...]. Não tinha o décimo terceiro nem carteira assinada, era tudo 'frio' (A.H.W., ex-operária, Igrejinha).

Como se pode perceber, o trabalho dos atelieres possibilitava uma melhor organização, principalmente no que se refere aos afazeres domésticos, mas as condições financeiras oportunizadas não eram tão favoráveis quanto às que as fábricas ofereciam, por isso talvez, os índices de trabalhadores empregados entre a mão de obra direta e indireta era tão desigual.

Apesar desses avanços, as condições dos trabalhadores referentes a direitos e garantias não era tão positiva. Os operários não recebiam auxílios durante as décadas de 1960 e 1970, mais tarde, a partir dos anos 1980 e 1990 surgiu o auxílio transporte, auxílio creche, vale alimentação, entre outros. Se referindo às décadas de 1960 e 1970, observamos o relato de um senhor:

[...] no início tu ganhava por aquilo que tu fazia, aquilo que tu merecia né... E o serão se tu fizesse, mas era tudo normal, fazia as horas que tu ia ganhar e não ganhava nenhuma bonificação na época, veio melhorar no final dos anos 1980 e anos 1990 que veio a melhorar essas coisas... Tudo era para te motivar... (J.M., ex-operário, Igrejinha).

Como se pode perceber através desse relato, os benefícios eram vistos como motivações para o trabalho no setor industrial. Durante as décadas de 1960 e 1970, os trabalhadores, de uma forma geral, mesmo aqueles vindos de outras regiões do Rio Grande do Sul não estavam acostumados com um alto padrão de vida, ou seja, não havia reivindicações por avanços nos benefícios dos funcionários entre esse período como se observou posteriormente, nas décadas de 1980 e 1990 em Igrejinha. Esse aumento no número de reivindicações aumentou apenas depois do surgimento dos sindicatos no município na década de 1980, entretanto, isso não quer dizer que já não havia entre os trabalhadores do setor um sentimento de identidade e pertenc-

cimento enquanto grupo social.

## **8 A identidade dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha**

Um dos pontos mais importantes ao se estudar determinado grupo social e/ou profissional é observar como se formou a ideia de identidade entre esse grupo. A noção de identidade e de pertencimento a determinado grupo influencia diretamente os comportamentos das pessoas que dele fazem parte. Diante disso, procura-se analisar em que contexto já se observava entre os trabalhadores operários da indústria calçadista de Igrejinha algo relacionado à identidade, ao pertencimento enquanto grupo profissional.

Dentro da “identidade social” destaca-se a chamada “identidade profissional”. Na perspectiva de Borges (2007), a identidade profissional é uma faceta da identidade social, porém ela se constitui e evolui dentro de atividades particulares, que nesse caso, são as atividades profissionais. A identidade profissional envolve várias questões, tais como: contexto social, posições socioprofissionais e relacionam-se com as situações vividas pelos agentes em luta por determinada causa e também mantém relação aos rótulos impostos/pré-concebidos pelos outros. Sem dúvida, a identidade profissional é parte integrante de uma identidade coletiva, visto que, ela se constitui a partir da posição de determinado grupo na sociedade e no contexto econômico.

Ao se analisar os trabalhadores operários da indústria calçadista de Igrejinha entre as décadas de 1960 e 1970 se percebe a construção de uma identidade profissional nesse grupo. De acordo com o sociólogo Sérgio Schneider (2004), que analisou o contexto da indústria calçadista no Vale do Rio dos Sinos, houve certa mobilização por parte dos operários no final dos anos 1970 que se refletiu no surgimento de sindicatos para o setor. Para o autor, a questão sindical foi o reflexo das mudanças que a indústria calçadista sul-rio-grandense passou a partir da década de 1970, principalmente no que diz respeito às transformações tecnológicas e a absorção dos migrantes para o trabalho industrial. Apesar de mudanças importantes nos anos 1970, é apenas na década de 1980 que “[...] os sindicatos de sapateiros do Vale dos Sinos já tinham assumido novas orientações políticas e ideológicas, incorporando práticas reivindicatórias e contestatórias” (SCHNEIDER, 2004, p. 43).

No município de Igrejinha durante as décadas de 1960 e 1970 não foi observada grande articulação grevista, em partes isso se deu porque o sindicato dos sapateiros no município surgiu apenas na década de 1980. Esse fato, entretanto, não quer dizer que entre os trabalhadores operários do setor durante os anos 1960 e 1970 já não houvesse certa identidade profissional, certo reconhecimento com sua posição no mercado de trabalho, enquanto grupo social, principalmente no que diz respeito ao seu reconhecimento enquanto grupo que participa do progresso do município, como nos mostra a imagem abaixo:

**Figura 1 – Calçados Ruth em Desfile da Semana da Pátria em 1976**



Fonte: Acervo “Memorial história do calçado nos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana” das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT).

A imagem 02 foi tirada em um Desfile da Semana da Pátria em Igrejinha no ano de 1976 e mostra uma das principais fábricas de calçados da época, o Calçados Ruth, com trabalhadores transmitindo uma mensagem relacionada com o “progresso” aos espectadores do desfile. É importante salientar que a ideia de progresso está em grande medida relacionada com os princípios defendidos e difundidos durante o regime civil-militar, mas nos mostra também que, de certa forma, os trabalhadores da indústria se percebiam como integrantes desse processo de crescimento e desenvolvimento econômico que a indústria calçadista igrejinhense passava.

Pensado nisso, pode-se retornar novamente aos estudos de Borges (2007), que destaca que a identidade profissional tem a ver também com a projeção do indivíduo sobre o seu futuro e isso interfere diretamente nas relações e valorizações que são feitas de cada indivíduo no seu espaço de trabalho. Ainda de acordo com a autora, as relações estabelecidas pelos trabalhadores em seus espaços de atuação profissional são de extrema importância para a sociabilidade no trabalho e para a construção da identidade profissional, que se reflete na atuação de um grupo profissional entre colegas, com as autoridades e com a sociedade em geral. Pode-se inferir que, para os operários da indústria calçadista de Igrejinha, a presença dos patrões na política e o apoio aos ideais defendidos pela ARENA e pelo regime civil-militar, que muitas vezes estava relacionada com o progresso econômico, poderia ser uma garantia de melhores condições financeiras e econômicas.

Além disso, é importante destacar que os trabalhadores vieram, em grande parte, de áreas rurais, onde se praticava a agricultura familiar e onde o conservadorismo era um elemento importante. Esse mesmo conservadorismo praticado nas áreas agrícolas foi moldado para o contexto industrial calçadista.

Muitas pessoas saíam da agricultura buscando melhores condições de salário e renda. Apesar disso, não abandonavam seus princípios, marcados fortemente pelas relações familiares e de parentesco, além de questões étnicas e de sociabilidade.

Para se ter uma ideia, em muitas empresas foi comum a adesão de diversos membros de uma mesma família entre os operários, como se observa no relato abaixo:

Quando eu comecei em Três Coroas, quando eu trabalhei duas semanas, eles me perguntaram se eu não tinha um irmão, eu disse ‘sim, tenho’, ‘que idade ele tem?’, eu disse: ‘treze anos’, ‘mas então, traz ele junto, nós queremos conversar com ele, ver se ele pode trabalhar conosco’. Daí eu levei ele junto e ele já começou no mesmo dia, com treze anos de idade. (D.M., ex-operário, Igrejinha).

Como se pode perceber todas essas relações que a “roça” possibilitava foram remodeladas no espaço da fábrica, tanto entre os trabalhadores, quanto entre os trabalhadores e patrões, que nas décadas de 1960 e 1970 trabalhavam diretamente com os operários. Sobre a relação ente empregados e patrões, destaca-se o relato abaixo de uma senhora que trabalhou dos anos 1950 até os anos 1980 no setor calçadista em Igrejinha:

[...] naquela época tinha mais respeito do que hoje em dia. As pessoas eram mais submissas, elas aceitavam mais as condições que eram impostas, no princípio. [...]. Depois não existia mais aquele pensamento “eu vou trabalhar certo para que a fábrica progrida e eu possa continuar ganhando o meu dinheiro para progredir também”, isso não existia mais. [...]. Mas nessa época anterior, mais no começo, aí existia essa coisa de fazer bem feito, de cuidar, de querer fazer produção porque os patrões agradavam a gente quando a gente fazia a mais, não é que agradavam em dinheiro, mas em elogios, palavras, isso fazia bem pra gente, a gente saía assobiando da fábrica quando ganhava um elogio (N.B., ex-operária, Igrejinha).

Além de sua característica conservadora, o operário do setor calçadista de Igrejinha da década de 1960 e de 1970 estava distante dos movimentos grevistas. Sobre isso, destaca-se o relato abaixo:

[...] não havia essa coisa de greve. Se tu queria um aumento, tu pedia para o chefe [...] Primeiro tu pedia para o chefe do setor, ele levava para o patrão [...], então a reivindicação era feita assim direto. [...]. Quando eu era mais jovem, eu acho que não existia isso, eu acho que não... Eu nunca precisei e também não presenciei. (N.B., ex-operária, Igrejinha).

É importante salientar que essa característica de submissão dos trabalhadores do setor durante os anos 1960 e 1970 é também o reflexo do contexto nacional do período. Não havia até os anos 1980 e, sobretudo, até os anos 1990 uma “consciência de classe”, no sentido de contestação, porque as greves e reivindicações organizadas durante o regime civil-militar eram condenadas e reprimidas.

Assim como a relação entre os trabalhadores com patrões era perpassada por laços de solidariedade, as relações entre os próprios operários também possuíam esse aspecto. Nas fábricas ocorriam momentos de sociabilidades, como as festividades de final de ano. Sobre isso, destaca-se o relato abaixo:

No Calçados Ruth eles tinham feito em vários fins de ano o melhor enfeite na Natal, quem queria concorrer se inscrevia e era catado uns lixos no chão, vamos dizer, tudo era reciclado, eram sementes, flores secas... Eu ganhei um prêmio com um abacaxi que eu enfeitei, era uma coisa bem diferente do que hoje em dia, essas coisas de Natal E... Aí a gente ganhava um premiozinho, uma coisa extra: um par de sapatos ou qualquer coisa assim, era uma premiação... Fora isso, em fins de ano as fábricas davam para cada funcionário, elas davam um presente... Eu ganhei muito vinho, uísque, toalhas de banho, de rosto, de mesa, roupas de cama, isso no fim do ano. [...]. Fim de ano você já esperava para ver o que é que vinha (N.B., ex-operária, Igrejinha).

Ao consultar as entrevistas utilizadas nessa pesquisa, foi possível perceber uma questão importante da identidade dos trabalhadores da indústria calçadista de Igrejinha das décadas de 1960 e 1970: os operários se enxergavam como participantes do desenvolvimento da cidade e muitos relataram que o trabalho nas fábricas trouxe contribuições para as suas vidas pessoais, como se observa no depoimento abaixo:

[...] quando eu comecei parecia que não era aquilo que eu estava procurando. Mas como não tinha outra alternativa, a gente meio que se obrigou no começo, mas depois que eu estava trabalhando já uns dez anos aí eu vi que aquilo ia ser um futuro para mim, eu iria cuidar e sempre trabalhar direitinho para um dia ter uma aposentadoria e, na realidade, foi o que aconteceu... (D.M., ex-operário, Igrejinha).

Ainda sobre isso, destaca-se outro relato:

O que eu tenho a dizer é que assim: o pouquinho que eu tenho hoje eu devo a este trabalho, tudo ao calçado... Devo tudo ao calçado, o pouquinho que eu consegui hoje E, e o pouco que eu conheço é tudo pelo intermédio do calçado... Não tive outra coisa na época para fazer, a não ser o calçado... Tinha as fábricas de cepa, mas só pegavam os “caras” que sabiam trabalhar naquilo, por causa das máquinas muito perigosas... Então, o que eu tenho hoje é tudo por intermédio do sapato, quem me deu este conhecimento foi a fábrica de sapato... (J.M., ex-operário, Igrejinha).

Sem dúvida, os trabalhadores da indústria calçadista foram essenciais para as transformações pelas quais Igrejinha passou durante as décadas de 1960 e 1970. Nesse contexto de mudanças, consolidou-se entre os operários do setor uma identidade que se manifestou no interior das fábricas, nos eventos cívicos do município, nas relações sociais estabelecidas e nos comportamentos desse grupo. Essa identidade foi intensamente marcada pelo conservadorismo trazido pelos trabalhadores das áreas rurais; pela ausência de aderência a greves e manifestações; pela relação dos operários com os patrões, cuja influência expandiu-se para a política do município; e também pelas redes de sociabilidades entre os próprios trabalhadores. A identidade e os comportamentos formados entre as décadas de 1960 e 1970 foram essenciais para que, nas décadas seguintes, novas formas de relação econômica fossem estabelecidas por esse grupo social.

## 9 Considerações Finais

Diante do exposto anteriormente, foi possível perceber que a produção de calçados no Rio Grande do Sul passou por um intenso processo de transformação desde a produção nas áreas de imigração alemã até os produtos exportados durante o regime civil-militar.

Nesse contexto de transformações, algumas regiões, como o Vale do Paranhana, com destaque para o município de Igrejinha, se constituíram como importantes polos de produção calçadista no Brasil. Diante disso, fez-se necessário analisar a contribuição do grupo de trabalhadores que vivenciaram esse processo.

Após a análise foi possível constatar que as transformações pelas quais a indústria calçadista de Igrejinha passou durante as décadas de 1960 e 1980 foram determinantes para a construção de uma identidade entre os trabalhadores, o que influenciou os comportamentos desse grupo na sociedade igrejinense.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

8º CENSO DO CALÇADO DO RS – 1978. Novo Hamburgo: Associação Comercial e Industrial de Novo Hamburgo.

BORGES, Maria Paula de Almeida. **Professores: imagens e auto-imagens.** Tese de doutoramento em Educação, Faculdade de Ciências, Universidade de Lisboa, 2007.

BRUSIUS, Nanci. **Entrevista para o projeto “Memorial História do Calçado dos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana” em 11 de novembro de 2016 em Igrejinha/RS.** Entrevistador: Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli.

CALONI, Joice Scheila. Indústria calçadista em Igrejinha. In: BARROSO, Véra Lucia Maciel et al (Org.). **Raízes de Igrejinha:** Porto Alegre, EST, 2008.

CARNEIRO, Lígia Gomes. **Trabalhando o couro:** do serigote ao calçado made in Brazil. Porto Alegre: L&PM: CIERGS, 1986.

COSTA, Achyles Barcelos da; DEBEROFSKI, Andréia Stein; SPRICIGO, Gisele. Transformações no processo de trabalho na indústria de calçados do Vale do Sinos. In: **Revista ABET**, vol. VII, nº 2, 2008.

DREHER, Martin N. **190 anos de imigração alemã no Rio Grande do Sul – esquecimentos e lembranças.** 2. Ed. São Leopoldo: Oikos, 2014.

ENGELMANN, Erni. **A Saga dos Alemães I - Do Hunsrück para Santa Maria do Mundo Novo,** 2004.

FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

FICO, Carlos. **História do Brasil contemporâneo**: da morte de Vargas aos dias atuais. São Paulo: Contexto, 2016.

FISCHER, Jacy Waldyr. O processo de emancipação de Igrejinha. In: BARROSO, Véra Lucia Maciel et al (Org.). **Raízes de Igrejinha**: Porto Alegre, EST, 2008.

**IBGE**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/igrejinha/panorama>. Acesso em 15 de março de 2018.

Livro de registros da relação de associados do Sindicato da Indústria de Calçados de Igrejinha.

MARTINS, João Francisco. **Entrevista para o projeto “Memorial História do Calçado dos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana” em 24 de outubro de 2016 em Igrejinha/RS**. Entrevistador: Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli.

MARTINS, Rodrigo Perla. **A produção calçadista em Novo Hamburgo e no Vale do Rio dos Sinos na industrialização brasileira**: exportação, inserção comercial e política externa: 1969-1979. Tese de doutorado em História. PPGH/PUC-RS. Porto Alegre, 2011.

MÜLLER, Delcio. **Entrevista para o projeto “Memorial História do Calçado dos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana” em 25 de setembro de 2016 em Igrejinha/RS**. Entrevistador: Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli.

NAPOLITANO, Marcos. **História do Brasil República**: da queda da Monarquia ao fim do Estado Novo. São Paulo: Contexto, 2016.

PROJETO DE LEI para criação do município de Igrejinha de 1964.

REICHEL, Heloísa. **A industrialização no Rio Grande do Sul na República Velha**. In: DACANAL, José Hildebrando; GONZAGA, S. (Orgs.). **RS: Economia e Política**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1979.

ROCHE, Jean. **A colonização alemã e o Rio Grande do Sul II**. Trad. Emery Ruas. Porto Alegre: Editora Globo, 1962.

SCHEMES, Claudia; PRODANOV, Cleber Cristiano; MARTINS, Rodrigo Perla [et al]. **Entre o local e o nacional**: história e memória dos pioneiros da exportação calçadista no Vale dos Sinos (RS). *História Oral*, v. 16, n. 2, p. 149174, jul./dez. 2013.

SCHNEIDER, Sérgio. O mercado de trabalho da indústria coureiro-calçadista do Rio Grande do Sul: formação histórica e desenvolvimento. In: COSTA, Achyles Barcelos da; PASSOS, Maria Cristina (Orgs.). **A indústria calçadista no Rio Grande do Sul**. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2004.

WILBERT, Anilda Haag. **Entrevista para o projeto “Memorial História do Calçado dos municípios de Igrejinha e Três Coroas no Vale do Paranhana” em 25 de setembro de 2016 em Igrejinha/RS**. Entrevistador: Gabriel Osmar Wilbert de Bortoli.

# Avaliação dos principais fatores de satisfação dos clientes de uma pousada localizada na cidade de Canela/RS.

Jaqueline da Silva Wolff<sup>1</sup> | Sandro Cezer Pereira<sup>2</sup>

---

## Resumo

Este artigo tem como objetivo geral analisar a percepção quanto à satisfação e ao encantamento dos clientes da Pousada Doce Canela, avaliando suas principais impressões. Os objetivos específicos da pesquisa são: perceber quais são os fatores ligados à Pousada Doce Canela que mais “encantam” os clientes; analisar quais são os possíveis pontos de melhoria; apresentar, de forma geral, sugestões vindas dos próprios clientes e como implementá-las de maneira mais efetiva com apoio da direção da pousada. Quanto à metodologia de pesquisa, sua abordagem é qualitativa e quantitativa, para coletar e analisar os dados do estudo. A pesquisa é exploratória porque pretende descobrir a satisfação e o encantamento no setor hoteleiro. Quanto aos procedimentos, é um estudo de caso, para entender como se dá a logística de trabalho no setor da hotelaria. Trata-se também de uma pesquisa bibliográfica, com os principais autores: Andrade (2002), Castelli (2003), Dias (2013), Moreira (2009), entre outros. Além disso, realizou-se, uma entrevista estruturada, aplicada aos hóspedes da Pousada Doce Canela. Seguem em destaque os capítulos explicando um contexto geral sobre aspectos do turismo, hotelaria, conceito de cliente e satisfação dos clientes. A análise foi feita a partir dos resultados obtidos, destacando que a pousada busca sempre o melhor para seus clientes, embora às vezes não atingindo a total satisfação desses.

**Palavras-chave:** Clientes. Satisfação de clientes. Satisfação na Hotelaria. Encantamento. Hotelaria.

## Abstract

*This article aims to analyze the perception on the satisfaction and enchantment of the Doce Canela Inn customers, evaluating their main impressions. The specific objectives of the research are: to understand what are the factors related to Doce Canela Inn that most enchant the customers; to analyze what are the possible points of improvement; to present, in general, suggestions that come from the costumers and how to implement them in a more effective way with the support of the Inn management. As for the research methodology, it has a qualitative and quantitative approach, to collect and analyze the study data. This is an exploratory research because it seeks to discover satisfaction and enchantment in the hotel industry. As for the procedures, this is a case study, to understand how the logistics of work occurs in the hotel industry. It is also a bibliographic research, with them main authors: Andrade (2002), Castelli (2003), Dias (2013), Moreira (2009), among others. In addition, a structured interview was carried out with the guests of Doce Canela Inn. The following chapters stand out explaining a general context on aspects of tourism, hotel industry, customer concept and customer satisfaction. The analysis was made from the obtained results, highlighting that the inn Always seeks*

---

<sup>1</sup> Graduada em Turismo pelas Faculdades Integradas de Taquara - Faccat. Taquara/RS. jaquelinewolff@gmail.com.

<sup>2</sup> Professor das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. Orientador. sandro.cezer@faccat.br



*the best for its customers although sometimes not reaching their full satisfaction.*

**Keywords:** *Customers. Customer satisfaction. Satisfaction in Hotel Industry. Enchantment. Hotel Industry.*

## **1 Introdução**

A hotelaria vem crescendo a cada ano. Tem como finalidade principal a hospedagem, alimentação, entretenimento e lazer, visando ao bem-estar do hóspede. Nesse sentido, conta com um desafio cada vez maior, que é não apenas satisfazer o cliente, mas encantá-lo. A qualidade do serviço prestado, no atendimento e no pós-venda, é uma das premissas para satisfazer e encantar os clientes, os quais têm sido cada vez mais exigentes diante uma concorrência acirrada, pois desejam que suas expectativas não sejam apenas atendidas, mas sim superadas, tornando sua hospedagem uma total satisfação. Nesse sentido, a presente pesquisa apresenta como a Pousada Doce Canela está capacitada a oferecer um serviço de qualidade a todo e qualquer hóspede. O trabalho traz em seu tema a avaliação da satisfação dos clientes da Pousada. A proposta de pesquisar a temática da satisfação dos clientes na hotelaria se dá por demandar um público cada vez mais exigente nas atividades de turismo, inclusive na hotelaria. Tem como problema de pesquisa: “Quais são os principais fatores que trazem satisfação aos clientes da Pousada Doce Canela?”.

A fim de mostrar a organização da pesquisa, são apresentados os aspectos gerais do Turismo, o setor de Turismo na Região das Hortênsias e alguns aspectos da Cidade de Canela. Apresenta-se o tema *hotelaria*, com uma breve abordagem do seu surgimento e a classificação dos meios de hospedagem.

De forma sucinta, apresenta-se o conceito de cliente, as principais premissas quanto à sua satisfação e os fatores relevantes quanto à satisfação dentro da área de serviços ligada ao ramo hoteleiro. Em seguida, é descrito o percurso metodológico que norteia a pesquisa, para obter a resposta do problema em questão e contribuir para a análise da satisfação dos hóspedes dos meios de hospedagem, analisando os dados coletados e a discussão a respeito, a partir das entrevistas realizadas. Na sequência, apresenta-se a análise dos dados coletados. Por fim, apresenta-se a conclusão, na qual se explora o desfecho da pesquisa.

## **2 Fundamentação teórica**

### **2.1 Turismo: aspectos gerais**

Os primeiros registros sobre o deslocamento deram-se na Grécia Antiga, antes da era Cristã, quando as pessoas viajavam por motivos religiosos ou esportivos ou, ainda, por necessidades de conhecimento, mas já envolvendo algum tipo de alojamento e alimentação. Os gregos deslocavam-se para Olímpia para participar de Jogos Olímpicos, já os Romanos tiveram suas primeiras viagens de lazer por parte dos nobres que queriam visitar grandes templos (BOITEUX; WERNER, 2009).

Segundo Dias (2013), um grande aumento nos deslocamentos ocorreu entre

o fim do Império Romano e início do século XV, por motivos religiosos e comerciais, denominando-se *Grandes Navegações*.

A nobreza europeia, nos séculos XVII e XVIII, iniciava um tipo de viagem com uma relação direta do surgimento do turismo moderno, enviando seus filhos para viagens com finalidades educativas, acontecendo, principalmente, na Europa, Grécia e Oriente Médio. Essas viagens mais distantes denominaram-se *grand tours*, demorando muitas vezes até três anos (DIAS, 2013). Conforme Andrade (2002), eram considerados detentores de cultura apenas quem tivesse formação ou educação coroadas por um *grand tours*. Na época, esses deslocamentos não tinham visão e importância econômica e social.

Foi no século XIX que surgiram as palavras turismo e turista. De acordo com Dias (2013), turismo seria a teoria e a prática de viajar por prazer, já o turista é a pessoa que faz a excursão, por recreação, por prazer, observando-se que ele permanece pelo menos 24 horas no local visitado, com objetivo voltado ao lazer, a negócios ou à família. Ainda para Dias (2013), além de turistas, podem ser denominados os excursionistas ou visitantes de um dia os que não pernoitam no local visitado, ou seja, permanecendo por menos de 24 horas, não utilizando nenhum meio de alojamento.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), “O Turismo compreende às atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros” (BUHALIS *et al.*, 2001, p.3).

“O turismo é uma atividade altamente sofisticada, que movimenta bilhões de dólares por ano, envolve uma diversidade de serviços e pessoal especializado e atinge centenas de milhares de pessoas em todo o ano” (CAMPOS; GONÇALVES, 2005, p. 23).

“O turista é a pessoa que se desloca de sua residência fixa, por mais de 24 horas, com pernoite, em um país ou região, efetuando gastos com fins de recreação, descanso, cultura, saúde ou negócios” (CÂNDIDO; VIEIRA, 2003, p. 23).

Considera-se que o século XIX foi o marco inicial para o desenvolvimento do turismo moderno, uma vez que os avanços tecnológicos que propiciaram a Revolução Industrial contribuíram para o aumento das viagens, com o descobrimento do vapor, a invenção do trem e das ferrovias, ocorrendo o aumento de pessoas viajando (DIAS, 2013).

Conforme Boiteux e Werner (2009), foi com Thomas Cook que se iniciou a época do turismo moderno, quando esse lançou o primeiro pacote de turismo. Ele organizou uma viagem completa, com transporte, acomodações e atividades ou satisfações em um novo e desejado destino. A inovação foi copiada no mundo inteiro, e ele contribuiu para mudar a imagem das viagens: “[...] de uma atividade necessária, de uma tarefa voltada para a educação, para um prazer, um entretenimento e um novo conceito – as férias” (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 30). Afirma Dias (2013) que, em 1936, com a primeira Convenção Internacional do Trabalho, surgiram as férias remuneradas, fator imensamente importante para o turismo, pois as pessoas tinham seu tempo livre para viajarem.

Com a invenção do automóvel, no século XX, ampliou-se ainda mais o número

de viajantes, tornando-se necessária a construção de rodovias que permitissem o deslocamento (DIAS, 2013).

A aviação, em 1945, surgiu como outro meio de transporte utilizado pela indústria turística, ampliando ainda mais o número de viajantes. Segundo Barreto (2014), em 1949, foi vendido o primeiro pacote aéreo, e, partir de 1957, o turismo aéreo passou a ser preferido ao turismo de cruzeiro pelo tempo de deslocamento.

Em 1960, surgiram as primeiras operadoras de turismo, aumentando assim as modalidades alternativas, não predominando mais praia e sol, e sim um turismo voltado à natureza e à consciência ambiental. Conforme Dias (2013), o turista tornou-se mais exigente em relação a produto, buscando mais qualidade em toda a viagem.

Dias (2013) ainda afirma que o turismo teve um crescimento, tornando-se o maior movimento de pessoas já ocorrido na história da humanidade, superando todos os outros setores, como petrolífero, automobilístico e eletrônico, ressaltando-se que as tendências indicam maior aumento para o futuro.

O Turismo é uma atividade sofisticada que movimenta bilhões de dólares por ano e que atinge centenas de milhões de pessoas. Inúmeros locais transformaram-se em complexos turísticos pelas mais variadas razões: belezas naturais, núcleos históricos ou artísticos, centros comerciais, de convenções ou culturais (TRIGO, 1993, p. 60).

Conforme Beni (1997), vale destacar que o turismo é um importante meio para:

- a) Promover informações sobre uma determinada localidade ou região, seus valores culturais, naturais e sociais;
- b) Aumentar o desenvolvimento econômico e cultural da região;
- c) Integrar a consciência nacional;
- d) Desenvolver a criatividade em diversos campos;
- e) Promover sentimento de liberdade, estimulando o interesse por viagens turísticas.

### *2.1.1 Turismo na Serra Gaúcha e na Região das Hortênsias*

A Região da Serra Gaúcha está localizada no nordeste do estado do Rio Grande do Sul, conforme a Secretaria do Turismo do Rio Grande do Sul, e abrange três microrregiões: Uva e Vinho, Região das Hortênsias e Campos de Cima da Serra. A tranquilidade, a sofisticação e a hospitalidade fazem com que a Serra Gaúcha seja um dos destinos mais procurados do Brasil. Composta fortemente por influência italiana e alemã, isso se reflete na culinária e na arquitetura. (WWW.SERRAGAUCHA.COM.BR, 2018).

Destino mais visitado do Rio Grande do Sul e um dos melhores destinos brasileiros, a Região das Hortênsias traz qualidade nos serviços, o bem-estar e a hospitalidade como prioridade e a diversidade na oferta turística. As cidades que compõem a Região das Hortênsias são: Canela, Gramado, Nova Petrópolis, Picada Café e São

Francisco de Paula, tendo como símbolo da região a própria flor: hortênsia. (RIO GRANDE DO SUL - SECRETARIA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL, 2018).

O turismo na Região das Hortênsias possui um peso econômico muito forte, 9,2% do Valor Adicionado Bruto em toda região, 16,8% no município de Gramado e 7,1% no município de Canela. Os dois municípios possuem o maior peso sobre a economia local de todo o RS (FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA - FEE, 2018).

### 2.1.2 Canela

Canela é um município da Região das Hortênsias. Tem como municípios vizinhos Gramado, Caxias do Sul, São Francisco de Paula e Três Coroas, e está a 123 km da Capital Porto Alegre (PREFEITURA MUNICIPAL DE CANELA, 2018).

A denominação do município teve origem em uma árvore caneleira na qual os tropeiros descansavam e faziam suas pousadas no século passado. O pequeno povoado que se formou era constituído de famílias de imigrantes italianos e alemães, tornando-se logo passagem entre os Campos de Cima da Serra e Porto Alegre, devido às atividades industriais, pois os tropeiros iam para a capital para vender seus artigos (SECRETARIA DE TURISMO DO RIO GRANDE DO SUL, 2018).

Cidade voltada para o turismo, Canela já encanta os turistas por estar ligada ao caminho que leva à famosa cidade de Gramado, que fica a 7 quilômetros. Canela possui vários eventos, boa gastronomia, ótimo comércio e excelentes meios de hospedagens (GRAMADO.COM.BR, 2018).

A cidade possui uma vasta rede hoteleira, com aproximadamente 4 mil leitos. Entre esses estabelecimentos, está a Pousada Doce Canela (PREFEITURA MUNICIPAL DE CANELA, 2018).

Construída em 1981, por uma importante família da cidade, o casarão da Doce Canela foi utilizado como uma habitação confortável por décadas.

Após passar por uma ampla reforma, reabriu como pousada em 2010, aberto em 2013 pelos atuais proprietários, que adicionam sua experiência em hotelaria. Atualmente, Doce Canela é uma das pousadas mais bem avaliadas da Serra Gaúcha e chegou a ser indicada como um dos 10 melhores hotéis de inverno do Brasil. Seu segredo é uma beleza das instalações com atenção a cada detalhe, na decoração, no delicioso café da manhã ou no clima acolhedor criado por toda a equipe (POUSADA DOCE CANELA, 2018).

Localizada na cidade de Canela, a 10min de Gramado, tem um estilo *vintage*, possui 15 apartamentos, divididos entre as categorias Suíte Luxo, Suíte Luxo Superior e Suíte Master.

Conforme um dos proprietários da Pousada Doce Canela, Sr. Daniel Della Rosa, os apartamentos possuem as características abaixo:

- Suíte Luxo: decoração estilo provençal, cama *queen size* com colchão de molas, frigobar *retrô*, ar condicionado, calefação e água com aquecimento central de caldeira, TV LCD 21", canais SKY, secador de cabelo e telefone, andar térreo".
- Suíte Luxo Superior: decoração estilo provençal com um toque *vintage*,

cama *queen size* com colchão de molas, suíte ampla, frigobar *retrô*, ar condicionado, ventilador de teto, calefação e água com aquecimento central de caldeira, TV LCD 21”, canais SKY, secador de cabelo e telefone, andar superior.

- Suíte Master: decoração estilo provençal com um toque *vintage*, cama *queen size* com colchão de molas, suíte ampla com dois ambientes (sala e quarto), banheiro amplo com *living*, poltrona reclinável e giratória, frigobar *retrô*, ar condicionado, ventilador de teto, calefação e água com aquecimento central de caldeira, 02 TVs LCD 21 e 29”, canais SKY, secador de cabelo, telefone e cofre.

A pousada conta com uma estrutura de recepção 24 horas, café da manhã com especiarias regionais, serviço de quarto, piscina, sala de leitura, espaço *gourmet*, lareira, um amplo jardim, estacionamento e internet em todos os ambientes. Todos os apartamentos possuem aquecimento via calefação e ar condicionado.

Todos os detalhes foram muito bem planejados, fazendo o hóspede sentir-se em sua própria casa, segundo a sócia-proprietária Lenice Schneiders.

Ainda conforme Daniel Della Rosa, socioproprietário da Pousada, a Doce Canela tem como missão: “Realizar os sonhos dos nossos clientes a partir de uma hospedagem diferenciada, sempre respeitando a diversidade da nossa equipe e o meio ambiente, desenvolvendo a sociedade e gerando resultados”.

A Pousada Doce Canela prioriza a qualidade em seus serviços e o atendimento a seus hóspedes. Conforme a *Booking.com*, sua pontuação é de 9,6 (BOOKING.COM, 2018).

## 2.2 Hotelaria

A hotelaria é um fator de acolhimento turístico de grande relevância, um produto turístico que engloba toda a experiência, desde o sair de casa até o momento da volta. Segundo Dominguez (2001), é uma atividade realizada para satisfazer a necessidade dos clientes ou turistas. O produto turístico engloba elementos como atrativos, hospedagem e transporte. Para Dias (2013), o produto turístico é uma compra antecipada de expectativas, tornando-se uma experiência. A hospedagem é parte de um sistema turístico que sofre influência dos demais, e os demais sofrem influência da hospedagem. O hotel deixa de ser apenas um local para se alojar e passa a ser um local multifuncional, que recebe inclusive eventos.

Além disso, a maior parte do tempo as pessoas passam em suas casas, embora trabalhem, façam compras, visitem amigos e parentes. No entanto, cada vez mais o número de pessoas que ficam longe de casa aumenta, muitos por negócios, outros por passeios. Esse grande número acaba ficando em hotéis. Segundo Medlik e Ingram (2002), acomodar aqueles que estão longe de casa é a função de um hotel, diferente de outros tipos de negócios, cujas funções são suplementares.

Também os hotéis possuem um papel muito importante para todos os países, pois oferecem instalações para reuniões, conferências, negócios, lazer, recreação e são importantes também para a economia do país, estado, município.

Um hotel é um negócio com seus próprios produtos e mercados, tecnologias e métodos, que não se prestam às análises fáceis. Oferece vários produtos distintos em combinação variada para venda em diversos mercados. Combina produção e venda sob o mesmo teto. Está em contato íntimo com seus clientes que consomem os produtos do hotel no ponto de venda. Tem alto índice de capital para a venda; na verdade, tende a ser concentrado na mão-de-obra. Assim, sob vários aspectos, um tratamento significativo da atividade do hotel merece reconhecimento e explicação dessas realidades, em vez de uma adaptação de teorias gerais sobre o negócio de hotéis (MEDLIK; INGRAM, 2002, p.1).

Os registros da hospedaria existem há muito tempo, ainda na época dos Jogos Olímpicos, pois sua organização contava com instalações que eram um grande abrigo, com o objetivo de dar repouso e privacidade aos atletas de fora. Os Romanos tiveram um papel importante no desenvolvimento da hospedagem. Roma governava a Itália Central, trazendo, assim, a necessidade de construir caminhos para que os homens transitassem, construindo, desse modo, o primeiro caminho romano. Esse deslocamento a outras terras implicava a necessidade de alojar-se em algum lugar, e os romanos geralmente se alojavam em casas particulares, em templos pagãos das cidades (LA TORRE, 2001).

Segundo Cândido e Vieira (2003), para atender aos viajantes e aos caminheiros que transitavam pelas longas estradas, vários locais de hospedagem existiam, muito diferentes dos dias atuais. Nas estalagens, a prioridade eram os animais, principalmente os cavalos, que eram o meio de transporte dos viajantes. O abrigo dos cavaleiros era próximo dos cavalos, nas cocheiras. Já as pessoas importantes da época deixavam seus cavalos e suas cargas e nas casas particulares se abrigavam.

O fim da Idade Média trouxe o aparecimento dos primeiros estabelecimentos de hospedagem que se transformaram em pousadas e tabernas. Conforme La Torre (2001), as pousadas eram de fins lucrativos, localizadas em povoados, oferecendo alimentos e bebidas. Já as tabernas tinham o mesmo objetivo, porém localizadas nas estradas distantes dos povoados. O viajante tinha que dividir a cama com pelo menos uma pessoa. Já o hoteleiro surgiu na Idade Média para atender somente aos viajantes de classe rica, procurando prestar o serviço da melhor forma possível, pois, quanto melhor fosse o atendimento, melhor seu crédito (CÂNDIDO; VIEIRA, 2003).

No século XVIII, surgiram os primeiros hotéis, mas seu crescimento foi apenas no século XIX. Naquele período, os hotéis e pensionatos dominaram o mercado de hospedagem. Em 1760, surgiu o termo *hotel*, uma casa grande cujos apartamentos eram alugados por dia, semana ou até mesmo por mês. Ainda no século XIX, os hotéis passaram a ter gerentes e funcionários uniformizados. O século XX trouxe muita especialização e sofisticação, com um crescimento e expansão, surgindo assim a concorrência no mercado geral da hospedagem (MEDLIK; INGRAM, 2002). Com o surgimento da EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo, muitos projetos ligados ao Turismo e à Hotelaria foram aprovados, mudando a situação da hospedagem no Brasil.

Conforme Andrade (2002), embora a hotelaria tenha se expandido a ponto de se tornar um dos setores mais importantes de prestação de serviço e de grande

relevância econômica, foi o Conselho Internacional de Hoteleiros, fundado na Alemanha, que demonstrou consciência das dimensões de serviços e hospedagem em nível comercial de alta lucratividade.

O hotel pode ser considerado um sistema, pois é composto por vários subsistemas, como alimentos e bebidas, hospedagem e administração, em que cada área pode ser subdividida como, por exemplo, a hospedagem, composta por recepção, telefonia e governança. Segundo Beni (1997, p. 23), “[...] sistema é um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio”.

Para orientar o mercado turístico e os consumidores sobre os tipos e categorias dos empreendimentos, criou-se a classificação de meios de hospedagem, conforme pode ser visto na próxima subseção deste artigo.

### 2.2.1 *Classificação dos meios de hospedagem*

Pode-se considerar o meio de hospedagem o ponto fundamental na experiência de quem resolve fazer turismo, pois de nada adianta os atrativos estarem preparados, apresentados, o deslocamento perfeito, se sua estada não for de boa qualidade. Praticamente todos os países adotam critérios para classificação dos estabelecimentos hoteleiros, por meio de avaliações de órgãos governamentais ou de entidades especializadas no setor (ANDRADE, 2002).

Segundo Cândido e Vieira (2003), em se tratando da classificação formal à primeira, essa foi criada, em 1998, pela EMBRATUR, e suas categorias obedeciam à seguinte sequência:

- Luxo superior, ou cinco estrelas: instalações com muito luxo, conforto, qualidade e decoração esmerada. Com características básicas de apartamentos e banheiros amplos, banheiro privativo com água quente, ar condicionado central, telefone, garagem, piscinas, quadra de esportes, serviço de alimentação 24 horas e troca diária de roupa de cama.
- Luxo, ou quatro estrelas: assim como a anterior, com exceção de quadra de esportes, ar condicionado central com medidas um pouco menores da super-luxo.
- *Standard superior*, ou três estrelas: apresenta o conforto e os serviços iguais aos anteriores, porém suas áreas não são tão amplas e os supérfluos não são tão fartos, oferece serviço de A & B completo durante dezesseis horas por dia.
- *Standard*, ou duas estrelas: as instalações são mais simples, mas com equipamentos de ótima qualidade, sem o serviço de alimentação.
- Simples, ou uma estrela: mais modestos, possuem banheiros, e a troca de roupa e banho ocorre em dias intercalados.

A partir de uma nova revisão, foi criado o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SBClass), em parceria com o Ministério do Turismo, Inmetro, Sociedade Brasileira de Metrologia e a Sociedade Civil. Como estratégia para aumentar a competitividade, para obter a classificação, é obrigatório o meio de hospedagem estar cadastrado no sistema Cadastur.

CADASTUR é o Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo. Executado pelo Ministério do Turismo (MTur), em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo nos 26 Estados do Brasil e no Distrito Federal, permite o acesso a diferentes dados sobre os prestadores de serviços turísticos cadastrados (CADASTUR, 2018).

O Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu sete tipos de meios de hospedagem para atender à diversidade da rede hoteleira: Hotel, *Resort*, Hotel Fazenda, Cama e Café, Hotel Histórico, Pousada e *Flat/Apart-Hotel* (CADASTUR, 2018).

- Hotel: deve ter serviço de recepção 24 horas, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais ou de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária. Pode ser classificado de 1 a 5 estrelas;
- *Resort*: hotel que possui uma infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviço de estética, atividades físicas, recreação e atividades com a natureza no próprio empreendimento. Pode ser classificado de 4 a 5 estrelas;
- Hotel-Fazenda: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência no campo. Pode ser classificado de 1 a 5 estrelas;
- Cama e café: hospedagem em residência de, no máximo, três unidades habitacionais, para uso turístico, com serviço de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside. Pode ser classificado de 1 a 4 estrelas;
- Hotel Histórico: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou, ainda, que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos. Pode ser classificado de 3 a 5 estrelas.
- Pousada: empreendimento de característica horizontal, composto de, no máximo, 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único, com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs. Pode ser classificado de 1 a 5 estrelas.
- *Flat/Apart-Hotel*: constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação. Pode ser classificado de 3 a 5 estrelas.

Conforme Guzela, a classificação *Pousada* tem a seguinte caracterização:

Com uma administração mais familiar, as pousadas trabalham com um número menor de quartos, podendo variar de locais simples a estabelecimentos luxuosos, sendo que o valor também varia. Normalmente, a alimentação e a recepção são feitas pelos próprios familiares. A exceção vale para o serviço de limpeza, que, às vezes, pode ser realizado por funcionários (GUZELA, 2012, p. 49).



Conforme Dias (2013), a empresa hoteleira possui uma estrutura semelhante às demais empresas, podendo-se identificar os setores claramente: financeiro, comercial, administrativo e o de abastecimento.

## 2.3 Conceito de cliente

O cliente é a pessoa mais importante dentro da empresa, seja qual for o seu ramo. Cliente é ser membro de alguma comunidade, ser um freguês, nunca é um simples passante (MOREIRA, 2009).

De acordo com Moreira (2009, p. 245), “Sem dúvida o cliente é a única fonte saudável de recursos econômicos de uma empresa”. Ter clientes, além de ser uma das dimensões do negócio, é a base de tudo, sendo a falta deles o maior risco que uma empresa pode ter. O maior propósito para o sucesso de qualquer empresa é saber conseguir e, além de tudo, manter os clientes.

Segundo Schmitt (2004), todas as empresas dão importante valor para o cliente, nenhum empreendimento, seja qual for, sobrevive sem clientes, a empresa só irá progredir se conseguir atraí-los e mantê-los.

Para Sheth, Mittal e Newman (2001, p. 29), “[...] cliente é uma pessoa ou uma unidade organizacional que desempenha um papel na consumação de uma transação com o profissional de marketing ou com uma entidade”.

Algum tempo atrás, as empresas focavam seu interesse nos produtos, embalagens e preços. Esse esforço continua, mas agora com um esforço maior, que é focalizar o consumidor que vai utilizar o produto. Trata-se de entender o freguês, colocar-se no lugar dele. Atualmente, nenhuma empresa vive sem os clientes, eles são os destinatários finais do produto, independente do produto ser tangível (mercadoria) ou intangível (serviço) (SILVA; ZAMBON, 2017).

Conforme Moreira (2009), as preocupações cada vez mais estão voltadas ao cliente, tudo se justifica pelo resultado que esse proporciona para a empresa, e o foco sempre deve ser ele. O cliente começou, então, a ter papel primordial no desempenho dos negócios das empresas, passou a ser o pilar para a sobrevivência e o futuro da organização, e lidar com ele se tornou algo voltado à busca por atender às suas necessidades, oferecer atendimento mais rápido, proporcionar formas de fidelização, realizar pesquisas de satisfação e propaganda.

As empresas devem, cada vez mais, preocupar-se com a importância de cada cliente, com formas diferentes, mas todos são importantes, e essa importância se dá na relação entre cliente e empresa (GORDON; PINHEIRO, 2001).

### 2.3.1 As principais premissas quanto à satisfação dos clientes

Satisfazer as pessoas é atender as necessidades de todas as pessoas com quem a empresa tem compromisso, como empregados, clientes, acionistas ou vizinhos. Para isso, é importante um diálogo permanente, a fim de evitar o desequilíbrio e manter a sobrevivência da empresa (CASTELLI, 2003).

A satisfação do cliente é igual à superação das expectativas, ou, quando os de-

sejos do indivíduo são atendidos, ele não apenas compra o produto, ele quer atender às suas necessidades e desejos. Conforme Las Casas (2012), o contato com o cliente tem sido o principal fator para proporcionar a satisfação dele. Clientes satisfeitos são fiéis, não apenas irão retornar, mas farão um *marketing*, auxiliando na ampliação de novos fregueses. Porém, ele não pode sair apenas satisfeito, deve sair muito satisfeito (CORRÊA; CAON, 2016).

De acordo com Kotler e Keller (2006), a satisfação é a sensação de prazer do cliente, comparando o desempenho percebido de um produto com as suas expectativas. Os clientes, quando possuem suas expectativas atendidas, tornam-se satisfeitos, já quando a expectativa é além do esperado, tornam-se muito satisfeitos, podendo, muitas vezes, chamar essa sensação de encantamento. As expectativas dos clientes são baseadas em alguns fatores, como: necessidades e desejos do cliente, a experiência vivida, a comunicação, a comunicação por meio da propaganda e o preço (CORRÊA; CAON, 2016).

Para o ramo hoteleiro, a satisfação de clientes é a avaliação que é influenciada pelos desejos e expectativas quanto à qualidade e desempenho do produto ou serviço que está sendo comprado ou utilizado. O cliente busca, cada dia mais, produtos que lhe satisfaçam.

Segundo Fernandes (2000), existem alguns fatores que influenciam na satisfação dos clientes na qualidade dos serviços:

- Ser diferente para melhorar: estar sempre inovando para atender as necessidades, pois, na competitividade, o diferente sempre estará à frente;
- Melhor qualidade/ melhor preço: além de inovar, os serviços qualidade/preço deverão encher os olhos dos clientes para que esses voltem a usar este serviço;
- Melhoria contínua: estar melhorando sempre, produzir cada vez mais produtos de qualidade a um custo menor.

O processo de satisfação de um cliente inicia quando ele procura a empresa, podendo ter sido a partir de uma propaganda, de uma indicação, de mídias sociais, sendo que, desde o primeiro contato, já se nota sua satisfação (LIMA, 2006). A satisfação do cliente é o resultado da qualidade, que gera lucro, retorno e também fideliza o cliente.

### *2.3.2 Fatores relevantes quanto à satisfação dos clientes dentro da área de serviços ligada ao ramo hoteleiro.*

A hotelaria pode ser considerada a indústria de bens e serviços. E, como qualquer ramo industrial, possui características próprias de organização e sua finalidade principal é a hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança, bem-estar e encantamento dos hóspedes. Segundo Castelli (2003), os hóspedes fazem parte de uma etapa de serviço já estabelecida, desde o momento do *check-in*, até a solicitação de um pedido, ou a chegada ao apartamento, sendo que os clientes consomem vários itens durante sua estadia.

Para Petrocchi (2002), a hotelaria não pode basear-se somente nos fatores internos, necessita também preocupar-se com os fatores externos, como o meio turístico onde está inserida, preservação do meio ambiente, qualidade nos atrativos turísticos, entre outros.

O diferencial competitivo na concorrência acirrada é o atendimento, essencial para qualquer empreendimento se manter no ramo hoteleiro. Sempre se pensou que atender bem era receber com um sorriso, um cafezinho, educação e carisma. Mas atender bem vai muito além disso, é tratar bem e atender às necessidades e demandas do cliente. O atender bem está muito ligado à comunicação com o cliente, desde a propaganda da pousada via *site*, *Facebook*, *Tripadvisor*, depois com o serviço prestado ao cliente durante sua hospedagem e conclui-se com o pós-vendas (COSTA, 2016).

Conforme Mowen e Minor (2003), algumas características da qualidade do serviço são atributos segundo os quais os hóspedes do ramo hoteleiro avaliam o serviço de uma forma geral:

- Tangíveis: instalações físicas, equipamentos e aparência dos funcionários;
- Confiabilidade: o funcionário sempre transmitir capacidade e se sentir seguro no atendimento;
- Tempo de resposta: sempre estar à disposição do hóspede;
- Segurança: o conhecimento e a cortesia dos funcionários, transmitir sempre muita segurança e convicção;
- Empatia: capacidade dos funcionários em preocupar-se com as pessoas e colocar-se no lugar do hóspede.

A qualidade do serviço é um fator relevante na competitividade, a qual tem se tornado algo muito discutido nas organizações, é uma premissa de planejamento, que precisa prevalecer seja qual for a dimensão do hotel. Uma pousada com poucas unidades habitacionais pode ter um alto grau de qualidade dentro de sua proposta. Não é necessário ter luxo para ter qualidade, pois cada meio de hospedagem possui sua classificação e categorização (PETROCCHI, 2002). Segundo Lima (2006), a empresa, para ter um bom atendimento, necessita de investimento em tempo e dinheiro para conquistar cada vez mais clientes. Um mau atendimento coloca em risco todos os esforços utilizados, pois é por meio do atendimento que o local ficará conhecido e bem-sucedido.

O cliente gosta de ser chamado pelo nome, sentindo-se assim mais especial, uma vez que criar laços de amizade encanta-o. A excelência tem foco no serviço ao cliente, correspondendo a um conjunto de atividades relacionadas às necessidades dos clientes, aumentando a expectativa e o nível de satisfação. A linha de frente no ramo de hospedagem deve prestar um serviço técnico, além da simpatia e da atenção. Para o sucesso empresarial, a excelência no atendimento é fundamental, pois o sucesso depende da satisfação do cliente. Atualmente, os clientes estão cada vez mais exigentes, pois eles possuem grande poder de escolha (GERSON, 2001).

Atendimento com excelência é obrigação e responsabilidade de toda empre-

sa, e não somente de vendedores. A excelência precisa estar presente desde o simples *bom dia*, até a próxima compra (RIZZI; SITA, 2012).

Excelência é o conjunto de atividades desenvolvidas por uma organização com orientação ao mercado, direcionadas a identificar as necessidades dos clientes, procurando atender as expectativas, criando ou aumentando o seu nível de satisfação (PRIETO, 2007 *apud* LAS CASAS, 2012, p. 24).

O papel dos empreendimentos hoteleiros é encantar o cliente e não apenas satisfazê-lo, pois os mais competitivos desejam superar as expectativas e não apenas criar um simples sorriso no rosto do cliente. A empresa deve estar atenta aos desejos e às necessidades do cliente para cada vez mais chamar a clientela (KOTLER; KELLER, 2006).

O termo 'encantamento' aparece na literatura de psicologia como uma emoção advinda, geralmente, de uma combinação de outras emoções. Na literatura do comportamento do consumidor, este termo começa a aparecer por volta do início dos anos 90, como sendo um termo para designar um grupo de consumidores que estivesse vivenciando altos níveis de satisfação e de prazer com a experiência de consumo (ALMEIDA; NIQUE, 2007, p. 110).

Conforme Almeida (2003), o encantamento do cliente é um estado profundamente positivo à experiência, serviço ou produto adquirido, incluindo aqui a surpresa.

Cada cliente deve ser único, e o seu tratamento deve ser diferente e valorizado. Na visão de Peppers e Rogers (2000), para desenvolver um relacionamento entre empresa e consumidor, sugere-se um programa de *marketing one-to-one*, tendo quatro passos básicos a serem seguidos: identificar, diferenciar, interagir e personalizar. Todos são importantes, porém é necessário entender suas diferenciações.

- Identificar: identificar os clientes é conhecer suas particularidades, a melhor forma de contato e as relações com a empresa. Para Peppers e Rogers (2000), se a empresa não tem uma forma de identificar uma parcela de seus clientes, ela não está preparada para lançar uma iniciativa *one-to-one*.
- Diferenciação: ocorre por um serviço inovador, dando um toque de serviço personalizado para o hóspede, para que se sinta em casa.
- Segundo Peppers e Rogers (2000), a diferenciação se dá de acordo com o nível de serviço prestado para cada cliente.
- Interagir: é a melhor forma de conhecer o cliente e, para isso, a oportunidade é no primeiro contato com a empresa, fazendo perguntas mais cautelosamente, vendendo seu produto que condiz com a realidade.
- Personalizar: a partir das necessidades dos clientes, é necessária a personalização dos seus produtos e serviços, tornando a experiência única e incentivando o desejo de os clientes continuarem comprando os serviços ou produtos.

O atendimento ao cliente não se encerra no ato da reserva e no fim da hospedagem, mas no pós-vendas, com algum contato com o cliente para ele informar sua opinião e sugestões sobre a pousada, pois precisa-se sempre estar informado se atendeu às expectativas e às necessidades do cliente. É essencial verificar a satisfação do cliente em relação ao atendimento e aos serviços (COSTA, 2016).

A importância de uma pesquisa de satisfação dos clientes é para identificar as necessidades que são fundamentais para a aceitação do cliente e salientar as características que são a diferenciação do seu produto em relação à concorrência. (ALBRECHT, 1992). Para que a organização saiba se está atendendo à expectativa do cliente, será necessário perguntar para o cliente, caso contrário não saberá (KOTLER, 2000).

Segundo Las Casas (2012), o cliente pode trazer muitos benefícios para a empresa que deseja ouvi-lo, avaliando o atendimento desde a venda até o pós-venda. Existem várias maneiras de perceber a satisfação do cliente, desde uma ligação até a entrega de um formulário (LIMA, 2006). A satisfação do cliente é uma forma de verificar vários pensamentos e expectativas, alcançadas ou não (LAS CASAS, 2012).

### **3 Metodologia**

De acordo com os objetivos propostos no presente estudo, a pesquisa é exploratória, a qual, segundo Schluter (2003), é flexível e tem como objetivo a descoberta e novas expectativas.

O delineamento desta investigação é composto por um estudo de caso e pesquisa bibliográfica. Jung (2004) aponta que o estudo de caso é uma importante ferramenta para entender como e por que funcionam as coisas. Segundo Gil (2009), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado sobre o estudo proposto, como revistas, jornais, mas, principalmente, livros e artigos científicos.

A pesquisa classificou-se como pesquisa qualitativa e quantitativa pelo método da coleta dos dados, bem como da análise dos resultados. Segundo Yasuda e Oliveira (2012), o método qualitativo refere-se a um conjunto de abordagens que visam ao entendimento em termos psicológico e motivacional.

O método quantitativo é utilizado para demonstrar, numericamente, as diferenças entre os sistemas que compõem a natureza (JUNG, 2004).

O universo pesquisado é composto pelas pessoas que frequentam a pousada, ou seja, seus clientes. Utilizou-se como universo de pesquisa o número de frequentadores da pousada do mês de julho, por sua representatividade no número de clientes durante o ano, que foi de 888 frequentadores, representando um total de 12% da amostra total de frequentadores até o período do desenvolvimento da pesquisa, conforme o sistema Desbravador *Ligth*. De acordo com Yasuda e Oliveira (2012, p. 125), “[...] o universo ou população é um conjunto de elementos que contém uma característica em comum”.

A amostragem é não probabilística. A amostragem não probabilística não faz uso de maneiras aleatórias para seleção, não necessitando ser objeto de tratamentos estatísticos específicos (LAKATOS; MARCONI, 2009).

Foi aplicado como instrumento de coleta de dados um questionário composto por onze perguntas fechadas e duas perguntas abertas. Os clientes foram convidados a responder sobre sua satisfação durante sua estada na Pousada. O instrumento de coleta de dados foi entregue pessoalmente aos clientes da Pousada, pela aluna pesquisadora, em concordância com os proprietários da pousada. Segundo Yasuda e Oliveira (2012), o questionário é a melhor forma para iniciar uma boa pesquisa que, ao final do estudo, responde às hipóteses levantadas.

#### 4 Análise de dados

Com a interpretação dos dados a partir de informações de conhecimentos teóricos, será possível sugerir as alterações necessárias para melhorar a satisfação dos clientes.

A primeira questão da entrevista foi elaborada para identificar como foi o seu atendimento durante a realização de sua reserva.

Os clientes que consideraram que durante a realização de reserva seu atendimento foi rápido alegaram que receberam todas as informações necessárias, atingindo 84%, enquanto 13,12% disseram que o atendimento foi rápido, sem muitas informações, e apenas 1% considerou demorado, porém recebeu as informações com todos os detalhes, e 3% não respondeu.

Percebe-se um alto índice de satisfação dos clientes, destacando-se que, antes de sua chegada à Pousada, o atendimento durante a realização da reserva é fundamental. Após ouvir atentamente ao cliente, o atendente deve, em uma linguagem clara, transmitir todas as informações necessárias. Conforme Rizzi e Sita (2012), a efetivação dos negócios de uma empresa está ligada diretamente ao atendimento, pois estabelece uma relação entre o atendente da empresa e o cliente.

Quando questionados sobre o atendimento recebido pela equipe de recepção em sua chegada e durante a hospedagem, 89% dos clientes responderam excelente, somente 8% consideraram ótimo, 2% normal e 1% consideraram o atendimento ruim, observando-se que as 107 pessoas entrevistadas responderam.

Notou-se que o atendimento pela equipe de recepção, tanto durante a realização da reserva quanto ao atendimento presencial ao hóspede, possui uma elevada satisfação, considerando mais de 80% como excelente, percebendo-se, assim, que a empresa em estudo preza muito pelo atendimento oferecido. Diz Las Casas (2012) que, para se tornar um profissional no atendimento, são necessárias algumas características, como perfil para se relacionar, experiência no atendimento e preparação a partir de uma estratégia de relacionamento adequada aos objetivos da empresa e do público que se deseja atingir.

Em relação à avaliação da estada na Pousada Doce Canela, percebeu-se que 52% tiveram uma estada excelente, superando suas expectativas, 42% ótimo, atendendo às expectativas, apenas 5% considerando bom, com percepção da necessidade de poucas melhorias, e 1% regular, com percepção da necessidade de algumas melhorias. Nenhum dos entrevistados respondeu a opção *ruim* como percepção da necessidade de melhorias, notando-se, dessa forma, que a Pousada em estudo real-

mente tem um imenso cuidado com seus hóspedes.

Para superar as expectativas, deve-se ter cuidado aos detalhes, prestando atenção ao que está visível, buscando sempre inovar. “Para superar as expectativas do cliente, a empresa deverá ir além da obrigação ou do que é básico ou essencial em um atendimento. Atendê-lo rapidamente e entregar o que ofertou ou ofereceu não é mais do que a obrigação” (LAS CASAS, 2012, p. 65).

Notou-se que 46% escolheram a Pousada pela relação/qualidade preço, 27% escolheram através da publicidade, 15% pelo atendimento/hospitalidade e, ainda, 8%, pela localização e 2% por indicação. Apenas 2% dos entrevistados não responderam a essa questão.

Constata-se que os clientes da amostra estão satisfeitos com a relação qualidade/preço das diárias da Pousada Doce Canela. Em relação a isso, afirma Kotler (2000) que, se o produto tiver uma boa qualidade e for exclusivo, os compradores não dão muita relevância ao preço. Já Las Casas (2012) diz que a decisão de compra do cliente vai além da qualidade/preço, pois ele procura analisar os benefícios adicionais que receberá. Sendo assim, os 27% que responderam *Publicidade*, fazem suas escolhas pelas experiências já vividas pelos outros clientes, experiências essas positivas.

A quinta pergunta referiu-se às acomodações. Viu-se que 88% acharam-nas muito boas e apenas 11% boas, e 1% consideraram as acomodações satisfatórias, com 100% das respostas. Notou-se que nenhum dos entrevistados respondeu dizendo que as acomodações são insatisfatórias, sendo assim, pode-se dizer que a satisfação dos clientes possui um elevado nível.

Obtendo-se, na entrevista, um resultado com mais de 85% em relação às acomodações muito boas, consegue-se perceber que o produto oferecido aos clientes da Pousada em estudo é de alta qualidade e cuidado.

A sexta pergunta, em relação a ser recebido com um sorriso, 96% responderam que sempre foram recebidos com um sorriso, 2% disseram que geralmente, e apenas 1% respondeu que foram recebidos com um sorriso às vezes. Entre os entrevistados, nenhum respondeu com a opção de nunca ter sido recebido com um sorriso no rosto. Pode-se, assim, considerar que os funcionários estão sempre sorridentes, independente da situação emocional de cada um.

O atributo “simpatia dos colaboradores” obteve um dos maiores índices de nível de satisfação, atingindo 96%. A empatia é algo que a empresa em estudo prioriza muito entre funcionários e clientes, tendo um atendimento diferenciado por ser uma pousada pequena, facilitando assim este tratamento exclusivo. Conforme Corrêa e Caon (2008), para manter bons níveis de satisfação, é importante avaliar o nível de satisfação dos colaboradores da empresa, pois é difícil ter clientes satisfeitos com colaboradores insatisfeitos.

Em relação ao atendimento, 65% responderam dizendo que se sentiram como se estivessem em casa, enquanto 14% sentiram-se tomados pelo encantamento de estarem superando suas expectativas, 13% sentiram-se seguros, com informações convincentes, 7% sentiram-se únicos, e 1% não percebeu nenhuma das características.

Segundo Rizzi e Sita (2012), o atendimento é ir muito além do básico, com um sorriso no rosto, disposição, postura, superação das expectativas, fazendo com que se torne uma experiência única e agradável, indo além de uma simples experiência de compra e venda.

Diz Castelli (1996) que é preciso chocar o cliente pela excelência do serviço, sendo esse o diferencial que encantará o cliente. 14% dos clientes entrevistados da Pousada em estudo sentiram-se encantados, pois suas expectativas foram superadas.

Na oitava questão, os hóspedes foram questionados sobre o que poderia ser aprimorado para atender completamente às suas expectativas. Assim, 24% sugeriram a colocação de piscina térmica, 15%, banheira de hidromassagem, 15% sugeriram chá da tarde, 14%, massagens, 12%, ofurô, 7%, serviço de quarto à noite, 6%, *room service*, e 1%, outros, tendo um percentual de 6% dos entrevistados que não responderam.

Em relação à empatia percebida, 67% responderam dizendo que os funcionários dão atenção individualizada, 22% disseram que seus interesses são tratados com prioridade, e 11% disseram que o atendimento quanto ao horário da pousada é conveniente.

Segundo Las Casas (2012), para ser um bom prestador de serviço, a educação e a empatia são requisitos fundamentais. Notou-se que, na entrevista aplicada na Pousada, o atendimento individualizado é algo pelo qual se preza muito, para que seja atingido um elevado nível de satisfação dos clientes.

Quando questionados sobre o que mais lhes encantaria se fosse oferecido, 43,4% disseram que receber um drinque de boas-vindas e/ou chá, 41% um mimo no apartamento em sua chegada, 7% café da manhã no apartamento, sob taxa de cobrança, e apenas 3% disseram outros (café da manhã sem glúten, água sem cobrança de taxa, estava tudo ótimo). Salienta-se que 9% não responderam a questão.

Ao perguntar quanto ao que mais lhes encantou, 43,4% responderam dizendo que foi o atendimento, 28,3%, a hospitalidade, 21,7% disseram que foi a simpatia, 5,7%, a eficiência e 0,9%, tudo o que foi oferecido. Agilidade não foi respondida por nenhum dos entrevistados. Isso leva a crer que a empresa preza pelo atendimento de seu público. “O atendimento excepcional está nos detalhes: o local, os gestos, a forma de se comunicar, a altura da voz, as promessas, entre outras coisas” (LAS CASAS, 2012, p. 35). Ainda diz Las Casas (2012) que os colaboradores devem ser motivados para que possam oferecer um bom atendimento.

“A qualidade está nas pessoas. São elas que nos serviços hoteleiros fazem a diferença e ocupam lugar de destaque” (CASTELLI, 1996, p. 59). No estudo em questão, percebeu-se visivelmente esse fator, pois o atendimento depende 100% de pessoas, as quais fazem com que o atendimento oferecido aos seus hóspedes seja o diferencial.

O questionário utilizado na coleta de dados ofereceu um espaço aberto para que o cliente pudesse manifestar sua opinião de melhorias. Segue a transcrição do conteúdo obtido.



### Quadro 3 - Possíveis melhorias apontadas pelos hóspedes

63 pessoas responderam que nada tem para ser aprimorado	3 sugeriram melhorar os canais de TV
5 disseram que o secador de cabelo pode ser melhorado	2 disseram que poderia ter chá da tarde
4 pessoas falaram que a piscina poderia ser térmica	2 falaram de um vazamento no banheiro apto 206 – box
<b>As demais sugestões foram:</b>	
O estacionamento poderia ser melhorado;	Tudo ótimo, voltaria sempre;
O quarto poderia ser um pouco maior;	Ter banheira de hidromassagem para relaxar ;
Melhor controle da TV;	O portão de entrada durante o dia deveria ser fechado para maior segurança;
Ter um deck com lareira;	Ter água e leite no quarto para crianças sem cobrança
Melhorar a regulagem do chuveiro;	Água aromatizada disponível;
O café da manhã até às 11h;	Melhorar o preço;
Ter área <i>kids</i> ;	Ter pão sem glúten no café;
No apartamento ter mini creme hidratante cortesia;	Água cortesia;
Mais garrafas de café;	No apartamento ter lâmpada de leitura;
Ter mais apartamentos na pousada;	O colchão é mole;
Ter tomadas 110v;	Ter cortina <i>black out</i> no apartamento;
Mesas e cadeiras externas;	Massagens;

Fonte: Dados da autora (2018).

Percebeu-se, assim, que mais de 50% dos entrevistados não tinham nada a ser aprimorado, e o restante deu algumas sugestões de melhorias, mas nenhuma crítica foi registrada.

Em outro momento, solicitou-se que escrevessem alguma frase que descrevesse a Pousada Doce Canela. 97 dos entrevistados responderam conforme o Quadro abaixo:

#### Quadro 4 – Frases que significam a Pousada Doce Canela para os entrevistados

19 pessoas responderam dizendo ser aconchegante;	7 pessoas responderam ter muito conforto;
16 pessoas encantamento;	5 ser um local excelente;
8 pessoas disseram ser doce;	3 pessoas disseram sentir-se em casa;
7 pessoas relataram ser um charme;	2 pessoas responderam limpeza;
7 mencionaram ser uma pousada maravilhosa;	
<b>Os demais responderam:</b>	
Doce de pousada em uma cidade encantadora;	Um local de muita hospitalidade;
Pousada boa;	Encantadora, parece uma casa de boneca;
Boa relação custo/benefício;	Amei;
Melhor experiência;	Especial;
Agradável;	Superou expectativas;
Sonho;	Perfeita;
Agradável surpresa;	Detalhes;
Momento <i>relax</i>	Fantástica;
Surpreendente;	Calmaria que traz paz;
Acolhedora;	Casa dos sonhos;
Ótima;	Elegância.

Fonte: Dados da autora (2018).

Nota-se, pela entrevista, que a Pousada em estudo atinge às expectativas dos clientes, pois muitos adjetivos lhe são atribuídos.

#### 4.1 Sugestões de melhorias

A partir da posterior análise dos resultados acerca dos fatores referentes à satisfação, seguem algumas sugestões de melhorias, adaptações e implantações que possibilitem o aumento do nível de satisfação e encantamento dos clientes. Essas propostas de melhorias foram sugeridas a fim de alcançar a excelência na satisfação dos clientes em diversos fatores (atendimento, acomodações, ambiente), sendo propostas a curto, médio e longo prazo.

## Quadro 5 - Sugestões de melhorias

O quê?	Por quê?	Como?
Secador de cabelo	Pelo fato de o atual secador desligar automaticamente quando aquece;	Aquisição de secadores mais potentes para algumas suítes, por exemplo, Suíte Master e Superiores;
Canais de TV	A qualidade de alguns canais não satisfazem os clientes;	Colocando mais canais por assinatura;
Água aromatizada	Para a chegada do cliente;	Em uma das salas da recepção, possuir uma jarra com água aromatizada, com laranja ou hortelã;
Cortina <i>black out</i>	Devido à luz do sol logo pela manhã;	Somente nos apartamentos que têm sua porta-janela voltada para a luz solar;
Piscina térmica	Pelo fato de a Pousada estar situada na Serra Gaúcha, onde o clima é frio;	Transformando a piscina em piscina térmica, ou colocando somente o aquecimento e mantendo-a aberta;
Banheira de hidromassagem	Muitos clientes procuram por esta opção;	Apenas na Suíte Master, tendo uma opção para o cliente;
Massagens	Proporcionar um momento relaxante para o cliente;	Fazendo parceria com alguma massagista, para que, no momento em que o cliente desejar a massagem, seja de imediato consultada a massagista para verificar a possibilidade de horário disponível, para, em seguida, ela realizar a massagem na pousada mesmo.

Fonte: Dados da autora (2018).

## 5 Considerações finais

Nos dias de hoje, a concorrência entre empresas é muito grande, por isso não é o suficiente apenas satisfazer o cliente, é necessário encantá-lo e fidelizá-lo, satisfazer o cliente já é uma obrigação para todas as empresas. Não basta conhecer o seu cliente: é necessário saber o que ele pensa e quais as sugestões de melhorias ele tem em relação ao produto que está utilizando. Além disso, medir a satisfação do cliente é aceitar o *feedback*, sendo ele positivo ou negativo, pois esse trará benefícios exclusivos para a Pousada.

É relevante lembrar que a pesquisa não contou com uma grande quantidade de entrevistados, pois muitos clientes não quiseram responder, porém os que responderam ao questionário possuem um elevado grau de exigência pelo valor do

produto que estão pagando. Não somente o valor monetário, mas sim o valor do momento que se está vivenciando, como um descanso, lazer, um momento único.

Acredito que o objetivo principal desta pesquisa foi atingido, pois notou-se que os clientes que frequentam a Pousada em estudo são tocados pelo encantamento, tanto no atendimento pessoal como no ambiente externo e interno, tocados pelos detalhes que possuem o seu diferencial, os quais fazem o cliente sentir-se em casa.

Um dos objetivos específicos da pesquisa era perceber quais os fatores ligados à Pousada Doce Canela que mais encantam os clientes. Observando os resultados, a empresa teve uma avaliação relativamente boa, não descartando a possibilidade de alguns ajustes. Este objetivo foi alcançado, pois percebe-se que o atendimento é um dos principais fatores de satisfação, atingindo um percentual de 89%, considerando que não foi classificado como um atendimento bom e sim um atendimento excelente, individual e diferenciado, porém profissional. Além disso, consideraram que a estada na Pousada foi excelente, superando as expectativas, suas escolhas se dão através da qualidade/preço, considerando as acomodações muito boas. Fator bastante relevante foi o atendimento com um sorriso, atingindo 96%, fazendo o cliente sentir-se em casa.

Outro objetivo proposto era analisar quais são os possíveis pontos de melhoria que poderiam ser trabalhados dentro da Pousada. Os entrevistados mencionaram que um mimo no apartamento em sua chegada, um drinque/chá de boas-vindas, um café da manhã no apartamento sob taxa de cobrança, e até café da manhã sem glúten seriam itens a serem acrescentados na Pousada para encantá-los ainda mais.

O terceiro e último objetivo específico alcançado foi apresentar, de forma geral, sugestões vindas dos próprios clientes e como implementá-las de maneira mais efetiva, com o apoio da pousada. A partir das sugestões propostas, acredita-se que a Pousada pode fazer algumas mudanças, que em um primeiro momento aparentam ser um custo desnecessário, porém, com o tempo, poderão gerar resultados positivos.

Em suma, conclui-se que a empresa analisada apresenta um elevado nível de satisfação, obtendo um resultado satisfatório. Por meio da pesquisa, percebeu-se que os fatores relevantes para a satisfação dos clientes foram o atendimento individualizado, a empatia, a simpatia e o cuidado em relação às acomodações. Em relação aos resultados, foram apresentadas sugestões para melhorias no serviço oferecido pela Pousada, aumentando assim a satisfação e o encantamento dos clientes e, dessa forma, também ampliando o número de clientes.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços**: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes. São Paulo: Pioneira, 1992.
- ALMEIDA, Stefânia Ordovás de; NIQUE, W. M. Encantamento do cliente: Proposição de uma escala para mensuração do constructo. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 4, p. 109-130, out./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v11n4/a06v11n4.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2018.
- ALMEIDA, S. O. **Avaliação pós consumo**: proposição de uma escala para mensuração do encantamento do cliente. 2003. 205 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.
- ANDRADE, José Vicente. **Turismo**. Fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática: 2002.
- BARRETO, Margarida. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. São Paulo: Papuris: 2014.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1997.
- BOITEUX, Bayard do Couto; WERNER, Maurício. **Introdução ao Estudo do Turismo**. Rio de Janeiro. Elsevier: 2009.
- BOOKING.COM. **Informações Pousada**. 2018. Disponível em: [https://www.booking.com/hotel/br/pousada-doce-canela.pt-br.html?aid=7344103;label=metatripad-link-dmetabr-hotel-389567\\_xqdz-fa186713f089502d7f706186ec147efd\\_los-01\\_bw-007\\_dom-combr\\_curr-BRL\\_gst-02\\_nrm-01\\_clkid-W4H1yQoQlkQAAZqpKtkAAAAg\\_aud-0000\\_mbl-L\\_pd-B\\_sc-2\\_defdate-1;sid=3ce6c4c0e096c74724e4b1ee9e36534c;all\\_sr\\_blocks=38956701\\_99050284\\_2\\_41\\_0;checkin=2018-09-02;checkout=2018-09-03;dest\\_id=634523;dest\\_type=city;dist=0;group\\_adults=2;hapos=1;highlighted\\_blocks=38956701\\_99050284\\_2\\_41\\_0;hpos=1;room1=A%2CA;sbprice\\_type=total;srepoch=1535243781;srfid=ec1d851673c3892f70488b2e0d6b8ceb46e75ad5X1;srpvid=4dd20442e0e4001b;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl](https://www.booking.com/hotel/br/pousada-doce-canela.pt-br.html?aid=7344103;label=metatripad-link-dmetabr-hotel-389567_xqdz-fa186713f089502d7f706186ec147efd_los-01_bw-007_dom-combr_curr-BRL_gst-02_nrm-01_clkid-W4H1yQoQlkQAAZqpKtkAAAAg_aud-0000_mbl-L_pd-B_sc-2_defdate-1;sid=3ce6c4c0e096c74724e4b1ee9e36534c;all_sr_blocks=38956701_99050284_2_41_0;checkin=2018-09-02;checkout=2018-09-03;dest_id=634523;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;hapos=1;highlighted_blocks=38956701_99050284_2_41_0;hpos=1;room1=A%2CA;sbprice_type=total;srepoch=1535243781;srfid=ec1d851673c3892f70488b2e0d6b8ceb46e75ad5X1;srpvid=4dd20442e0e4001b;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl). Acesso em: 25 ago. 2018.
- \_\_\_\_\_. **Ministério do Turismo**. Regulamento. 2018. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadRegulamento.action;jsessionid=D8C90644369CC729E80E419102A494A7?tipo=6>. Acesso em: 07 set. 2018.
- BUHALIS, Dimitrios *et al.* **Organização Mundial do Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- CADASTRO DE PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS QUE ATUAM NO SETOR DE TURISMO - CADASTUR. *Sobre o sistema de Classificação*. 2018. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action;jsessionid=8C920AAC2626C9F6FF4ECD030A410135>. Acesso em: 21 abr. 2018.
- CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; GONÇALVES, Maria Helena Barreto. **Introdução a Turismo e Hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac, 2005

CÂNDIDO, Índio; VIEIRA, Elenara Vieira de. **Gestão de hotéis**: Técnicas, operações e serviços. Caxias do Sul: Educs: 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria**: uma abordagem prática. Rio de Janeiro, 1996.

\_\_\_\_\_. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: Educs, 2003.

CORRÊA, L. Henrique; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços**: lucratividade por meio de operação e de satisfação de clientes. São Paulo. Atlas: 2016.

COSTA, Flávio Martins da. **Excelência no atendimento ao cliente**. Curitiba: Juruá, 2016.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2013.

DOMINGUEZ, Maria del Mar Rodriguez. **Competitividade e análise estratégica do sector turístico**: unha primeira aproximación a potencial creación dun cluster institucional para a melhora competitiva da zona rias baixas. Galícia: Xunta de Galícia, 2001.

FERNANDES, Artur. **Qualidade de serviço pela gestão estratégica**. São Paulo: Pergaminho, 2000.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA - FEE. **FEE lança estudo sobre o turismo no RS: Região das Hortênsias é destaque no Estado**. 2016. Disponível em: <https://www.fee.rs.gov.br/noticias/fee-lanca-estudo-sobre-o-turismo-no-rs-regiao-das-hortensias-e-destaque-no-estado/>. Acesso em: 16 abr. 2018

GERSON, Richard F. **A excelência no atendimento a clientes**: mantendo seus clientes por toda a vida. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

GOOGLE MAPS. **Mapa de localização da Pousada Doce Canela**. 2018. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/@-29.6379439,-50.7971971,15z>. Acesso em: 02 nov. 2018.

GRAMADO.COM.BR. **Canela**. 2018. Disponível em: <http://www.gramado.com.br/guia/canela>. Acesso em: 14 abr. 2018.

GUZELA, Guilherme. **Excelência em recepção de hotéis** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2012.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento**. Aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LA TORRE, Francisco de. **Administração Hoteleira** – Parte I Departamentos. São Paulo: Roca, 2001.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 2. ed. São Paulo, Atlas, 1991.
- \_\_\_\_\_. **Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo, Atlas, 2009.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Excelência em Atendimento ao Cliente: atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo**. São Paulo: M. Books, 2012.
- LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LIMA, Agnaldo. **Gestão de marketing direito: da conquista ao relacionamento com o cliente**. São Paulo: Atlas, 2006.
- MEDLIK, S; INGRAM, H. **Introdução à hotelaria: gerenciamentos e serviços**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- MOREIRA, José Carlos Teixeira. **Foco do Cliente: o cliente como leal investidor para o futuro da sua empresa**. São Paulo: Gente, 2009.
- MOWEN, John C; MINOR, Michael S. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- PEPPERS, D.; ROGERS, M. **Um guia executivo para entender e implantar estratégias de customer relationship management**. São Paulo: Peppes & Rogers Group do Brasil. (CRM Series Marketing 1 To 1), 2000.
- PETROCCHI, Mario. **Hotelaria: Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2002.
- POUSADA DOCE CANELA. **História Pousada Doce Canela**. 2018. Disponível em: <https://www.pousadadocecanela.com.br/pt-br/pousada/um-pouco-de-historia>. Acesso em: 22 set. 2018.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE CANELA. **Informações Canela**. 2018. Disponível em: <http://canela.rs.gov.br/cidade/>. Acesso em: 16 abr. 2018.
- RIZZI, Márcia; SITA; Mauricio. **Ser + em excelência no atendimento ao cliente**. São Paulo: Ser+mais, 2012.
- RIO GRANDE DO SUL. Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul - SEDACTEL. **Regionalização Turística 2017**. Disponível em: <https://sedactel.rs.gov.br/regionalizacao-turistica-2017>. Acesso em: 07 set. 2018.
- \_\_\_\_\_. **Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul**. Região Hortênsias. 2018. Disponível em: <http://www.turismo.rs.gov.br/regiao/53/regiao-hortensias#sobre>. Acesso em: 14 abr. 2018.
- SCHLUTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em Turismo e Hotelaria**. Série Turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

SCHMITT, Bernd. H. *Gestão da experiência do cliente*. Uma revolução no relacionamento com os consumidores. Porto Alegre: Bookmann, 2004.

SERRA GAUCHA. **Bem-vindo à Serra Gaúcha**. 2018. Disponível em: [http://www.serragaucha.com.br/portal/pag\\_generica/modelo2.php?id=5310](http://www.serragaucha.com.br/portal/pag_generica/modelo2.php?id=5310). Acesso em: 23 ago. 2018.

SHETH, Jagdish N; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. **Comportamento do Cliente**. Indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, Fábio Gomes; ZAMBON, Marcelo Socorro. **Gestão do relacionamento com o cliente**. 3. ed. São Paulo: Cengage, 2017.

TRIGO, Luiz Gonzaga de Godoi. **Turismo e Qualidade**. Tendências Contemporâneas. Coleção Turismo. 8. ed. São Paulo: Papyrus, 1993.

YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria Tammaro. **Pesquisa de Marketing**. Guia para a prática de pesquisa de mercado. São Paulo: Cengage Learning, 2012.





# Diversidade e inclusão LGBT nas organizações: um estudo de caso em uma empresa de tecnologia do Vale dos Sinos/RS, através de seu grupo de orgulho LGBT

Aida Souza da Silva<sup>1</sup> | Daniel Luciano Gevehr<sup>2</sup>

---

## Resumo

O presente artigo aborda o tema da diversidade e inclusão LGBT nas organizações, com o objetivo de analisar a diversidade e a inclusão LGBT, em uma empresa de tecnologia, através de seu grupo de Orgulho LGBT. A pesquisa caracteriza-se por um estudo de caso exploratório e bibliográfico. Para a abordagem do problema proposto, utilizou-se o método misto. Pôde-se perceber que as motivações para desenvolver políticas relacionadas à diversidade e inclusão LGBT na organização são baseadas na busca por uma cultura verdadeiramente inclusiva, o que resulta em mais inovação. Ainda há dificuldades para superar a cultura heteronormativa em um país carregado de preconceitos. Internamente, o desafio da empresa está em buscar um engajamento mais expressivo dos gerentes intermediários, tornando-os responsáveis por expandir a cultura de diversidade e inclusão LGBT da organização, através de suas equipes.

**Palavras-chave:** Diversidade. Inclusão. LGBT. Relações de gênero.

## Abstract

*This article addresses LGBT diversity and inclusion in organizations and aims to analyze the LGBT diversity and inclusion of a technology company through its LGBT Pride group. This research is characterized by an exploratory and bibliographic case study. To approach the proposed problem, the mixed method was used. It was possible to realize that motivations to develop diversity and inclusion policies in the organization are based on a pursuit for a truly inclusive culture, which results in more innovation. There are still difficulties to overcome the heteronormativity of a country full of bias. Internally, the company's challenge is looking for a more meaningful engagement of the intermediate managers, making them responsible for expanding the company's LGBT diversity and inclusion culture through their teams.*

**Keywords:** Diversity. Inclusion. LGBT. Gender relations.

## 1 Introdução

Em um cenário cada vez mais competitivo, no qual as organizações precisam se reinventar em busca de melhores resultados e inovação, ter uma equipe diversa e

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Graduação de Administração Geral das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – Taquara/RS. [aidasouzadasilva@gmail.com](mailto:aidasouzadasilva@gmail.com).

<sup>2</sup> Orientador, doutor em História e professor titular do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR) das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – Taquara/RS. [danielgevehr@hotmail.com](mailto:danielgevehr@hotmail.com).

proporcionar um ambiente inclusivo é imprescindível. Este tema está cada vez mais presente no âmbito organizacional, e traz consigo, a discussão sobre diversidade e inclusão LGBT<sup>3</sup> (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros).

Estima-se que cerca de 10% da população global é LGBT. Essas pessoas fazem parte da sociedade e precisam ser verdadeiramente incluídas, em todas as esferas sociais, inclusive no ambiente trabalho. No Brasil, ainda são poucas as empresas que abordam discussões sobre este tema, ou que buscam tê-lo como parte de sua estratégia corporativa.

Em nosso país, o assunto ainda é igualmente pouco abordado no meio acadêmico, em especial nos cursos das Ciências Sociais Aplicadas, como é o caso da Administração. Ao mesmo tempo, as discussões sobre diversidade e inclusão de indivíduos com diferentes orientações sexuais e identidades de gênero vem crescendo no meio acadêmico de forma geral.

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a diversidade e inclusão LGBT, em uma empresa de tecnologia do Vale dos Sinos/RS, através de seu grupo de Orgulho LGBT. A unidade é o centro de desenvolvimento de aplicações e serviços de suporte da América Latina e a companhia é líder mundial no mercado em que atua.

Com isso, pretende-se contribuir com os debates existentes e mostrar a importância e os benefícios que a diversidade traz, não apenas no âmbito organizacional, mas também no contexto social.

Para tal, foi desenvolvido um estudo de caso exploratório e bibliográfico. A abordagem do problema proposto, ocorreu através do método misto. Já a coleta de dados, deu-se por meio da aplicação de dois diferentes questionários, um deles respondido pelo líder do grupo de Orgulho LGBT da empresa, no Brasil, e o outro aplicado aos membros do grupo do Vale dos Sinos/RS.

O estudo apresenta em seu referencial teórico, conceitos que permitem um melhor entendimento ao decorrer da pesquisa, com relação à sexualidade humana, abordando alguns conceitos fundamentais, um breve histórico e parte da trajetória do movimento LGBT, com foco no processo histórico do movimento no Brasil. Ainda se abordam questões sobre relações de gênero, o que é fundamental para que se compreenda o estudo em questão, além de conceitos de diversidade e inclusão e, qual a relação da nova organização, com o tema proposto.

## **2 Fundamentação teórica**

### **2.1 A sexualidade humana**

#### **2.1.1 Conceitos**

A sexualidade humana é “formada por uma múltipla combinação de fa-

---

<sup>3</sup> O termo “LGBT” foi utilizado neste artigo considerando sua maior circulação na sociedade. Em alguns contextos ou situações, pode-se observar o uso de outras siglas para agrupar a população de gays, lésbicas, bissexuais, pessoas trans e outros representantes de sexualidade não-hegemônicas.

tores biológicos, psicológicos e sociais e é basicamente composta por três elementos: sexo biológico, orientação sexual e identidade de gênero”. Já a diversidade sexual são as infinitas formas de vivência e expressão da sexualidade (SÃO PAULO, 2014, p. 10).

De acordo com o Instituto Ethos (2013), a orientação sexual refere-se à atração emocional, afetiva ou sexual que uma pessoa sente por outra. Esta atração pode ser por pessoas de gênero diferente (heterossexual), do mesmo gênero (homossexual) ou de mais de um gênero (bissexual). Pode-se dizer, portanto, que a orientação sexual é baseada na forma como os indivíduos se relacionam.

Dias (2016) define identidade de gênero como sendo aquele com o qual a pessoa se identifica, podendo ser homem, mulher, ambos ou nenhum. É uma experiência interna, um sentimento individual, podendo ou não corresponder ao atribuído no nascimento. Inclui o sentimento pessoal do corpo e também outras expressões, como o modo de vestir-se, o modo de falar, entre outros. Independe de órgãos genitais ou de qualquer característica anatômica, uma vez que anatomia não define gênero.

Portanto, como enfatiza Jesus (2012), identidade de gênero e orientação sexual são dimensões diferentes. Pessoas transexuais, por exemplo, podem ser heterossexuais, lésbicas, gays ou bissexuais.

### *2.1.2 Breve histórico*

Dias (2016, p. 57) menciona a afirmativa atribuída a Goethe: “a homossexualidade é tão antiga como a heterossexualidade”, e concorda que certamente se trata de um tema conhecido desde as origens da humanidade. Dias (2016) adiciona, ainda, que o exercício livre da sexualidade dos indivíduos – incluindo a homossexualidade e a bissexualidade – fazia parte do cotidiano de deuses, reis e heróis na Grécia Antiga.

Segundo Sales (2017), nos séculos seguintes, com o surgimento e ascensão do Cristianismo no Ocidente, os discursos sobre a sexualidade se modificaram. A noção anterior pagã, de autocontrole, deu então lugar à renúncia e ao pecado. Dias (2016) explica que, a partir do Cristianismo, o sexo passa a ser admitido apenas em relações matrimoniais e, com fins exclusivos de procriação.

Na visão de Dias (2016), na Idade Média, a partir das concepções religiosas, a medicina considerava o então chamado “homossexualismo”<sup>4</sup> uma doença, um tipo de enfermidade que tinha como consequência a diminuição das faculdades mentais ou então, um mal contagioso resultante de um defeito genético. Decorrido certo tempo, já no século XVIII, nasce, segundo Foucault (2017), uma incitação política, econômica e técnica a falar do sexo. Não como forma de teoria geral da sexualidade, mas sim de análise, contabilidade, classificação e especialização, feita tanto através de pesquisas quantitativas quanto casuais. Pode-se dizer que neste século, a conduta sexual da população passou a ser objeto de interesse, análise e intervenção do poder.

Sales (2017) expõe que a medicina, amparada pela Psicologia e pela Sociolo-

---

<sup>4</sup> Este era o termo utilizado na época. O sufixo “ismo”, utilizado para designar doença, foi substituído mais tarde pelo sufixo “dade”, que significa modo de ser.

gia, instigou o sexo a ter ainda mais visibilidade no século XIX, pois tirou a homossexualidade do campo exclusivo do pecado e a trouxe também para o campo da doença. Sendo assim, pôde-se falar em cura e tiveram início diversas modalidades de tratamento, desde os psiquiátricos até os que apostavam em uma correção de distúrbios hormonais.

Segundo Dias (2016), na Psicologia e na Psiquiatria, a partir do final do século XIX, os desvios sexuais começaram a ser abordados como psicopatologia. Freud, o pai da Psicanálise, por sua vez, afirmou que não há uma sexualidade humana determinada, que ela está sempre sujeita a se apresentar de diversas formas, e que a homossexualidade é apenas uma de suas nuances.

Mais recentemente, nas primeiras décadas do século XX, enquanto o pensamento de Freud se espalhava na Europa, no Brasil eram as ideias eugenistas<sup>5</sup> que se propagavam através dos médicos Leonildo Ribeiro e Pires de Almeida. Eles promoviam classificações, implantavam perversões e seguiam com o discurso de que a homossexualidade era uma doença que devia ser curada (SALES, 2017).

Também, de acordo com Fausto-Sterling (2001), muitos estudiosos referem-se ao começo dos modernos estudos científicos sobre a homossexualidade humana a partir da obra de Alfred C. Kinsey, publicada em 1948. De forma resumida, pode-se dizer que seu estudo propunha que não há apenas homossexuais e heterossexuais, mas que o desejo poderia ser transitório entre essas categorias. Entretanto, Sales (2017) pondera este argumento, destacando que foi apenas em 1968, com a publicação do artigo *The Homosexual Role*, de Mary McIntosh, que a homossexualidade foi, enfim, apresentada como algo do interesse do campo social, e não mais somente das ciências médicas.

### 2.1.3 O movimento LGBT

Dias (2016) informa que, em meados da década de 1960 e início dos anos 1970, houve um aumento da visibilidade das diversas formas de expressão da sexualidade. De acordo com o Instituto Ethos (2013), no Brasil, o movimento LGBT nasce no final dos anos 1970, e inicialmente, é formado apenas por homens gays. Sales (2017), pondera que, neste período, ainda existia muita confusão entre sexo, gênero e orientação sexual – o que ainda está presente em certos recortes sociológicos –, fazendo com que fosse difícil definir o que era, de fato, homossexualidade.

Já na primeira metade dos anos 1980, segundo Sales (2017), havia grupos homossexuais organizados na maioria das grandes cidades brasileiras, o que possibilitou maior visibilidade para se pensar e propor estratégias de discussão para as questões relacionadas à realidade LGBT. Ainda, mesma década, ao mesmo tempo em que houve o enfraquecimento da ditadura militar e as liberdades individuais ganharam espaço, surgiu a AIDS<sup>6</sup>, que chegou a ser conhecida como “câncer gay”, o que ins-

<sup>5</sup> Eugenia: ciência que estuda as condições mais propícias à reprodução humana e melhoramento genético da espécie humana (Ferreira, 2010, p. 890).

<sup>6</sup> AIDS: Acquired Immune Deficiency Syndrome. Em português, Síndrome da Imunodeficiência Adquirida.

taurou pânico e perseguição aos homossexuais. Como consequência, a quantidade de grupos LGBT no Brasil teve uma redução expressiva na segunda metade de 1980.

Mesmo assim, Sales (2017) salienta que os ativistas restantes desempenharam um papel muito importante ao discutir e divulgar suas necessidades. Tanto que em 1985, em meio à crise da AIDS, o Conselho Federal de Psicologia aprovou a resolução que excluiu a homossexualidade da lista de patologias, o que a Organização Mundial da Saúde (OMS) só viria a fazer em seu catálogo de doenças anos mais tarde, em 1990. Então, no início dos anos 1990, o número de grupos LGBT organizados voltou a crescer no Brasil, e foram fundamentais para a construção e coordenação das políticas de combate à AIDS. É importante observar que, ao mesmo tempo em que a doença estigmatizou a população LGBT, ela também foi responsável por dar a ela mais visibilidade.

No começo dos anos 1990, de acordo com o Instituto Ethos (2013), as travestis começam a se reunir em assembleias e reuniões organizadas para tratar exclusivamente de questões relacionadas a elas, e em seguida, os transexuais também se integram ao movimento LGBT de modo mais orgânico. Na mesma década, complementa Sales (2017), nota-se também um interesse do mercado no segmento LGBT. Surgem novas publicações voltadas ao público homossexual, e agências de turismo e de relacionamento, assim como casas noturnas, lançam produtos e serviços específicos para este segmento, utilizando a sigla GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes).

Já nos anos 2000, Sales (2017) apresenta que se observou maior pluralidade nas discussões, junto a um crescente número de trabalhos acadêmicos e “Paradas de Orgulho” pelo país. A homossexualidade passou a ser tratada com mais naturalidade na produção cultural, e passou a ocupar um espaço diferente nos telejornais, não mais vinculada apenas a aspectos negativos ou associados ao seu caráter patológico, como acontecia nas décadas anteriores. O tema também começou a fazer parte de intensas discussões políticas. Tanto que em 2011, em decisão histórica, o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu a legitimidade das uniões entre pessoas do mesmo sexo, e instaurou a obrigatoriedade de registro do casamento civil de homossexuais.

As siglas que representam o movimento LGBT também evoluíram com a chegada dos anos 2000, conforme explica Dias (2016). “GLS” tornou-se “GLBT” (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Trans), a qual em seguida foi ajustada para “LGBT”, com o propósito de dar mais visibilidade às lésbicas. Chegou-se a utilizar também a sigla “LGBTT” para abranger transexuais e travestis. Sales (2017) acrescenta ainda que, em alguns contextos, tem-se utilizado a sigla “LGBTI”, visando incluir as pessoas intersexuais à luta dos representantes das sexualidades não-hegemônicas.

Entretanto, estes avanços ocorreram em meio a alguns retrocessos. Segundo o Instituto Ethos (2013), alguns Projetos de Lei da Câmara, por exemplo, ainda enfrentam oposição de setores que são contrários aos direitos humanos LGBT e também de bancadas religiosas, que se posicionam sistematicamente contra os projetos que defendem os direitos sexuais e reprodutivos da população LGBT. Sales (2017) complementa esta visão ao afirmar que há ainda uma grande dificuldade de aprovação da abordagem sobre gênero e sexualidade nos planos municipais de educação e o preconceito no mercado de trabalho.

## 2.2 Relações de gênero

Para Santos (2016), a afirmação da existência de uma matriz de inteligibilidade heteronormativa é chave para que se compreendam as questões de opressão de gênero e sexualidade. A matriz heteronormativa envolve a significação do corpo. Ela subentende um sistema específico de coerência e continuidade entre sexo, gênero, desejo e prática sexual. Sendo assim, para ser inteligível, quem nasce “mulher”, por exemplo, deve necessariamente ajustar-se às formas de comportamento entendidas como femininas pela expectativa social hegemônica, bem como desejar e praticar sexo com “homens”. Santos (2016) explica que nessa matriz, a noção de normalidade é definida a partir da relação entre sexo e procriação:

O corpo é evocado como o território onde a ‘diferença’ entre mulheres e homens pode ser observada de forma ‘objetiva’ (na anatomia) e serve como local da ‘naturalização’ da sua complementaridade (biologia/reprodução). Existe um ‘esquadrinhamento’ dos corpos e a normatização das funções de suas partes, onde os órgãos considerados como sexuais curiosamente correspondem aos classificados como pertencentes ao aparelho reprodutor (SANTOS, 2016, p. 13).

Segundo a francesa Judith Butler (2003) – uma das maiores estudiosas sobre as relações de gênero na contemporaneidade –, a heterossexualização do desejo requer e institui a produção de oposições diferentes, entre “feminino” e “masculino”, nos quais estes são compreendidos como atributos de “macho” e “fêmea”. A matriz cultural, pela qual a identidade de gênero se torna de fácil compreensão, exige que certos tipos de identidade não possam “existir”, no caso daquelas em que o gênero não decorre do sexo e, aquelas em que as práticas do desejo, não decorrem nem do sexo, nem do gênero. Neste contexto, “decorrer” seria uma relação de direito instituído pelas leis culturais que estabelecem e regulam a forma e significado da sexualidade.

De acordo com essa ideia, quem não segue esse sistema de coerência heteronormativa, corre grande risco de não ser considerado inteligível, possível ou normal, sendo exposto a um alto risco de assédio e violência. As normas de gênero, têm muito a ver com a maneira com a qual os indivíduos podem aparecer e agir em espaços públicos. Também tem relação com quem será criminalizado, segundo a percepção pública, e com quem será ou não protegido pelas leis e políticas públicas. Sendo assim, estas normas não são somente instâncias de poder e não apenas refletem relações mais amplas de poder: elas são o caminho pelo qual opera o poder (BUTLER, 2009).

Pode-se afirmar, portanto, que o gênero corresponde ao mecanismo de poder, que constrói a visão dos sexos masculino e feminino, como sendo naturais, estáveis e opostos, porém complementares, e o faz por meio de discursos, normas e práticas reguladoras. Entretanto, questões femininas e masculinas, não derivam do próprio corpo, mas sim de noções que são construídas cultural e historicamente. Em outras palavras, vão se estabelecendo alguns padrões, considerados adequados pela expectativa social para mulheres e homens, em termos de formas de compor-

tamento, tipos de interesses e atividades, gostos e aptidões, uso do corpo e gestos, relacionamentos afetivos, entre outros. Estes padrões estão sempre em uma disputa entre o que é classificado ou não como “normal” (SANTOS, 2016).

Para Costa, Silveira e Madeira [s.d.], refletir sobre as relações de gênero e poder, serve como auxílio para o entendimento das identidades e desigualdades de gênero, o que é primordial no cenário contemporâneo, no qual “homens” e “mulheres” assumem diversos papéis e funções sociais, o que pode resultar em desigualdades em suas condições de vida, trabalho, relações afetivas e sexuais.

As relações de poder são expressas através das relações de gênero, por meio de relações sociais que incluem a orientação sexual, entre outras. Ao problematizar estas relações de poder, percebe-se que há desigualdades, que podem ser transformadas mediante luta e resistência dos indivíduos, de forma individual e coletiva (COSTA; SILVEIRA; MADEIRA [s.d.]).

### 2.3 Diversidade e inclusão

São muitos os conceitos sobre a diversidade. Nas palavras de Gomes (2012), a diversidade pode ser entendida como uma construção social formada por processos históricos, culturais, políticos, econômicos e educacionais. Fleury (2000), por seu turno, aprofunda mais sua conceituação em relação ao papel do convívio social e das diferentes formas de estudo da diversidade:

A diversidade é definida como um *mix* de pessoas com identidades diferentes interagindo no mesmo sistema social. Nesses sistemas, coexistem grupos de maioria e de minoria. Os grupos de maioria são os grupos cujos membros historicamente obtiveram vantagens em termos de recursos econômicos e de poder em relação aos outros. Verificamos, assim, que o tema diversidade cultural pode ser estudado sob diferentes perspectivas: no nível da sociedade, no nível organizacional e no nível do grupo ou indivíduo. (FLEURY, 2000, p.20).

Já Loden e Rosener (1991) propõem duas dimensões da diversidade. Para elas, a dimensão primária é imutável, e é composta por características com as quais se nasceu ou que impactaram o indivíduo precocemente no seu convívio social, assim acompanhando-o pelo resto da vida. Inclui idade, etnia, gênero, habilidades físicas, raça e orientação sexual. Já a dimensão secundária é mutável, e constituída por fatores adquiridos ou descartados ao longo da vida, sendo eles educação, localização geográfica, crenças religiosas, trabalho, entre outros. Ainda, complementa Sales (2017), esse conceito é muito importante quando se fala em mundo do trabalho, principalmente porque algumas características da pessoa podem não aparecer em um primeiro momento.

Se comparada à diversidade, pode-se dizer que é escassa a literatura acadêmica que trata do conceito de inclusão. Entretanto, Deloitte (2013) traz uma definição pertinente. Para ele, a inclusão é um processo ativo de mudança ou integração que tem como resultado um sentimento de pertencer. Em essência, quando as organizações ou indivíduos adaptam suas práticas ou comportamentos para responder a



determinadas pessoas, elas sentem-se verdadeiramente incluídas.

Explorando uma extensa gama de possíveis indicadores, Deloitte (2013) identificou que sentimentos de inclusão são compostos por dois níveis: (i) justiça e respeito; e (ii) valor e pertencimento. É importante compreender que eles são conceitos separados, mas que se conectam sequencialmente. Isso significa que para se sentir altamente incluído, um indivíduo não só diria que ele é tratado de forma justa e respeitosa, mas também que o seu valor único é conhecido e apreciado.

Em um contexto mais organizacional, o conceito (i) justiça e respeito é apoiado por ideias de equidade de tratamento e não discriminação. É sobre ter as mesmas oportunidades, remuneração e avaliação, portanto, é essencialmente sobre participação, sobre pertencer a um contexto. Já a conceituação de (ii) valor e pertencimento, foca mais na singularidade de cada pessoa ser conhecida e apreciada pelo grupo de trabalho. É a busca por ser visto como um ser humano integral e não apenas de forma superficial, fazendo parte das redes formais e informais e tendo voz na tomada de decisões (DELOITTE, 2013).

#### 2.4 A nova organização e sua relação com a diversidade e inclusão

Na concepção de Bourke *et al.* (2017), na nova organização o tema diversidade e inclusão tornou-se uma questão discutida nos mais altos níveis hierárquicos por ser entendido como uma estratégia que está entrelaçada a todos os aspectos que levam à melhoria do engajamento de seus funcionários, aprimoramento da marca e performance da organização. Entretanto, mesmo com um aumento generalizado do foco e também de investimento na área de diversidade e inclusão, muitas empresas ainda não são engajadas neste propósito.

Bourke *et al.* (2017) enfatiza que os modelos antigos de diversidade e inclusão estão passando por mudanças de forma acelerada. O quadro 1 apresenta as principais mudanças na abordagem da diversidade e inclusão pelas companhias.

**Quadro 1 – Diversidade e inclusão: regras antigas vs. regras atuais.**

Regras antigas	Regras atuais
Diversidade é considerada um objetivo presente em um relatório orientado pelo entendimento e prioridades da marca.	Diversidade e inclusão é uma prioridade em nível de diretoria e considerado importante em todos os níveis gerenciais.
Equilíbrio entre vida profissional e pessoal é considerado um desafio que deve ser gerido pelos funcionários, com algum suporte da organização.	Equilíbrio entre vida profissional e pessoal, família e bem-estar individual são todos considerados parte da experiência do funcionário.
Organizações medem a diversidade através de perfil demográfico de grupos designados e definidos por atributos como gênero, raça, nacionalidade ou idade.	Organizações medem inclusão, diversidade e falta de vieses em todas as áreas, incluindo recrutamento, promoção, remuneração entre outras.

(*Continua*)

Regras antigas	Regras atuais
Diversidade é definida por gênero, raça e diferenças demográficas.	Diversidade é definida em um contexto mais amplo, incluindo conceitos de “diversidade de pensamento” e também endereçando pessoas com autismo e outras diferenças cognitivas.
Regras antigas	Regras atuais
Diversidade e inclusão é um programa de educação, treinamento e discussão.	Diversidade e inclusão vão além da educação, para focar em desenviesar os processos do negócio e responsabilizar os líderes pelo comportamento inclusivo.
Organizações apresentam regularmente progressos nas métricas de diversidade.	Organizações responsabilizam os gerentes pela criação de uma cultura inclusiva, utilizando métricas para compará-los uns com os outros.

Fonte: Bourke et al. (2017).

Outros autores, como Hunt *et al.* (2018) complementam esta visão ao afirmar que as companhias que obtêm maior sucesso na implementação da diversidade e inclusão são aquelas cujas estratégias em relação ao tema refletem sua essência e também suas prioridades de crescimento, às quais as organizações são fortemente comprometidas. A partir disso, listam-se quatro fatores fundamentais para que as organizações obtenham êxito:

- *Articular e cascatear o comprometimento da diretoria.* O comprometimento com a diversidade e inclusão começa no topo, junto a um comprometimento público com ações relacionadas ao tema. Posteriormente, esse comprometimento deve ser cascateado através da organização, particularmente para os gerentes intermediários, que devem assumir a responsabilidade.
- *Definir prioridades baseado na estratégia de crescimento da empresa.* Organizações que têm êxito na diversidade e inclusão conseguem vincular claramente os objetivos de diversidade e inclusão aos objetivos de crescimento da empresa. Isso normalmente é resultado de investimentos em pesquisas internas para compreender quais aspectos da diversidade e inclusão impactam a performance do negócio e como isso está conectado com fatores que agregam valor à organização.
- *Elaborar um portfólio de iniciativas específicas para transformar a organização.* Os elementos identificados através da análise mencionada no item anterior devem ser utilizados para priorizar as iniciativas que terão investimento, buscando sempre o alinhamento com a estratégia da empresa. Juntamente com isso, deve-se construir uma cultura organizacional verdadeiramente inclusiva.

- *Adaptar a estratégia para maximizar o impacto local.* Mesmo havendo uma direção consistente em relação à diversidade e à inclusão a ser seguida na empresa como um todo, há a oportunidade e a necessidade de adaptar isso às diferentes localidades e culturas em que ela está inserida e também à suas diferentes áreas de negócio. Uma das formas de se fazer isso é através de ajustes nos objetivos e iniciativas para cada localidade.

Segundo Hunt, Layton e Prince (2015), uma das maiores lições sobre diversidade e inclusão corporativa é que diversidade não é algo que “simplesmente acontece”. Aí entra o papel fundamental dos programas de diversidade: eles são a essência para promover a diversidade e inclusão nas organizações. Entretanto, muitos destes programas falham, principalmente porque os envolvidos não acreditam neles, ou não fazem deles uma prioridade. Os autores explicam, ainda, que programas de diversidade que obtêm sucesso têm objetivos claros e são liderados do topo, não só pelo CEO<sup>7</sup>, mas por todo o nível estratégico da organização. Eles fomentam o envolvimento ativo da organização como um todo, e exigem que se gerencie ativamente as metas estabelecidas, responsabilizando os indivíduos pelos resultados.

### 3 Metodologia

A presente pesquisa é de natureza básica e, quanto a seus objetivos, caracteriza-se como exploratória. Com relação aos procedimentos técnicos, utilizou-se o estudo de caso e pesquisa bibliográfica. O método de abordagem utilizado foi o dedutivo e o problema foi abordado através de uma pesquisa mista, com levantamento de dados quantitativos e qualitativos.

A empresa é líder mundial no mercado em que atua, possui escritórios em diversos países e milhares de clientes pelo mundo. A unidade do Vale dos Sinos/RS, objeto deste estudo, é o centro de desenvolvimento de aplicações e serviços de suporte da companhia na América Latina. Atualmente, a empresa possui pouco mais de mil funcionários. Já o grupo de Orgulho LGBT pode ser definido como um time de colaboradores da companhia aliados à causa LGBT, que buscam criar uma cultura inclusiva na empresa.

O universo da pesquisa foi a unidade da empresa no Vale dos Sinos/RS, e a amostra é definida pelo líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, e pelos demais membros do grupo do Vale dos Sinos/RS, que atualmente somam 39 (trinta e nove) pessoas. Portanto, a técnica de amostragem foi não probabilística e intencional. A coleta de dados deu-se através da aplicação de dois diferentes questionários. O primeiro deles, contendo 11 (onze) perguntas abertas, foi aplicado ao líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil. O outro questionário, contendo 6 (seis) questões de múltipla escolha, algumas com base na Escala Likert, mais 2 (duas) questões abertas, foi aplicado aos membros do grupo do Vale dos Sinos/RS.

Após aplicação e o resultado do pré-teste, foram realizados os ajustes cabíveis a cada questionário. Então, o questionário aplicado ao líder do grupo de Orgulho

---

<sup>7</sup> CEO: Chief Executive Officer. A pessoa com o cargo mais alto em uma companhia.

LGBT, no Brasil, foi disponibilizado por meio eletrônico, via e-mail, no dia 05 de julho de 2018. Junto a este e-mail foi enviada uma cópia do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) preenchido com os dados pertinentes a pesquisa, para que o respondente pudesse avaliar, imprimir e assinar, garantindo sua integridade e sigilo.

O questionário aplicado aos membros do grupo do Vale dos Sinos/RS foi disponibilizado pelo pesquisador por meio de um link de acesso online, enviado por e-mail para a lista de distribuição de e-mails do grupo de Orgulho LGBT, do Vale dos Sinos/RS, no dia 05 de julho de 2018. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) preenchido com os dados pertinentes a pesquisa foi anexado ao questionário online e o participante, necessitou, obrigatoriamente, marcar a opção que confirmava que leu e concordava com as informações do Termo antes de enviar suas respostas.

#### **4 Apresentação, análise e discussão dos dados**

Os dados desta pesquisa têm como propósito servir de base para a análise e a compreensão dos fatos abordados. O universo da pesquisa é constituído pela a unidade da empresa no Vale dos Sinos/RS. A amostra é definida pelo líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, que respondeu a um questionário aberto contendo 11 (onze) perguntas abertas e pelos demais membros do grupo do Vale dos Sinos/RS, dos quais 51,28% responderam a um questionário contendo 6 (seis) perguntas de múltipla escolha, uma delas construída com base na Escala Likert, além de outras 2 (duas) perguntas abertas.

Inicialmente, estudou-se à parte os dados de cada um dos questionários e analisou-se separadamente os dados quantitativos e qualitativos. Em seguida, agruparam-se as questões similares de ambos os questionários com base nos tópicos abordados, com a intenção de relacionar as respostas do líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, com aquelas que foram resultado do questionário aplicado aos membros do grupo do Vale dos Sinos/RS. Sendo assim, a apresentação, análise e discussão dos dados desta pesquisa está estruturada por meio de tópicos.

Conforme o líder do grupo de Orgulho LGBT, para a empresa, diversidade e inclusão significa possibilitar uma cultura inclusiva, saudável e livre de preconceitos e através disso, promover o engajamento dos funcionários, estimular a inovação e impulsionar o sucesso de seus clientes. Ele esclarece que, para a organização, enquanto a diversidade está ligada à análise da população interna, e o quão diversa ela é quando comparada com a população externa, a inclusão é o movimento que se desenvolve a partir do resultado dessa análise, buscando criar espaços mais seguros e trabalhando para aumentar a diversidade na empresa.

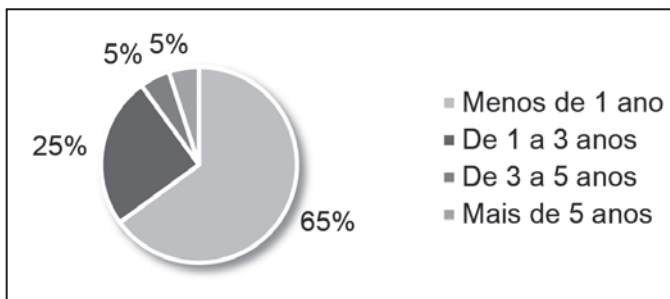
Isso vem ao encontro do conceito presente na fundamentação teórica, proposto por Deloitte (2013), o qual sustenta que a inclusão é um processo ativo de mudança ou integração, ou seja, é a adaptação de práticas ou comportamentos para responder a determinadas pessoas, fazendo com que elas se sintam verdadeiramente incluídas naquele ambiente. Quando questionado sobre de onde partiu a iniciativa para investir em políticas de diversidade na organização, ele explica que a iniciativa

veio da própria organização estratégica da empresa global, através da criação do Escritório Global de Diversidade e Inclusão que gerencia o tema globalmente.

A seguir, são apresentadas algumas características dos membros do grupo de Orgulho LGBT do Vale dos Sinos/RS, de acordo com as respostas daqueles que participaram da pesquisa proposta.

Em um questionamento inicial, buscou-se apurar há quanto tempo eles são engajados com as iniciativas do grupo. Constatou-se que mais da metade dos entrevistados, o correspondente a 65%, são membros há menos de um ano. 25% são membros de 1 a 3 anos; dos 10% restantes, metade é membro entre 3 a 5 anos e a outra metade há mais de 5 anos, conforme o gráfico 1.

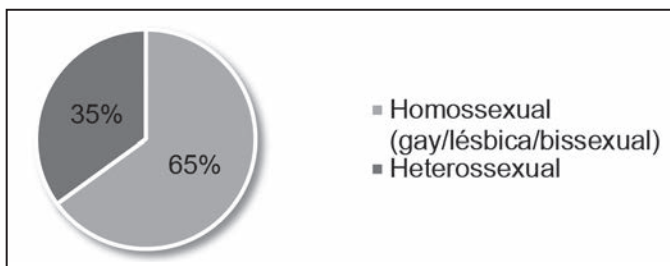
**Gráfico 1 – Há quanto tempo aproximadamente você é membro do grupo de Orgulho LGBT do Vale dos Sinos/RS?**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em relação à sua orientação sexual, 65% dos respondentes declaram-se homossexuais (gay, lésbica ou bissexual) enquanto que apenas 35% dos participantes que se declara heterossexual. Os dados pertinentes a esta questão estão no gráfico 2.

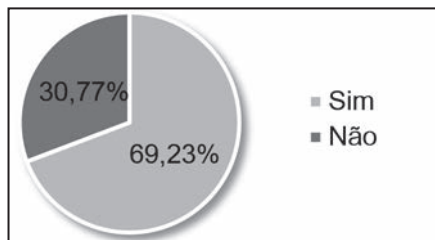
**Gráfico 2 – Em relação à orientação sexual, você se declara:**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Dentre aqueles que se declararam homossexuais, 30,77% afirmam que não expõem sua orientação sexual no ambiente de trabalho, conforme o gráfico 3.

**Gráfico 3 – Você expõe sua orientação sexual no ambiente de trabalho?**

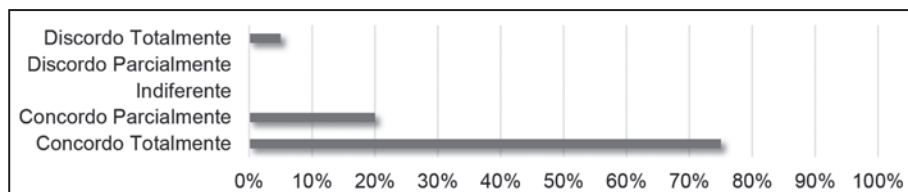


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Com base em uma Escala Likert de 5 pontos, com opções distribuídas desde “discordo totalmente” até “concordo totalmente”, os participantes responderam qual seu grau de concordância com relação a 7 (sete) afirmações preestabelecidas em relação à empresa pesquisada.

A primeira destas afirmações foi “Sou tratado de forma justa e respeitosa (tenho as mesmas oportunidades de desenvolvimento, remuneração e avaliação dos demais colegas de acordo com as tarefas desempenhadas)”. 75% dos participantes disseram concordar totalmente com esta afirmação e 20% deles afirmaram concordar apenas parcialmente. Além disso, 5%, disse discordar totalmente. Podem-se observar estes resultados através do gráfico 4.

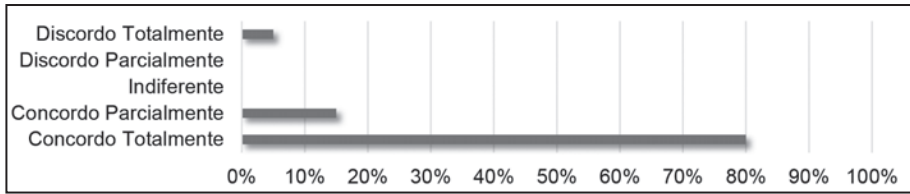
**Gráfico 4 – Sou tratado de forma justa e respeitosa.**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A segunda afirmação apresentada “Meu valor único é conhecido e apreciado (sou visto como um ser humano integral e não apenas superficial, faço parte das redes formais e informais e tenho voz na tomada de decisão)” teve 80% dos participantes concordando totalmente. Quinze por cento concordam parcialmente e 5% discordam totalmente, conforme apresentado no gráfico 5.

**Gráfico 5 – Meu valor único é conhecido e apreciado.**

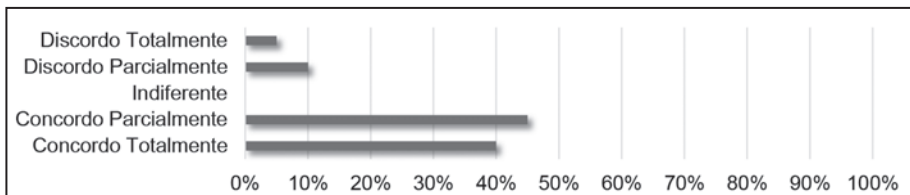


Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Conforme apontado no referencial teórico, estas duas primeiras afirmações tratam dos níveis de sentimento de inclusão. O primeiro deles é sobre justiça e respeito e o segundo sobre valor e pertencimento (DELOITTE, 2013). Com base nas respostas, pode-se concluir que a maioria dos indivíduos se sente verdadeiramente incluído na organização, objeto deste estudo.

A terceira afirmação buscou saber se uma pessoa LGBT tem plenas condições de expor sua orientação sexual ou identidade de gênero no ambiente de trabalho. Conforme apresentado no gráfico 6, as respostas à essa afirmação resultaram em opiniões um pouco mais distintas. 40% dos participantes afirmou concordar totalmente. Entretanto, a maioria deles, 45%, disse concordar apenas parcialmente com esta afirmação. Dez por cento disse discordar parcialmente e 5% discorda totalmente.

**Gráfico 6 – Uma pessoa LGBT tem plenas condições de expor sua orientação sexual ou identidade de gênero no ambiente de trabalho.**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Isso mostra que o preconceito com as pessoas LGBT ainda exerce certa influência na decisão das pessoas em expor ou não sua orientação sexual no ambiente de trabalho, como mencionado no referencial teórico por Sales (2017).

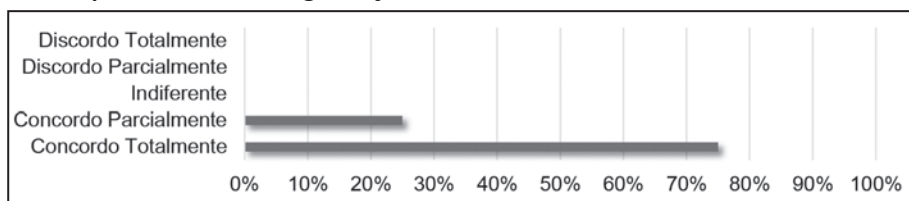
Sobre a presença de gays, lésbicas e bissexuais na organização e se há mais dificuldades para “assimilação” deles em algumas áreas, na visão do líder do grupo de Orgulho LGBT, populações pouco representadas e vulneráveis a preconceito são, historicamente, mais propensas a terem dificuldades de pertencimento e aceitação no ambiente de trabalho. Isso tende a se intensificar em áreas onde há pouca diversidade, como por exemplo, em times majoritariamente formados por homens heterossexuais.

O líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, acrescenta que, atualmente, há

duas pessoas trans autodeclaradas na organização, porém, em outras localidades, não na unidade do Vale dos Sinos/RS. Entretanto, ele destaca que isso não quer dizer que não haja mais, já que a pessoa vive e trabalha com o gênero ao qual se identifica, não sendo obrigada a abrir qualquer tipo de informação quanto a pertencer à população trans.

Dando continuidade às afirmações da Escala Likert, respondidas pelos membros do grupo de Orgulho LGBT do Vale dos Sinos/RS, quando questionados se as ações de diversidade e inclusão do grupo fazem a diferença no dia a dia das pessoas LGBT da organização, setenta e cinco por cento deles afirmam concordar totalmente e os demais afirmaram concordar parcialmente. Esse resultado pode ser verificado no gráfico 7.

**Gráfico 7 – As ações de diversidade e inclusão do grupo fazem a diferença no dia a dia das pessoas LGBT da organização.**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

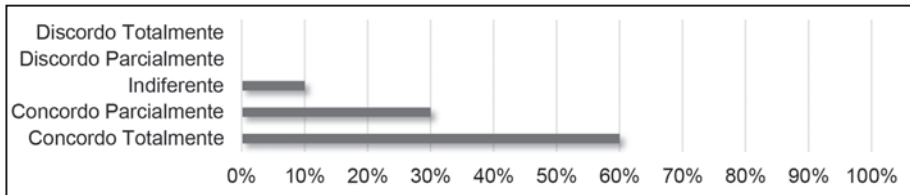
Baseado nisso, entende-se que as ações promovidas pelo grupo resultam em um melhor ambiente de trabalho para a maioria das pessoas LGBT. Pode destacar-se ainda o papel fundamental dos programas de diversidade, como essência para promover a diversidade e inclusão nas organizações, segundo mencionado por Hunt, Layton e Prince (2015) no referencial teórico.

O líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, explica que a eficácia das políticas de diversidade LGBT é mensurada pela organização, e que isso ocorre através de uma mensuração do aumento de diversidade na organização, o aumento de pessoas entrantes que se autodeclararam LGBT e através do aumento do número de pessoas engajadas no grupo de diversidade e inclusão global.

Com relação às políticas existentes na organização, e se elas possibilitam tratar de conflitos associados à presença de diversidade LGBT, sessenta por cento dos membros entrevistados do grupo de Orgulho LGBT do Vale dos Sinos/RS disse concordar totalmente que sim, enquanto 30% concorda apenas parcialmente. O restante afirma ser indiferente, conforme se observa no gráfico 8.



**Gráfico 8 – As políticas existentes na organização possibilitam tratar de conflitos associados à presença de diversidade LGBT.**



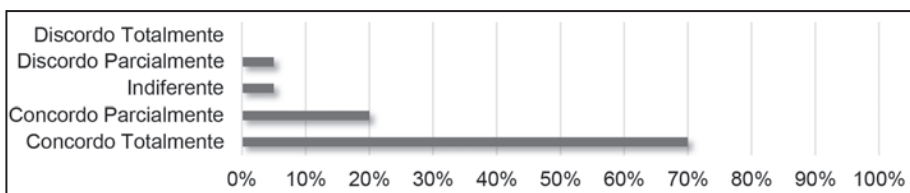
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O líder do grupo de Orgulho LGBT, no Brasil, explica que já houve conflitos associados à presença de diversidade LGBT na organização, que isso é algo comum e que de forma simples, justifica o trabalho de inclusão. Ele acrescenta, também, que a estrutura social do nosso país influencia esse tipo de atitude, e lembra que o Brasil é reconhecido como um país com alto índice de preconceito e discriminação.

Quanto à forma como são tratados estes conflitos, ele salienta que há diferentes maneiras de proceder nesses casos, de acordo com a gravidade do fato. Podem ser solucionados através do próprio time de diversidade LGBT, ou até pela estrutura de recursos humanos e gestão, que gerenciam situações mais graves de discriminação.

Quando questionados se a diversidade e inclusão são prioridades na organização, a maioria dos membros entrevistados, 70% afirmou concordar totalmente que isso é uma realidade. Vinte por cento dos respondentes disse ainda concordar apenas parcialmente com a afirmação apresentada, e dos 10% restantes, metade afirma ser indiferente e a outra metade discorda parcialmente. Estes resultados são apresentados no gráfico 9.

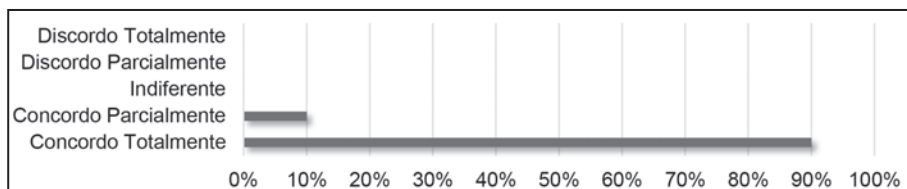
**Gráfico 9 – Diversidade e inclusão é uma das prioridades em minha organização.**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A última afirmação apresentada diz respeito a associar diversidade e inclusão à estratégia e a outros objetivos da organização e se isso é fundamental para que se obtenham resultados para os indivíduos e para a empresa. Conforme o gráfico 10, quase todos os participantes, o correspondente a 90% deles, disseram concordar totalmente. O restante disse concordar apenas parcialmente com a afirmação.

**Gráfico 10 – Associar diversidade e inclusão à estratégia e outros objetivos da organização é fundamental para que se obtenham resultados para os indivíduos e para a empresa.**



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Sobre estas questões, o líder do grupo de Orgulho LGBT pondera que a presença de diversidade no ambiente de trabalho está seguramente relacionada a melhores resultados para a organização. Segundo ele, é evidente que, como consequência de um ambiente mais diverso e seguro psicologicamente para a diversidade LGBT, obtém-se mais inovação e mais produtividade.

Quando questionado se acredita que a diversidade LGBT contribui para gerar mais inovação para a organização, o líder do grupo de Orgulho LGBT afirma positivamente. Na visão dele, a diversidade LGBT está rodeada de paradigmas, preconceitos e vieses inconscientes profundos que quando são superados, abrem um grande espaço para uma boa comunicação. Além disso, as relações de poder que o preconceito cria diminuem, e as pessoas conseguem trabalhar melhor juntas, o que resulta em mais inovação.

Em conformidade com o que foi abordado na revisão bibliográfica por Hunt *et al.* (2018), as companhias que obtêm maior sucesso na implementação da diversidade e inclusão são justamente aquelas cujas estratégias em relação ao tema refletem sua essência e suas prioridades de crescimento.

As duas últimas perguntas do questionário disponibilizado aos membros do grupo foram abertas, e não foram respondidas por todos os participantes da pesquisa. A primeira delas, sobre quais as motivações que levaram os indivíduos a fazerem parte do grupo, obteve respostas de 70% dos participantes.

Os participantes que se declaram heterossexuais, responderam que suas principais motivações estão relacionadas à busca de um ambiente mais igualitário, no qual todas as pessoas recebam as mesmas oportunidades e o mesmo tratamento. Um dos participantes, inclusive enfatiza, que considera isso seu dever como homem branco e heterossexual. Outro participante menciona que a principal motivação está em saber da importância que esse tipo de ação tem na vida das pessoas LGBT. Além disso, outro diz que sua motivação está em acreditar que diversidade e inclusão é o caminho para um mundo melhor.

Dentre as respostas daqueles que se declaram homossexuais, estão saber que o grupo valoriza a diversidade e inclusão e se esforça para realizar ações neste sentido, além de possibilitar a melhora da percepção dos colegas sobre as pessoas LGBT. Alguns entrevistados apontam que sua motivação está em lutar por respeito e diversidade, propiciando um ambiente onde todos se sintam à vontade com sua

sexualidade, ajudando a fomentar um ambiente mais diversificado e inclusivo.

Observa-se ainda, que algumas das respostas são fruto de experiências e sentimentos mais particulares. Uma das participantes, por exemplo, afirma que sua motivação está em sentir-se acolhida e confortável, podendo ser ela mesma. Outro entrevistado afirma que não se sentia confortável em expor sua orientação sexual no trabalho, mas que depois de fazer parte da criação do grupo isso mudou, e sua vida melhorou muito. Um dos participantes diz, ainda, que experiências negativas em ambientes de trabalho anteriores o levaram a participar do grupo.

A última pergunta questionou: se você pudesse mudar algo em relação ao grupo, o que seria? Apenas 40% responderam a esta pergunta. Mesmo assim, dentre as respostas figuram diversos pontos.

Sobre as atividades desenvolvidas pelo grupo, foi mencionado que deveria haver mais workshops para os membros do próprio grupo, a fim de continuarem se especializando nas iniciativas de diversidade e inclusão. De certa forma, corroborando com esta opinião, outro participante diz que poderia haver mais ações internas antes de se buscar promover a diversidade fora da organização. Um dos participantes considera que algumas das atividades poderiam ser melhor direcionadas para abranger grupos que ainda se sentem excluídos, tais como bissexuais, lésbicas e transexuais. Já um outro aponta que as atividades promovidas pelo grupo poderiam ser melhor divulgadas.

Sobre fatores de estrutura do grupo e organização das atividades, na visão de um dos participantes, ainda falta uma vontade individual da maioria dos membros do grupo em se dedicar a ele, e muito dos resultados positivos devem-se ao engajamento de seu líder. Um outro aponta que continuaria o processo de descentralização das atividades que está ocorrendo atualmente e que deixaria claro as instruções para todos os membros. Outro indivíduo indica que mudaria a forma como estão integrados os subgrupos de trabalho.

De acordo com o líder do grupo de Orgulho LGBT, a estrutura da empresa é sólida e organizada globalmente para as questões de diversidade e inclusão. Diante disso, o principal desafio na implementação e “manutenção” de políticas de diversidade e inclusão LGBT na organização, segundo ele, é conseguir escalar as políticas a níveis locais, em diferentes culturas e com diferentes políticas nacionais, que muitas vezes são discriminatórias em si.

Especificamente no Brasil, ele acredita que o maior desafio está em levar a estratégia de diversidade de forma igualitária a todos os níveis hierárquicos da empresa, principalmente aos gerentes de nível médio. Ele acrescenta que este é um desafio recorrente na maioria das organizações que já têm uma estrutura de diversidade madura e bem organizada. Com relação ao nível de envolvimento da diretoria e dos gerentes intermediários com estas ações, aponta que é esperado que os gestores estejam alinhados à estratégia de Diversidade e Inclusão da empresa, que sejam patrocinadores do tema, aliados a este trabalho e que aprendam como gerenciar a diversidade em seus times e localidades. Cada vez mais estão sendo desenvolvidas ações neste sentido.

Conforme apontado na revisão bibliográfica por Hunt *et al.* (2018), cascatear

o comprometimento com a diversidade e inclusão aos gerentes intermediários e adaptar a estratégia à cultura local estão dentre os fatores fundamentais para que haja êxito neste tipo de iniciativa.

## **5 Considerações finais**

O presente artigo contribui para as discussões sobre diversidade e inclusão LGBT com foco nas organizações, sendo direcionado para a compreensão de como o grupo de Orgulho LGBT promove a diversidade e inclusão LGBT, na empresa de tecnologia, localizada no Vale dos Sinos/RS. O estudo vai ao encontro do crescente número de abordagens sobre o tema LGBT no meio acadêmico e tem o intuito de enfatizar sua importância no contexto organizacional.

Pode-se perceber que as motivações para desenvolver políticas relacionadas à diversidade e inclusão LGBT na organização partem do propósito de possibilitar uma cultura verdadeiramente inclusiva no ambiente de trabalho. Isso se reflete na opinião dos membros do grupo de Orgulho LGBT que, em sua maioria, sentem-se de fato incluídos neste meio.

A existência destas políticas gera mais inovação para a organização, uma vez que um ambiente mais diverso e seguro para a diversidade LGBT resulta em mais engajamento de seus funcionários, o que estimula a inovação, impulsiona o sucesso dos clientes e, conseqüentemente, da organização. Isso indica que associar diversidade e inclusão à estratégia e outros objetivos da organização é mesmo fundamental para que se obtenham resultados para ambos os lados.

As ações do grupo fazem a diferença no dia a dia das pessoas LGBT na organização, o que também pode ser observado pelo crescente número de pessoas engajadas com a causa no último ano. Entretanto, nem todos acreditam que uma pessoa LGBT tem plenas condições de expor sua orientação sexual ou identidade de gênero na empresa, o que demonstra a existência de certa insegurança neste meio. Ao mesmo tempo, de certa forma, isso justifica a continuidade dos trabalhos do grupo, que busca um ambiente livre de preconceitos.

Ainda há dificuldades para superar a cultura heteronormativa, que em uma empresa da área de tecnologia como a do presente estudo, revela-se a partir da predominância de homens heterossexuais, além do desafio de estar em um país que ainda é carregado de preconceitos. É preciso buscar um engajamento mais expressivo dos gerentes intermediários, de forma a torná-los responsáveis por expandir a cultura de diversidade e inclusão LGBT na organização através de suas equipes.

Anseia-se que este estudo permita dar maior visibilidade para o tema da diversidade e inclusão LGBT nas organizações e, que sirva de estímulo para que o tema LGBT continue a ser abordado no campo da Administração, considerando-se a sua relevância atual no cenário organizacional e social da contemporaneidade.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019.

## Referências

AIDS. *In*: HORNBY, A S. **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English**. 7. ed. New York: Oxford University Press, 2005. p. 32.

BOURKE, Juliet *et al.* Diversity and inclusion: The reality gap. *In*: MAY, Julie (Coord.). **2017 Deloitte Global Human Capital Trends: Rewriting the rules for the digital age**. p. 107-118. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/global/en/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends.html>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

BUTLER, Judith. Performatividade, Precariedade y Políticas Sexuales. AIBR. **Revista de Antropología Iberoamericana**. Madrid, v. 4, n. 3, p. 321-336, set./dez. 2009.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CEO. *In*: HORNBY, A S. **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English**. 7. ed. New York: Oxford University Press, 2005. p. 238.

COSTA; Renata Gomes da; SILVEIRA, Clara Maria Holanda; MADEIRA, Maria Zelma de Araújo. **Relações de gênero e poder: tecendo caminhos para a desconstrução da subordinação feminina**. Disponível em: <[www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/17redor/17redor/paper/download/56/196](http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/17redor/17redor/paper/download/56/196)>. Acesso em: 21 abr. 2018.

DELOITTE. **Waiter, is that inclusion in my soup? A new recipe to improve business performance**. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/human-capital/deloitte-au-hc-diversity-inclusion-soup-0513.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2018.

DIAS, Maria Berenice. **Homoafetividade e direitos LGBTI**. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

EUGENIA. *In*: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010. p. 890.

FAUSTO-STERLING, Anne. Dualismos em duelo. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 17/18, p 9-79. 2001.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 18-25, jul./set. 2000.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 1: A vontade de saber**. 6. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

GOMES, Nilma Lino. **Desigualdades e diversidade na educação**. *Educ. Soc.*, Campinas, v. 33, n. 120, p. 687-693, jul./set. 2012.

HUNT, Vivian *et al.* **Delivering through Diversity**. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/delivering-through-diversity>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

HUNT, Vivian; LAYTON, Dennis; PRINCE, Sara. **Diversity Matters**. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/organization/our%20insights/why%20diversity%20matters/diversity%20matters.ashx>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

INSTITUTO ETHOS. **O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBT**: Orientações para o Mundo Empresarial em Ações Voltadas a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Disponível em: <[https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/12/Manual-LGBT\\_Dez\\_2013.pdf](https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/12/Manual-LGBT_Dez_2013.pdf)>. Acesso em: 01 nov. 2018.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre a população transgênero: conceitos e termos**. Brasília: Autor, 2012.

LODEN, Marilyn; ROSENER, Judy B. **Wokrforce America!** Managing employee diversity as a vital resource. Illinois: Business One Irwin, 1991.

SALES, Ricardo Gonçalves de. **Políticas de respeito à diversidade sexual no ambiente de trabalho**: análise de percepções sobre o papel da comunicação em organizações participantes do Fórum de Empresas e Direitos LGBT. 2017. 134 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Gênero e cultura material**: a dimensão política dos artefatos cotidianos. *Revista Estudos Feminista*, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 1-8, 2016.

SÃO PAULO. Governo do Estado. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Coordenação de Políticas para a Diversidade Sexual. **Diversidade sexual e cidadania LGBT**. São Paulo: SJDC/SP, 2014.



# Educação Infantil: relato de uma experiência na Alemanha

Josiane dos Santos<sup>1</sup> | Maria de Fátima Reszka<sup>2</sup>

---

## Resumo

No atual cenário econômico e político em que o Brasil se encontra, várias são as dúvidas que surgem. Uma delas diz respeito aos motivos pelos quais o país chegou onde está. A Alemanha é conhecida por ser um país de primeiro mundo, e acredita-se que a educação é um dos principais motivos que a faz tão diferente do Brasil. Por isso, o presente estudo teve como objetivo principal conhecer a educação infantil alemã, refletindo a partir das escolas brasileiras, visando a um estudo teórico e prático. Tratando-se de um relato de experiência, foi-se a campo conhecer uma escola de educação infantil na cidade de Simmern, descrevendo as observações e entrevistas. Entre os resultados, destaca-se a diferença de nomenclatura quanto ao espaço físico da escola e aos profissionais que nela atuam.

**Palavras-chave:** Educação Infantil. Alemanha. Metodologia.

## Abstract

*In the current economic and political scenario in which Brazil finds itself, there are several doubts that arise. One concerns the reasons why the country has arrived where it is. Germany is known for being a developed country, and it is believed that the education is one of the main reasons that makes it so different from Brazil. Therefore, the present study aimed at knowing the German preschool, reflecting from the Brazilian schools, aiming at a theoretical and practical study. As this is an experience report, a visit was made to get to know a preschool in Simmern, and the observations and interviews are described. Among the results, it is highlighted the difference in the nomenclature regarding the physical space of the school and the professionals work in it.*

**Keywords:** Preschool. Germany. Methodology.

## 1 Introdução

A Alemanha é considerada um país de primeiro mundo, e acredita-se que a educação é um dos principais motivos que a faz tão diferente do Brasil. Pensando nisso, e havendo ainda a oportunidade de conhecer o país e conviver com seus nativos, surgiram os questionamentos e inquietações que levaram a refletir sobre o assunto. Os valores vividos pelos alemães ficam marcados por meio de pequenas atitudes, o que torna perceptíveis algumas diferenças existentes entre a educação alemã e

---

<sup>1</sup> Graduada em Pedagogia pelas Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. E-mail: josiane.santos@sou.faccat.br.

<sup>2</sup> Professora do Curso de Pedagogia das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. E-mail: reszka@faccat.br.



brasileira. Esse fato despertou a curiosidade e desencadeou a pesquisa. O presente estudo tem, então, como foco a escola de educação infantil alemã, refletindo a partir do funcionamento das escolas brasileiras, visando a um estudo teórico e prático.

Acredita-se que vivenciar propostas educativas, conhecer outras práticas e maneiras de pensar a educação, ter conhecimento das coisas que existem e de como funcionam em outros lugares, socializar e apresentá-las às pessoas pode ser o início de uma caminhada em busca da inovação pedagógica focada no ser humano. Talvez seja ainda a chave para a mudança que nós, educadores, tanto sonhamos na educação do nosso país.

## **2 Estrutura e o funcionamento da Educação Infantil no Brasil**

No Brasil, a educação é um direito de todos, segundo a Constituição Federal de 1988, em seu art. 205, que ainda diz que ela “[...] é dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho” (BRASIL, 1988).

Para regulamentar essa garantia, foi instituída a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei nº 9394/96, conhecida como LDBEN. Nela consta que a educação básica é composta pela educação infantil, ensino fundamental e ensino médio, sendo obrigatória para crianças de quatro a 17 anos (BRASIL, 1996).

A educação infantil só é obrigatória, nos dias de hoje, para crianças de quatro e cinco anos, conforme a Emenda Constitucional nº 59/2009. Mesmo sendo reconhecido como direito de todos e dever do Estado, nem todas as crianças menores de quatro anos têm acesso a escolas ou creches.

Sendo primeira parte da educação básica, a educação infantil é também o início e o fundamento do processo educacional. Além disso, muitas vezes, pode ser o primeiro contato da criança com um meio social organizado sistematicamente e o primeiro tipo de separação da família (BRASIL, 2017).

Nos últimos anos, na educação infantil, tem-se falado muito do conceito que vincula educar e cuidar como partes complementares. Por isso, as escolas de educação infantil vêm tendo um papel importante na vida dos sujeitos, acolhendo as vivências, experiências, conhecimentos diversos, anseios dessas famílias e buscando transformar tudo isso em novas aprendizagens, complementando a educação familiar.

Para regulamentar e orientar os profissionais da educação, instituiu-se a Base Nacional Comum Curricular (BRASIL, 2017). A BNCC traz dez competências gerais que são consideradas essenciais para os estudantes. Segundo a Base, competência é:

[...] definida como a mobilização de conhecimentos (conceitos e procedimentos), habilidades (práticas, cognitivas e socioemocionais), atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho (BRASIL, 2017, p. 8).

Dentre as principais competências descritas na BNCC, destacam-se: valorizar e fruir as diversas manifestações artísticas e culturais; utilizar diferentes linguagens – verbal, corporal, visual, sonora e digital; valorizar a diversidade de saberes e vivências culturais; conhecer-se, apreciar-se e cuidar de sua saúde física e emocional; exercitar a empatia, o diálogo, a resolução de conflitos e a cooperação, fazendo-se respeitar e promovendo o respeito ao outro e aos direitos humanos; agir pessoal e coletivamente com autonomia.

Além disso, ela apresenta os direitos das crianças: de conviver, brincar, participar, explorar, expressar-se e conhecer-se. A organização curricular da educação infantil na BNCC está estruturada em cinco campos de experiências, nos quais são definidos os objetivos de aprendizagem e desenvolvimento: a) o eu, o outro e o nós; b) o corpo, os gestos e movimentos; c) os traços, sons, cores e formas; d) a escuta, fala, pensamento e imaginação; e) espaços, tempos, quantidades, relações e transformações (BRASIL, 2017).

Isso torna o papel da educação infantil ainda mais importante, deixando claro que ela não é somente um lugar para brincar e ser esquecido pelos pais no período em que eles precisam trabalhar. Ela tem um dever fundamental na construção de cada ser humano que por ali passa.

## 2.2 A estrutura e o funcionamento da educação na Alemanha

Já na Alemanha, a estrutura educacional funciona de maneira diferente do que no Brasil. Segundo Gonsalves (2013, p. 14):

No sistema público educacional alemão, o Bundesrat (Conselho Federal) desempenha um papel centralizador na distribuição e transferência de recursos e padronização na diplomação dos níveis de aprendizado para o acesso às universidades e faculdades. Os Länder (Estados) executam sua própria legislação educacional, adaptando-a às exigências do governo federal, de uniformidade da qualidade de vida da população alemã. Cada um dos 16 estados tem autonomia para gerenciar a educação, por isso ela pode variar, inclusive quanto a duração, de estado para estado. [...] Não há Ministério da Educação na Alemanha, não há órgão de coordenação da educação na esfera do governo central. Há também grande sintonia entre as regras formais e informais da estrutura institucional do sistema educacional; os recursos financeiros são otimizados devido à existência do Bundesrat.

Sendo assim, cada estado tem autonomia e pode organizar a sua estrutura educacional, por isso existem algumas pequenas variações entre eles, inclusive em relação ao tempo de duração de alguns níveis.

Os níveis de ensino são divididos em: pré-escola, escola primária, escola secundária e o ensino superior. O primeiro nível é dividido em dois: o *Vorschule* (mais conhecido como *Kindergarten*) e o *Grundschule* (escola primária).

O ensino começa pelas escolas de educação infantil, normalmente chamadas de *Kindergarten*, e não é obrigatório nessa etapa. Em sua maioria, essas escolas são mantidas por igrejas, instituições particulares ou pelos municípios. Elas, normalmen-

te, atendem a crianças de três a seis anos de idade. A mensalidade, paga pela família, é calculada com base na renda familiar, independente se a escola for pública ou privada.

Um fato que para nós, brasileiros, talvez possa até parecer curioso, é que é obrigatório que as crianças façam um exame médico um semestre antes de ingressar na escola primária, para detectar qualquer tipo de problema psicológico, motor ou linguístico que elas possam ter. Se algum tipo de deficiência física ou mental for detectado, a criança é encaminhada para uma escola especial, de caráter obrigatório e gratuito. Se o exame não apresentar nada, a criança segue sua vida escolar normalmente.

O segundo nível é composto por escolas chamadas de “primário” (*Grundschule*), que atendem às crianças a partir dos seis anos de idade. A partir dessa fase, a educação passa a ser obrigatória e, por isso, gratuita: as famílias pagam somente parte dos livros que serão utilizados. Essa modalidade tem, em média, duração de quatro anos.

Finalizados os quatro anos da escola primária, os professores, baseando-se no desempenho do aluno, sugerem à família qual o melhor tipo de escola para seguir no ensino médio.

Existem três modalidades de ensino: *Gymnasium*, *Realschule*, *Hauptschule*. O aluno que ingressar em uma dessas modalidades pode migrar para outra durante o processo, a partir do desejo e do desempenho escolar.

A *Hauptschule* tem cinco a seis anos de duração. Nela, o aluno recebe uma formação geral e técnico-profissionalizante para indústria ou agricultura, e, com isso, sai habilitado para trabalhar.

A *Realschule* tem seis anos de duração e habilita o estudante a frequentar outras escolas profissionalizantes ou escolas secundárias vocacionais.

Já o *Gymnasium* tem nove anos de duração, e, nessa modalidade, o aluno tem sua formação básica aprofundada, preparando-se para ingressar em uma universidade. Para que isso ocorra, é necessário que, após os 13 anos letivos, o aluno seja avaliado por meio de uma prova chamada de *Abitur* (quase como o vestibular brasileiro). Então, conforme Gonsalves (2013, p. 13), ele recebe um “diploma de maturidade para a escola superior”, que permite o estudo na área que ele escolheu em uma universidade alemã.

Existem ainda as *Berufsschulen* (escolas profissionalizantes), que funcionam, na maioria das vezes, a partir de uma formação teórica na escola durante um ou dois dias por semana, e uma formação prática, feita em alguma empresa, nos demais dias. Esse ciclo costuma ter duração de dois a três anos, e os alunos que frequentam as *Berufsschulen* normalmente vêm da *Hauptschule* ou *Realschule*.

Para finalizar, na Alemanha, também existem escolas que oferecem educação para adultos, as *Volkshochschulen*, que são voltadas exclusivamente para o aperfeiçoamento profissional.

A seguir, apresentam-se as teorias metodológicas que embasam uma visão mais aberta da educação.

## 2.3 Metodologias de ensino na educação infantil

No mundo todo, existem diferentes tipos de metodologias de trabalhos na educação. Cada uma delas parte de um princípio diferente e possui características diferenciadas. Vamos conhecer resumidamente algumas delas.

### 2.3.1 Metodologia Waldorf

Criada pelo filósofo austríaco Rudolf Steiner em 1919, essa proposta pedagógica é pautada na humanização e baseada no conceito de Antroposofia, também conhecida como ciência espiritual.

Essa metodologia acredita que a criança, em idade pré-escolar, deveria estar em casa com a mãe, no meio familiar. Nos dias de hoje, porém, em que as mulheres também precisam sair para trabalhar, isso não é possível. Por isso, Lanz (1998) define o jardim de infância como uma solução de emergência.

A escola de educação infantil Waldorf mantém crianças de idades variadas juntas, construindo uma ideia de casa, e não de sala de aula, como em uma família que possui irmãos maiores e menores. O jardim de infância deve, então, atuar como uma reprodução da família.

As atividades têm forte influência das estações do ano e das datas comemorativas. As brincadeiras, sempre que possível, são ao ar livre, ligadas ao meio ambiente, com elementos da natureza. O dia é dividido em momentos com diversas atividades e pequenos deveres, como cozinhar, regar as plantas, guardar os brinquedos e organizar seu próprio lanche.

O papel do professor é visto como mediador, ele está ali para auxiliar os alunos quando necessário e instigar as novas descobertas a partir de questionamentos e de desafios propostos.

### 2.3.2 Metodologia montessoriana

Esse método foi criado no início do século XX, pela médica e pedagoga italiana Maria Montessori e é mobilizado pelos sentidos. Por exemplo, no início do processo de alfabetização, é utilizada a sonoridade dos fonemas: as letras são conhecidas pelo som, e não pelo seu nome; os números são associados à quantidade.

Em uma sala de aula montessoriana, as crianças ficam em turmas com idades de zero a três e de três a seis anos; os brinquedos e atividades relacionadas às diferentes áreas do conhecimento ficam dispostos normalmente em prateleiras ao redor da sala; cada criança escolhe o assunto que deseja trabalhar naquele momento, organiza seu espaço onde quiser – seja em uma mesa, seja no chão –, e uma atitude que, aos olhos dos leigos, pode parecer uma simplesmente uma criança brincando na verdade está carregada de aprendizado direcionado.

As crianças têm à sua disposição louças, roupas, água e sabão para que suas brincadeiras sejam próximas à realidade. Elas são ainda responsáveis por organizar seu próprio lanche, utilizando louças de vidro e talheres de metal, como se estives-

sem em casa.

O papel do professor é observar. Ele somente irá intervir quando solicitado, quando perceber que o aluno está com dificuldade ou até mesmo se esse está sempre procurando pela mesma área do conhecimento. Sendo assim, o professor tem o dever de ajudar a despertar no aluno o interesse por outras áreas.

### 2.3.3 Metodologia Freinet

A metodologia foi desenvolvida por Célestin Freinet, que se preocupa constantemente com a organização do ambiente, e tem como objetivo propor atividades espontâneas, entre as quais os alunos possam circular com liberdade de escolha.

Segundo Paulo (2011, p. 16313):

É necessário o professor compreender que o seu papel é proporcionar nas crianças experiências diversificadas e enriquecedoras, afim de que elas possam desenvolver sua autonomia, e autoestima. A criança precisa relacionar-se e comunicar-se com outras crianças e com os adultos, ter a possibilidade de cooperar, compartilhar experiências e, ao mesmo tempo, necessita de seu espaço próprio. A privacidade é necessária para reforçar o 'eu' e protegê-lo, portanto, é necessário que haja espaços para cada membro do grupo expressar-se.

Cabe ao professor organizar os espaços de acordo com as necessidades e pretensões que deseja atingir.

No próximo subcapítulo, dialoga-se brevemente sobre como ocorre a formação dos professores no Brasil.

## 2.4 A formação de professores no Brasil

O histórico das escolas de educação infantil inicia-se em função da crescente urbanização e estruturação do capitalismo no início do século XX. Devido a essas mudanças, as mulheres precisaram sair de casa para trabalhar. Sem ter com quem deixar seus filhos, começam a surgir cuidadoras, as mães/tias “crecheiras” – que infelizmente existem até hoje, porque as escolas de educação infantil não são suficientes para atender a toda a demanda de crianças – e as creches.

Com o passar do tempo, as creches, que ficavam a maior parte do dia com as crianças, muitas vezes assumiram o papel de família. Por isso, elas tinham um viés completamente voltado aos cuidados.

Partindo de estudos e pesquisas realizadas na década de 1980, cujo objetivo era discutir a função da creche, chegou-se à conclusão de que, independentemente de classe social, todas as crianças deveriam ter direito de acesso à educação.

Sendo assim, em 1988, a Constituição Federal, em seu artigo 205, define que a educação é um direito de todos e dever do Estado e da família. Já no artigo 208, traz que “O dever do Estado com a educação será efetivado mediante a garantia de: parágrafo IV - educação infantil, em creche e pré-escola, às crianças até 5 (cinco)

anos de idade” (BRASIL, 1988).

A partir de então seria necessário pensar mais especificamente sobre a educação infantil. Dourado (2012) afirma:

Em 1994, o MEC publicou o documento Política Nacional de Educação Infantil que estabeleceu metas como a expansão de vagas e políticas de melhoria da qualidade no atendimento às crianças, entre elas a necessidade de qualificação dos profissionais, que resultou no documento por uma política de formação do profissional de Educação Infantil.

Ainda pensando nisso, foi com a promulgação de uma Emenda Constitucional que se criou, em 1996, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN), Lei nº 9394/96.

Segundo o artigo 61 da LDBEN (BRASIL, 1996), a formação de professores para atuação na educação infantil é feita por meio da conclusão do ensino médio na modalidade Normal, conhecido também como magistério, ou pela conclusão do ensino superior com licenciatura em Pedagogia.

O magistério ainda habilita o professor a atuar na educação infantil e ensino fundamental até o 5º ano, e o mesmo acontece com quem se forma em Pedagogia. As demais licenciaturas ficam habilitadas a atuar a partir do sexto ano até o ensino médio, cada um em sua especificidade.

A LDBEN, em seu art. 62A, traz que a formação continuada deve fazer parte da formação dos professores.

Garantir-se-á formação continuada para os profissionais a que se refere o caput, no local de trabalho ou em instituições de educação básica e superior, incluindo cursos de educação profissional, cursos superiores de graduação plena ou tecnológicos e de pós-graduação. (BRASIL, 1996).

Freire (2015, p. 50) também diz que “Aqui chegamos ao ponto de que talvez devêssemos ter partido. O do inacabamento do ser humano. Na verdade, o inacabamento do ser ou a sua inconclusão é próprio da experiência vital. Onde há vida, há inacabamento”. Portanto, não existe um fim para o saber, somos seres inacabados e nossa formação nunca estará completa.

### **3 Caminhos metodológicos**

O presente trabalho trata-se de um relato de experiência vivenciado pela pesquisadora, por isso, a metodologia adotada foi de abordagem qualitativa de cunho narrativo e bibliográfico. Dessa maneira, a pesquisa bibliográfica ocorreu durante os meses de abril a agosto de 2018, quando então a pesquisadora foi conhecer a escola na Alemanha. Para a coleta de dados, utilizou-se a observação durante um dia inteiro de aula além da entrevista a 3 professoras e 1 diretor responsável pela escola.

#### **4 Em busca de informações**

A coleta dos dados ocorreu em dois momentos distintos, observando-se quem deles não estava previsto no projeto. Houve a oportunidade de conhecer e entrevistar uma professora que é brasileira, mas mora há 16 anos na Alemanha e estava de férias no Brasil. Ela formou-se na Alemanha e trabalha em um jardim de infância.

#### 4.1 Conhecendo a *Schmiedel*

Conforme leituras feitas no *site* da instituição e conversas informais com os professores, a *Schmiedel* é uma instituição com caráter totalmente assistencialista. Vinculada à igreja evangélica, ela mantém-se financeiramente das doações de pessoas e empresas e também conta com voluntários integrados ao trabalho dos funcionários.

Funciona ainda como um orfanato, internato e lar temporário, atendendo a crianças que foram abandonadas, não têm família e até mesmo as que têm vínculo com sua família, mas essa não possui condições para criá-la. Existem grupos de apoio para famílias que estejam passando por dificuldades, inclusive lares temporários para famílias inteiras. A instituição atende ainda a idosos e a pessoas com algum tipo de deficiência.

Em 2013, foi aberto o *Ev. Kita am Schmiedelpark* (jardim de infância). O *Schmiedelpark* é um parque que tem cerca de 60000 m<sup>2</sup>, com pracinhas, espaços para churrasco, trilhas, lago, um pequeno zoológico, área para a prática de esportes, o espaço do jardim de infância, a escola, o internato e todas as assistências que o *Schmiedel* oferece.

#### 4.2 O jardim de infância

Após alguns minutos de conversa e esclarecimentos, o diretor apresentou-me a uma professora que nos levaria para conhecer o jardim de infância. Primeiramente, ela mostrou onde ficava a sala dos professores, um lugar para guardar casacos e mochilas, e os banheiros.

Seguimos pelas dependências com a professora explicando os cômodos e seus usos. A escola é dividida em dois espaços: de um lado da rua, há a parte que atende a crianças de até três anos; do outro, a que atende a crianças de três a seis anos.

A parte que atende aos menores possui duas salas grandes. Ao entrar, vê-se um espaço para guardar os calçados “de rua” das crianças.

Uma das salas possui cadeiras e mesas pequenas, que os alunos utilizam para fazer as refeições e atividades. Há também prateleiras em que guardam materiais, como folhas, lápis de cor, tintas, pincéis e alguns brinquedos. Uma das paredes é preparada para o uso de tintas, forrada com azulejo e com um sistema para prender as folhas que as crianças pintam. Em outra parede, há um varal para prender os trabalhos feitos pelos alunos, quadrinhos com as fotos das famílias e uma pequena cozinha.

A outra sala tem camas, berços e colchões no chão – cada um com a identifi-

cação das crianças –, além de prateleiras com brinquedos, cavalos de madeira e uma pequena cozinha com acessórios.

Há também uma sala pequena que serve de trocador, com um móvel feito de madeira, uma escada, gavetas individuais para guardar os pertences e banheiros pequenos para o desfralde.

Ligado à escola, existe um acesso para o celeiro. Antes de chegar, há um espaço no qual se guardam as botas, macacões e casacos de chuva das crianças, identificados com o nome e uma pequena foto de cada um. No celeiro, ficam alguns pequenos animais e também a horta – são os alunos que plantam, colhem e saboreiam suas plantações.

Na parte de fora da escola, ainda há duas pracinhas e caixas de areia, além de um pátio grande com grama, sombra e muito espaço para brincadeiras.

No momento, a escola não possui nenhum bebê que ainda não caminha, o que nos leva a pensar que isso é uma realidade cultural da Alemanha, já que as famílias se preocupam e têm subsídios para ficar com as crianças em casa por mais tempo – o que seria o ideal.

Já o prédio que atende aos maiores funciona em uma casa que foi reformada e adequada para receber as crianças. Possui três andares, sendo os dois primeiros de acesso e uso das crianças e o terceiro ocupado pela sala dos professores. No período em que se deu a visita, o recesso de inverno acabara há pouco, e, nessa época, a escola passou por reformas e troca de algumas salas.

Na entrada da escola, há um espaço para cada um guardar seus pertences: a mochila, o casaco, os sapatos (quando as crianças entram na escola, tiram os calçados e trocam por sapatos “de usar em casa”). Ainda no hall de entrada, há o mural de recados para os pais, o mural do tema que foi trabalhado com as crianças, mural de aniversários e ainda o mural das salas, no qual cada professora coloca sua foto no local em que pretende ficar. Também funciona ali o atendimento aos pais e recebimento das crianças; há um caderno em que os recados são anotados, e todos os funcionários têm acesso às informações.

As crianças podem circular livremente pela escola, escolhendo onde querem permanecer e qual atividade querem desenvolver. Não existe divisão por turma ou grupo, todos são de responsabilidade de todos.

Já as cuidadoras dividem-se de acordo com a área com que mais se identificam. Cada sala tem um tema específico, é decorada e organizada de acordo com esse tema. Todas as portas possuem uma plaquinha que identifica o que há dentro, com escrita e também desenho, para aquelas crianças que não sabem ler ou que não falam alemão.

A sala dos trabalhos manuais possui tinta, cola colorida, pedras, pinhas, folhas, miçangas, cordões, rolhas, fitas e vários outros materiais, que são colocados em caixas organizadoras nas prateleiras. A sala possui ainda duas pequenas mesas com cadeiras, um varal na parede para expor os trabalhos e uma pequena pia para lavar as mãos.



**Figura 1 – Sala dos trabalhos manuais**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

Na sala da criatividade, há lápis de cor, canetinhas, giz de cera, tesoura, cola, revistas, caixas de ovos, tinta, retalhos de papel colorido, fitas, rolhas, miçangas, cordões, entre outros; tudo disposto em caixas ou potes que ficam ao alcance das crianças, para que escolham o que querem construir.

As salas de brincar também são separadas por temas. Em uma delas, há móveis e acessórios que imitam uma casa: pia, fogão com forno, máquina de lavar louça (na Alemanha, é um eletrodoméstico indispensável nas casas, uma vez que a água custa muito caro, então toda a louça é lavada pela máquina), mesa, cadeiras, berços, bonecas e carrinhos.

Em outra sala, há fantasias de bombeiro, guarda de trânsito, policial, médico, enfermeiro, além de roupas normais do cotidiano; há ainda sapatos, muletas infantis, acessórios, um palco com espelho, uma pequena penteadeira com um banco, uma caixa de ferramentas e uma “casinha” construída a partir de uma mesa.

Outra sala, sem dúvidas a que mais me surpreendeu, tem uma espécie de pracinha coberta dentro. A professora disse que ainda não tinha sido concluída a reforma, e não foi possível tirar fotos de toda a sala, porque estava cheia de crianças.

Há também uma sala de descanso com alguns colchonetes, para onde vão as crianças que quiserem descansar.

A maior sala fica na entrada da escola e é dividida somente por algumas prateleiras; nelas, há peças de encaixe, jogos de montar, brinquedos e as pastas de portfólio das crianças. Além disso, há um sofá, alguns bancos e cavalinhos de madeira.

A cozinha fica no meio da escola, com móveis normais de uma casa típica alemã. Não houve necessidade de adaptação, pois o almoço não é preparado na escola – ele vem pronto de uma empresa. Então, na cozinha, só são preparados o café da manhã e os lanches.

O refeitório é adaptado, com mesas e cadeiras na altura das crianças e uma mesa de tamanho grande para as professoras. As crianças servem-se sozinhas, utilizam pratos de porcelana, copos de vidro e talheres de inox.

**Figura 2 – Meninas servindo o próprio almoço**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

Enquanto estava na escola observando, começou a chover; como as crianças escolhem onde querem brincar, algumas se dirigiram à saída que tem acesso ao pátio. Lá também existe um espaço individual para guardar as botas, macacões e casacos de chuva. Cada um vestiu o seu, com orientação de duas cuidadoras, e então seguiram para fora.

**Figura 3 – Local para guardar as botas**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

**Figura 4 – Macacões e jaquetas para usar no pátio**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

No pátio, há um galpão de madeira, onde ficam guardados alguns brinquedos, baldes, pás e bicicletas.

**Figura 5 – Brinquedos**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

**Figura 6 – Crianças brincando na chuva**



Fonte: Arquivo próprio da acadêmica Josiane dos Santos (2018).

Presenciar esse momento de construção de autonomia, com as crianças se vestindo, calçando suas botas e felizes correndo para a chuva. A cuidadora incentivando-os a colocar a língua para fora e provar o gosto, eles fazendo guerra de barro, enchendo baldes com água suja e lavando as motocas. Foi uma experiência incrível.

As crianças plantam frutas e verduras na horta, depois colhem e preparam os alimentos para comer. Um exemplo são os morangos, os quais, depois de plantados, cuidados e colhidos, são comidos e também transformados em geleia pelas próprias crianças.

## **5 Apresentação e análise dos dados**

A recepção no jardim de infância foi muito cordial. O diretor, após as devidas apresentações, fez algumas perguntas, como e por que foi escolhida e como tinha sido descoberta a escola. Percebeu-se, então, que essa prática de receber visitas não parece muito comum.

### **5.1 A Educação na Alemanha**

O sistema de educação da Alemanha é organizado de maneira bem diferente do Brasil. Nesse país, cada estado tem autonomia própria para decidir como quer proceder com as escolas. Segundo resposta do entrevistado A:

Todo estado alemão tem leis diferentes. Após a Segunda Guerra Mundial e o Nacional-socialismo, a Alemanha decidiu que o Estado não tinha mais influência sobre a educação das crianças. Na Renânia-Palatinado, a creche é gratuita. Na Renânia do Norte-Vestefália, um lugar custa entre 600 e 700 euros por mês.

A educação infantil na Alemanha não é de caráter obrigatório, portanto as crianças ficam em jardins de infância e não em escolas. Muitos alemães acreditam que as crianças deveriam ficar em casa com suas famílias, mas, assim como acontece no Brasil, as mães também precisam trabalhar fora.

Porém eles então acreditam que o jardim de infância deve ser uma extensão da casa, que a criança deve aprender aquilo que aprenderia se estivesse com a sua família, como comer, vestir-se, utilizar o banheiro, brincar na chuva, na neve, caminhar na rua, nas praças, utilizar o transporte público. Para que isso aconteça da melhor maneira possível, toda a sociedade é responsável pela educação das crianças, conforme o relato do entrevistado D:

Quando saímos para caminhar com as crianças, as pessoas param na rua para conversar com elas. Perguntam e explicam coisas do tipo 'Estão passeando pelo bairro? Que legal! Aqui na ciclovia não podemos caminhar, é o lugar por onde passam as bicicletas e, se estivermos atrapalhando o caminho, eles tocam a sineta (da bicicleta).

A sociedade como um todo se preocupa com a educação das crianças, e a responsabilidade não recai somente à família e à escola.

## 5.2 Metodologia

A *Schmiedel* trabalha com o “Modelo de Berlim”, que é um sistema de adaptação conforme o tempo de cada criança, ou seja, cada uma das cuidadoras é responsável por uma criança nova no jardim de infância. No primeiro dia, a cuidadora faz uma entrevista com os pais, quando falam sobre a rotina da criança, doenças, alergias, alimentação, sono, como foi a gestação, enfim, todas as peculiaridades dos pequenos.

A partir do segundo dia, a criança permanece na sala junto com o pai ou a mãe por aproximadamente 30 minutos, sem muita interação de ambas as partes. Esse período pode perdurar por aproximadamente uma semana.

Na semana seguinte, a cuidadora começa a interagir, tentando atender à criança quando necessário. Aos poucos, conforme se percebe a aceitação da criança, começam as separações. Primeiro ocorrem por poucos minutos, com o familiar nas dependências do jardim de infância, depois aumentando gradativamente o tempo.

Em média, essa adaptação dura de três a quatro semanas, mas pode chegar a meses, dependendo de cada indivíduo, conforme o entrevistado B:

Com os pequenos, os pais passam os primeiros três dias sentados na sala, observando os educadores brincarem com as crianças. Então, você começa a gradualmente acostumar elas. Primeiro, os pais saem da sala por meia hora. O tempo então vai cada vez aumentando, mas isso depende da criança, e não dos pais.

O jardim de infância ainda exige que os pais estejam disponíveis para seus filhos pelo telefone, porque eles precisam buscá-los, caso a cuidadora ligue.

Além disso, a *Schmiedel* oferece espaços temáticos para que as crianças se desenvolvam, brinquem, aprendam e convivam livremente, assim como o que conhecemos na metodologia de Freinet. Elas têm a autonomia para decidir onde, quando e como querem brincar.

Podemos perceber semelhanças na *Schmiedel* com o que traz a metodologia de Montessori. Vemos que a autonomia é estimulada nas crianças, para que se vistam, sirvam-se e comam sozinhas, utilizando louças de porcelana, garfo, faca e copos de vidro, além das brincadeiras que imitam a vida real, e não a vida imaginária: brincam de profissões reais e não de super-heróis.

Já os traços da metodologia Waldorf são perceptíveis quando vemos as crianças em total contato com a natureza quando saem para brincar na chuva. Uma vez por semana, as crianças fazem um passeio pela mata, quando aprendem as coisas na prática, falam sobre os animais, têm oportunidade de vê-los e ver as plantas que elas mesmas plantam, a terra, a chuva, a neve, o fogo. Não há dúvidas de que as crianças que crescem na *Schmiedel* aprendem sem se dar conta de que estão aprendendo.

### 5.3 Os profissionais

Como já vimos, a Alemanha tem uma estrutura educacional diferente do Brasil, desde a educação infantil até o ensino superior. Para os profissionais que desejam atuar com as crianças pequenas, existe um curso de cuidador; já os professores fazem uma graduação na Universidade, podendo escolher duas disciplinas que desejam lecionar.

Conforme o entrevistado A:

Na Alemanha, nenhum curso universitário é necessário para a profissão de educador. No entanto, é necessário uma formação de quatro anos ou um encerramento como assistente social encurtado para três anos. Em regra, trabalha-se meio expediente e assim há a oportunidade de fazer um bacharelado e, então, estudar a primeira infância em uma universidade.

Na *Schmiedel*, somente duas pessoas possuem a formação específica de cuidador para atuar com as crianças pequenas, diferente do que ocorre no Brasil, onde é preciso obter o curso Normal, chamado também de magistério, e/ou a graduação em Pedagogia, para então poder atuar na educação infantil.

## 5.4 O que realmente importa

Quando foi perguntado aos entrevistados o que eles esperam que as crianças aprendam durante o tempo que compartilham, as respostas foram parecidas: que elas sejam autônomas, que saibam comer, vestir-se, calçar os sapatos sozinhas, que saibam brincar e resolver seus conflitos e que aprendam a viver em sociedade, a respeitar os outros. Segundo o entrevistado B:

As famílias educam pouco as crianças para o trabalho autônomo [...]. Isso é diferente no jardim de infância. Aqui, as crianças devem ser autônomas [...]. As crianças devem ser autossuficientes para, por exemplo, calçar os sapatos. Somente quando é necessário os educadores intervêm.

O entrevistado A considera importante:

O desejado pelos professores nas escolas primárias é que as crianças consigam ler e escrever. No entanto, esse não é o trabalho de um jardim de infância. O jardim de infância deve apenas motivar e apoiar as crianças. No ano passado, o jardim de infância visitou o corpo de bombeiros, a polícia e o aterro, para conhecer essas coisas. As crianças devem aprender regras, como quando se comunicar, ficar sentado. [...]. As crianças devem receber práticas de vida, por exemplo, como faço para atravessar a rua ou como pego um ônibus?

Já para o entrevistado C: “[...] eles devem aprender a escrever apenas na escola, aqui eles devem se divertir muito e experimentar [...]”.

É possível perceber uma diferença considerável nesse quesito, e acredita-se que a herança cultural seja a responsável. A impressão é que, no Brasil, se os professores não mandam resultados concretos para casa, supõe-se que eles não são bons profissionais, como se as crianças que não produzem os famosos “trabalhinhos” não estivessem aprendendo nada.

O que se pode perceber por meio da experiência é que, na Alemanha, é importante que as crianças se desenvolvam como crianças, sejam autônomas e independentes. No Brasil, por outro lado, é importante que elas aprendam a escrever, ler, fazer contas e encher o caderno de atividades, independente se o que nele está escrito faz algum sentido ou não.

## 6 Considerações finais

Acredita-se que os objetivos do trabalho foram atingidos. Ter o privilégio de conhecer e mergulhar em um jardim de infância na Alemanha foi, sem dúvidas, uma experiência sensacional.

Um aspecto surpreendente foi que, quando uma família chega para buscar algum aluno mais cedo (o que dificilmente deve acontecer, pois os alemães costumam ser muito disciplinados, então devem avisar quando vão buscar alguém antes), os pais não se importam com o fato de que as professoras precisam procurar a criança, uma vez que não existe um controle de onde cada um está a cada momento. Isso

parece uma situação que, no Brasil, traria problemas com algumas famílias.

Na Alemanha, o jardim de infância não é considerado uma escola, assim como as pessoas que lá trabalham não são chamadas de professores, são cuidadores. Não é obrigatória uma formação específica para ser cuidador, embora existam formações.

É possível perceber que o jardim de infância, para eles, deve ser uma extensão da casa; por isso, há tanta similaridade com uma e não há tanta cobrança quanto à formação dos profissionais que nele atuam.

Quando voltei de viagem, as pessoas perguntavam: “como é a escola lá? Deve ser muito diferente do Brasil”. A minha resposta sempre foi a mesma: não há nada de excepcional, nada que nós não sabemos ou que não temos capacidade e instrumentos para fazer.

Acredito muito no propósito que a *Schmiedel* apresenta, acredito que criança deve ser criança e só. Não sei se essa “adultização” que se faz com nossos pequenos está certa, ela pode ser precipitada. Penso que, desde cedo, eles já têm muitos compromissos, horários e, conseqüentemente, ficam estressados já na infância.

Finalizo este estudo sem chegar a um ponto final; acredito, inclusive, que as dúvidas aumentaram mais ainda.

Por que na Alemanha os pais não precisam ficar cobrando os jardins de infância sobre os trabalhos? Por que no Brasil se percebe que nossa cultura é tão preocupada com a alfabetização, mas não pensa na infância, no ser humano?

Quem está certo? Será que existe mesmo a necessidade de toda essa cobrança que temos com as crianças? Se eles são crianças, por que não as deixamos simplesmente serem? O que vai ser delas quando se tornarem adultas?

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019.

## Referências

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1988.

BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional** - Lei nº 9.394/96, de 20 de dezembro de 1996. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 dez. 1996.

BRASIL. *Base Nacional Comum Curricular*. 2017. Disponível em: <<http://basenacionalcomum.mec.gov.br/abase/#infantil/os-campos-de-experiencias>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

DOURADO, Josiane Rodrigues. **Breve histórico da educação infantil**. 2012. Disponível em: <https://pedagogiaaopedaletra.com/breve-historico-da-educacao-infantil/>. Acesso em: 2 maio 2018.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.



GONSALVES, Reinaldo A. **Educação e Estruturas Políticas**: uma análise comparada. São Paulo: PUC, 2013.

LANZ, Rudolf. *A pedagogia Waldorf: Caminho para um ensino mais humano*. 6. ed. São Paulo: Antroposófica, 1998.

PAULO, Sirlei Cordeiro Svidzinski de; IENKOT, Valéria Mara; GUEBERT, Mirian Célia Castellain. **Uma metodologia para a educação infantil**. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 10., 2011. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2011. Disponível em: <[http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/6370\\_3789.pdf](http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/6370_3789.pdf)>. Acesso em: 14 abr. 2018.

# Ferramenta *on-line* para corporações de bombeiros

Lincon Lima dos Reis<sup>1</sup> | Leonardo Ribeiro Machado<sup>2</sup>

---

## Resumo

Este artigo apresenta o desenvolvimento de um sistema de gerenciamento administrativo para corporações de bombeiros. A ferramenta consiste em um *website* responsivo, contendo os principais tipos de serviços realizados dentro das corporações de bombeiros. A ferramenta permite que os bombeiros registrem suas ocorrências, cadastro de ruas, bairros, consulta de hidrantes, pontos de referências, entre outros, totalmente *on-line*, sem o uso de papéis. O projeto-piloto dessa ferramenta está sendo realizado na cidade de São Francisco de Paula – RS. Sendo assim, o sistema proporcionará melhorias na qualidade dos serviços administrativos prestados dentro das corporações de bombeiros.

**Palavras-chave:** *Ocorrências. Bombeiros. Ferramenta web.*

## Abstract

*This paper presents the development of an administrative management system for fire departments. The tool is a responsive website containing the main types of services performed within fire brigades. The tool allows firefighters to record their occurrences, street registration, hydrant consultation, reference points, among others, totally online without the use of papers. The pilot project of this tool is being carried out in the city of São Francisco de Paula - RS. Therefore, the system will provide improvements in the quality of the administrative services provided within fire brigades.*

**Keywords:** *Occurrences. Firefighters. Web tool.*

## 1 Introdução

As mudanças constantes que ocorrem na sociedade, e a formação de bons cidadãos concretiza-se na relação com o meio em que se convive. As adaptações das atividades que um determinado grupo profissional realiza são necessárias para contribuir e prover o bem público. Desse modo, esses profissionais têm um papel importante pelo ponto de vista que são avaliados pela sociedade. Os bombeiros são definidos como uma entidade pública de suma importância, que busca promover o bem social por meio do resgate de pessoas e das ações em desastres naturais e em serviços de emergência (BENSAU, 2014).

---

<sup>1</sup> Graduado em Sistema de Informação das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara – (RS) lincon@aluno.faccat.br

<sup>2</sup> Professor das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara – RS – Brasil leonardomachado@faccat.br

Para os bombeiros, ter uma direção estratégica apoiada por um *software* de ocorrências torna-se indispensável. Com base em registros anteriores e consistentes, é possível consultar de maneira ágil as ocorrências de chamados anteriores, trazendo grandes benefícios para a corporação e para a comunidade, seja na tomada de decisão, seja na agilidade de algum serviço interno, sem perda de tempo em busca de registros feitos em papéis.

No ambiente das instituições públicas ou privadas, ter a informação correta pode significar a conservação da empresa. Dentro das corporações de bombeiros, não é diferente, uma vez que a precisão e a agilidade em que a informação é buscada ou recebida podem influenciar no fracasso ou no êxito de alguma operação (GONÇALVES, 2005).

Atualmente, cada corporação de bombeiros possui um *software* diferente, que pode mudar de estado para estado ou ainda entre cidades de um mesmo estado. Além disso, em cidades pequenas, o controle por meio de um *software* torna-se mais raro, seja para registrar ocorrências, controlar entrada e saídas de viaturas, descobrir pontos de hidrantes, entre outras tarefas desempenhadas pelo corpo de bombeiros. A ausência de uma ferramenta de auxílio para essa entidade pública indica a carência e a falta de atenção que o setor vem recebendo. A situação se agrava na medida em que há diferentes tipos de bombeiros: bombeiros militares, bombeiros civis, entre outros. Este artigo documenta o desenvolvimento de uma ferramenta que facilita o gerenciamento das atividades desempenhadas pelos bombeiros, trazendo benefícios como economia em papéis, divulgação de índices pluviométricos para a população, bem como controle dos registros de dados administrativos, como ocorrências e controle de viaturas.

Este artigo está dividido da seguinte forma: a seção 2 possui um referencial teórico que está relacionado aos assuntos pesquisados e abordados na solução; a seção 3 apresenta os trabalhos relacionados; a seção 4 demonstra a metodologia utilizada para desenvolver a ferramenta; a seção 5 demonstra o desenvolvimento e testes; a seção 6 demonstra os resultados obtidos; a seção 7 traz as conclusões do trabalho.

## **2 Referencial teórico**

### **2.1 Tecnologia da informação e a comunidade**

As novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) provocaram um impacto muito expressivo no meio social. O poder público não está alheio a essa realidade, acrescentando mecanismos tecnológicos para fornecer um serviço público de qualidade. Nesse passo, surgem a sociedade da informação e o dever da expansão do uso de ferramentas tecnológicas por parte do poder público (POMPÉO, 2016).

Para atingir esse momento, foram necessárias numerosas inovações de *softwares*, acumuladas sobre os ombros de inovações passadas. As pessoas já não se contentam mais em somente trocar mensagens instantâneas, navegar, visualizar fotos, entre outros. Querem também ter a possibilidade de projetar, desenhar, vender

para qualquer lugar do mundo sem dificuldades (FRIEDMAN, 2014).

## 2.2 Sistemas *web*

O surgimento da internet deu origem a novos aditivos para os meios de comunicação, gerando possibilidades antes nunca imaginadas no âmbito da informação. Nessa teia de informação, é possível obter temas de entretenimento, teses científicas, jogos, lojas, sistemas administrativos, dentre outros. A internet engloba todas as camadas sociais, indivíduos de todas as idades, representando, sem dúvida, um mundo virtual movido pela informação (LIMA, 2011).

Ter dados e aplicações disponibilizadas via *web*, sem a obrigação de instalações ou armazenamentos de dados locais, significa a viabilidade de acessar arquivos, dados e aplicações em praticamente qualquer lugar do mundo e a qualquer momento, acessando a internet via *browser* (Navegador de Internet) de um computador ou dispositivo móvel. Anteriormente, as empresas precisavam investir bastante para manter essa tecnologia por conta própria (JÚNIOR, 2015).

Um sistema *web* é diferente de um site estático. No site estático, todo conteúdo está nas marcações HTML (*HyperText Markup Language* ou Linguagem de Marcação de Hipertexto), nas quais nenhuma outra informação é carregada a partir de outros documentos ou base de dados. Logo, um sistema *web* é particularizado por produzir dinamicamente o seu conteúdo, com dados provenientes de um banco de dados, a partir da interação do usuário, via *browser*. Os sistemas *web* são diferentes dos sistemas convencionais, pois demonstram um rápido crescimento de requisitos, conteúdos e funcionalidades, além de se caracterizar por constantes alterações feitas ao longo do ciclo de sua vida (MILETTO; BERTAGNOLLI, 2014).

## 2.3 Ferramenta de gestão

Uma organização que está introduzida na sociedade da informação deverá tirar total proveito do uso de modernas tecnologias de informação, para que assim seja capaz de alinhar a tecnologia de informação com os negócios e conseguir automatizar seus processos (RODRIGUEZ; FERRANTE, 2004).

A tecnologia de informação chegou como resposta para as necessidades crescentes de gerenciamento e também como forma de auxiliar a gestão que cada vez tem um número maior de informações a serem controladas. A qualidade das informações, assim como a agilidade com que se tem acesso a elas, é primordial para a sobrevivência das organizações. Diante desse cenário, ferramentas tecnológicas, desenvolvidas com fins específicos, são cada vez mais necessárias (ALVES; ALMEIDA; TORQUETE, 2008).

A ferramenta de gestão deve ser uma fonte segura de informação, que consequentemente elimina retrabalhos, poupa tempo e dinheiro e evita burocracia a partir da automatização de processos (MEIRELES, 2001).

## 2.4 Corporações de bombeiros e seus problemas

Segundo Cunha (2016), o Brasil dispõe de postos de bombeiros em 16,16% de seus municípios. Em maio de 2016, foram verificadas as corporações de 26 estados e do Distrito Federal, sendo 14,87% referente aos bombeiros militares e 1,29% aos bombeiros voluntários. De 5.570 cidades, apenas 900 contam com posto do serviço (828 militares e 72 voluntários). O mesmo estudo foi realizado em 2014, apenas em corporações militares, e mostrou que o índice militar teve um aumento de 2,48%, quando o serviço foi identificado em 14,5% do Brasil (808 cidades). Quando somado ao serviço voluntário, o aumento é de 11,39%. Segundo a pesquisa, são 1.278 postos, sendo 1.189 de bombeiros militares e 89 de bombeiros voluntários.

Desde os primórdios, os seres humanos necessitam comunicar-se, trocar informações e manter-se informados dos fatos que aconteciam ao seu redor. Essa imposição de saber tudo se reflete também dentro da corporação de bombeiros. Existe a necessidade de se responder de imediato questões ligadas à localização de viaturas, quantidade de bombeiros em serviço e localização de requerimentos. Isso atualmente só é possível devido aos sistemas que foram desenvolvidos, que, além de providenciarem a informação, servem para reduzir custos, melhorar o controle e aumentar a produtividade, automatizando tarefas e ajudando na melhoria dos serviços prestados à sociedade e ao público interno (FILHO, 2016).

O método da elaboração de um boletim de ocorrência na forma de preenchimento manuscrito não só requer custos em relação ao consumo de papel, como também demanda tempo e muita concentração do escrevente para se proteger de erros na escrita. O registro digital, por outro lado, potencializa significativamente o trabalho de preparação do boletim além de facilitar a correção de erros ortográficos. Nesse caso, ainda existe o armazenamento físico de papéis nas repartições administrativas pelo uso de móveis do tipo estante ou armários, em que acabam ocupando o espaço físico da corporação e dificultando o acesso rápido a esses registros. Já no meio digital, as informações ficam num banco de dados, o que possibilita que o registro seja consultado com relativa facilidade e de modo instantâneo (FRANCISCON, 2009).

## 2.5 Índices pluviométricos

Os índices pluviométricos representam a precipitação de todas as formas de água depositadas na superfície terrestre, a qual depende de fenômenos meteorológicos. As medidas desses índices geralmente são expressas em milímetros (DERISIO, 2017).

Registrar esses índices tem como objetivo instrumentalizar as áreas de risco no país, de modo a proporcionar para a comunidade o alcance de dados pluviométricos acessíveis. Isso facilitará a mobilização da população na ameaça de um desastre natural e contribuirá para o trabalho em todas as esferas das defesas civis, colaborando ainda para redução de danos humanos e materiais (CEMADEN, 2018).

No Brasil, já existem casos em que foi feita uma troca de experiências entre

bombeiros e defesa civil. Segundo Nascimento (2017), o estado de Minas Gerais realizou uma parceria entre a Coordenadoria Municipal de Defesa Civil (Comdec) e o Corpo de Bombeiros, para que possam exercer juntos os trabalhos em dias chuvosos.

## 2.6 Arquitetura, Metodologia e Tecnologias

### 2.6.1 Arquitetura MVC (*Model - View - Controller* ou *Modelo - Visão - Controle*)

A arquitetura MVC é muito utilizada, separando a apresentação da lógica da ferramenta. Essa arquitetura torna-se útil em sistemas cuja camada de apresentação tem a possibilidade de modificações frequentes. Ela é usada geralmente em aplicações *web* (ENGHOLM, 2017).

O modelo (*model*) abrange todo o conteúdo e a lógica de processamento específicos à aplicação, inclusive todos os objetos de conteúdo, acesso a fontes de dados/informações externas e toda a funcionalidade de processamento específica a aplicação (PRESSMAN; MAXIM, 2016).

A visão (*view*) contém todas as funções específicas à interface e possibilita a apresentação do conteúdo e lógica de processamento, inclusive todos os objetos de conteúdo, acesso a fonte de dados externas e toda a funcionalidade de processamento requerida pelo usuário final (PRESSMAN; MAXIM, 2016).

De acordo com Gugliotti (2015), *view* é aquilo que o usuário vê, é o formato que o site será exibido ao usuário final.

O Controle (*controller*), como o nome já sugere, é responsável por gerenciar o acesso ao modelo e à visão e coordena o fluxo de dados entre eles (PRESSMAN; MAXIM, 2016).

### 2.6.2 *Framework Ruby on Rails*

A linguagem Ruby foi criada pelo programador japonês Yukihiro “Matz” Matsumoto. O objetivo de Matsumoto, ao idealizar o Ruby, em 1995, foi o bem-estar e o prazer de quem programa, ao invés de performance ou algum outro aspecto técnico (FUENTES, 2012).

O maior diferencial dessa linguagem é ser natural para leitura e simples para escrita, com foco na clareza, na produtividade e na felicidade do desenvolvedor, que vem revolucionando a forma de desenvolvimento para a internet. Disponibiliza aos programadores uma solução de desenvolvimento completa, altamente produtiva e com baixa curva de aprendizagem (URUBATAN, 2009).

De acordo com Souza (2014), *Ruby on Rails* é um *framework* que faz o desenvolvimento, implantação e manutenção de uma aplicação *web* ser tornar muito fácil e prática. Para desenvolver em Rails é necessário conhecer algumas filosofias do *framework*:

a) *DRY-Don't Repeat Yourself* (Não repita você mesmo), significa que você pode aproveitar a mesma parte do código em entidades diferentes;

b) *Convention over Configuration* (Convenção antes de Configuração), signifi-

ca que, ao invés de determinar a configuração, Rails possui convenções estruturais e nomeadas que facilitam o desenvolvimento;

c) *Less Software* (Menos *Software*), significa utilização de mais convenções, menos códigos, menos complexidades e consequentemente, menores quantidades de bugs.

Sendo assim, o *framework* fornece uma infraestrutura básica mas completa para construir uma aplicação poderosa (SOUZA, 2014).

### 2.6.3 PostgreSQL

Um SGBD (Sistema Gerenciador de Banco de Dados) é programa computado-rizado para auxiliar na manutenção de registros de dados, ou seja, tem como finalidade armazenar dados que fazem algum sentido para um indivíduo ou empresa. Um sistema de gerenciamento de banco de dados deve permitir que os usuários acessem e manipulem esses dados quando necessário, podendo incluir, excluir, alterar, bem como consultar. Um sistema de gerenciamento de dados é, de longe, um dos componentes mais importantes dentro das organizações bem como no desenvolvimento de *software* (DATE, 2004).

O PostgreSQL é um poderoso sistema de banco de dados relacional de código-fonte aberto que utiliza a linguagem SQL (*Structured Query Language*). O PostgreSQL ganhou um forte reconhecimento por sua arquitetura comprovada, confiabilidade, integridade de dados, conjunto robusto de recursos, extensibilidade e dedicação da comunidade de código aberto (POSTGRESQL, 2018).

### 2.6.4 Framework Bootstrap

O Bootstrap emprega um conjunto de estilos e configurações globais importantes, os quais são exclusivamente voltados para a padronização de estilos entre diferentes navegadores *web*. O Bootstrap permite a expansão para dispositivos móveis, uma estratégia que possibilita otimizar o código nesses dispositivos, assim ajustando os componentes gráficos conforme necessário (BOOTSTRAP, 2018).

Além disso, o Bootstrap possui uma multiplicidade de elementos e de *plugins* em JavaScript (*jQuery*) que ajudam o designer a realizar: interfaces ricas apenas inserindo alguns ajustes no código, sem a necessidade de criar scripts (JÚNIOR, S. 2016).

O Bootstrap facilita o desenvolvimento de projetos responsivos para dispositivos móveis na *web*, sendo uma ferramenta gratuita para auxílio em HTML, CSS e JS (*JavaScript*). É reconhecido por ter uma das bibliotecas de componentes *front-end* (parte visual do site) mais populares do mundo (BOOTSTRAP, 2018).

### 2.6.5 Método Kanban

O nome Kanban é de origem japonesa e sua tradução seria como sinal ou cartão. Portanto, é o registro visual. O nome Kanban surgiu dos sistemas de cartão usados nas indústrias de produção, que tinham como finalidade o gerenciamento

do fluxo de trabalho por meio da organização de desenvolvimento. Para o desenvolvimento de *software*, é comum o uso de um sistema Kanban digital. O Kanban permite, de forma efetiva, visualizar o fluxo de trabalho e dividir o trabalho em partes, escrevendo cada item em um cartão, incluindo-o no painel de visualização. O uso de colunas nomeadas atua como sinalizador, ilustrando onde cada item está no fluxo de trabalho (MARIOTTI, 2012).

A metodologia de desenvolvimento de *software* utilizada neste trabalho usa o método de fichas e quadro de atividades do Kanban - junto com o princípio de reduzir o WIP (Work in Progress), por exemplo - como um método para gestão de projeto de *software* dentro de uma metodologia ágil de desenvolvimento de *software*. O Kanban (físico ou digital) é uma ferramenta que se utiliza na técnica de controle do fluxo de produção de um *software*, como parte do método de gestão de projeto de *software* adotado dentro de uma metodologia ágil, que pode envolver ainda vários métodos e técnicas para análise, projeto, codificação, testes, implantação e manutenção de *software* (CASTELLO et al., 2018).

### 3 Trabalhos relacionados

#### 3.1 Bombeiros de Santa Catarina

O Corpo de Bombeiros Militares do Estado de Santa Catarina (CBMSC) utiliza um *software* livre de auxílio administrativo e auxílio à comunidade. O *software* dos bombeiros é dividido em 3 partes (PEREIRA, 2016).

A corporação dispõe, na Divisão de Tecnologia da Informação (DITI), de funcionários qualificados e equipamentos totalmente atualizados para o desenvolvimento ou adaptação de *softwares* livres. Programas como o E-193 e o Firecast foram desenvolvidos por esses profissionais e podem ser distribuídos para outras corporações militares. Esses *softwares* são utilizados não só para atendimento e gerenciamento de ocorrências, como também para levar informações à comunidade, a qual pode baixar os aplicativos e usar em qualquer dispositivo móvel (PORTO, 2016).

##### 3.1.1 FireCast CBMSC

FireCast CBMSC é um aplicativo usado pela corporação interna dos BMSC (Bombeiros Militares de Santa Catarina). A ferramenta possibilita a troca de informações sobre as ocorrências entre as guarnições e as centrais de operações, por meio de *smartphones* e *tablets* (DITI, 2018).

##### 3.1.2 Sistema E-193

O Sistema de Emergência E-193 é o sistema principal cliente/servidor em uso pelos BMSC desde 2007. Ele representa todo o sistema de gerenciamento na gestão, armazenagem e perícia das ocorrências dentro do estado de Santa Catarina. O E-193 engloba os aplicativos auxiliares e outros subsistemas (PEREIRA, 2016).



### 3.1.3 Firecast Comunidade

O Firecast Comunidade é um aplicativo que permite ao usuário obter notificações a respeito das chamadas de emergência do CBMSC. Os usuários são bombeiros comunitários, brigadistas, defesa civil, profissionais médicos e enfermeiros, que podem apoiar no atendimento prestando primeiros socorros ou assistência aos bombeiros. O aplicativo foi desenvolvido para a plataforma Android (DITI, 2018).

### 3.2 Voluntersul

Segundo Voluntersul (2018), a Voluntersul é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), que adota o modelo utilizado por todas as nações desenvolvidas da América do Norte, Europa, Ásia e Oceania, em que existem guardiões de voluntários, com o apoio dos respectivos governos e ampla participação comunitária.

Conforme Voluntersul (2017), no dia 26/10/2017, foi assinada uma autorização do uso do SisBA, um sistema *on-line* de registro de ocorrências e atendimento, que está sendo disponibilizado para todos os postos de bombeiros voluntários do RS.

O Sistema da Voluntersul mostra-se simples e objetivo, atendendo praticamente a todas as necessidades da corporação. O sistema permite realizar cadastros de ocorrências, viaturas, corporações, entre outros.

### 3.3 Considerações dos *softwares*

Em pesquisa com diversas corporações da serra gaúcha, da região metropolitana de Porto Alegre e do Vale do Paranhana, foi percebido que não há um alinhamento em relação às leis e entre as próprias corporações de diversos tipos de bombeiros. Cada corporação, geralmente, possui um *software*.

Apesar de já existirem outros *softwares*, conforme demonstrado, nenhum se aplica ao cenário específico da cidade onde esse sistema será implantado. Além disso, ele poderá ser utilizado por outras cidades que tenham um modelo de trabalho similar ao que se está modelando aqui.

### 3.4 Diferencial

Conforme demonstra a Tabela 1, a ferramenta desenvolvida possui alguns diferenciais em relação a outras ferramentas.

**Tabela 1 - Diferencial entre corporações**

	<b>Bombeiros – SFP (Ferramenta desenvolvida)</b>	<b>Voluntersul</b>	<b>Bombeiros - SC</b>
Registro da corporação	X	X	X
Registro de viaturas	X	X	X
Registro de ocorrências	X	X	X
Condições climáticas	X	X	
Registro de Índices Pluviométricos	X		
Registro de ausência de viatura	X		
Ponto de referência/ observações	X	X	

Fonte: Autor (2018).

## **4 Metodologia**

### **4.1 Análise e projeto**

A partir da problematização discutida no referencial teórico a respeito do cenário atual, partiu-se para o desenvolvimento da ferramenta, utilizando-se o método Kanban.

A primeira etapa do desenvolvimento foi analisar e identificar os principais objetivos que os Bombeiros Municipais de São Francisco de Paula necessitam, pois eles são o projeto piloto para o desenvolvimento a ferramenta.

Segundo a corporação de bombeiros de São Francisco de Paula, que atualmente encontra-se registrando em papéis as ocorrências, cadastro de viaturas, registros de endereços, pontos de referências, entre outros diversos tipos de controle, percebe-se a necessidade e importância de uma ferramenta que seja capaz de gerenciar todos esses problemas.

Na fase de análise, foram elicitados os requisitos e documentados na forma de histórias de usuário. Cada história de usuário representa alguma atividade que o sistema deve desempenhar.

A partir da análise e da identificação dos requisitos, foi arquitetada a estrutura da ferramenta a ser desenvolvida. A fase de projeto mostra como o mesmo será implementado. Os diagramas UML (*Unified Modeling Language* - Linguagem Unificada de Modelagem) necessários foram utilizados de acordo com o método selecionado.

Todas as tarefas necessárias para o desenvolvimento foram mantidas em um quadro Kanban registrado na ferramenta Trello. Com o uso do Trello, é possível criar cartões virtuais em que se adicionam comentários, anexos, etiquetas, *check-lists*, prazos, entre outros. O quadro Trello permite organizar projetos de qualquer tama-

nho (TRELLO, 2018). Com o auxílio do Trello, foi possível organizar as tarefas de modo que elas ficassem claras e objetivas.

A Figura 1 demonstra o quadro Trello e suas atividades para o desenvolvimento da ferramenta.

**Figura 1 – Quadro de organização Trello**

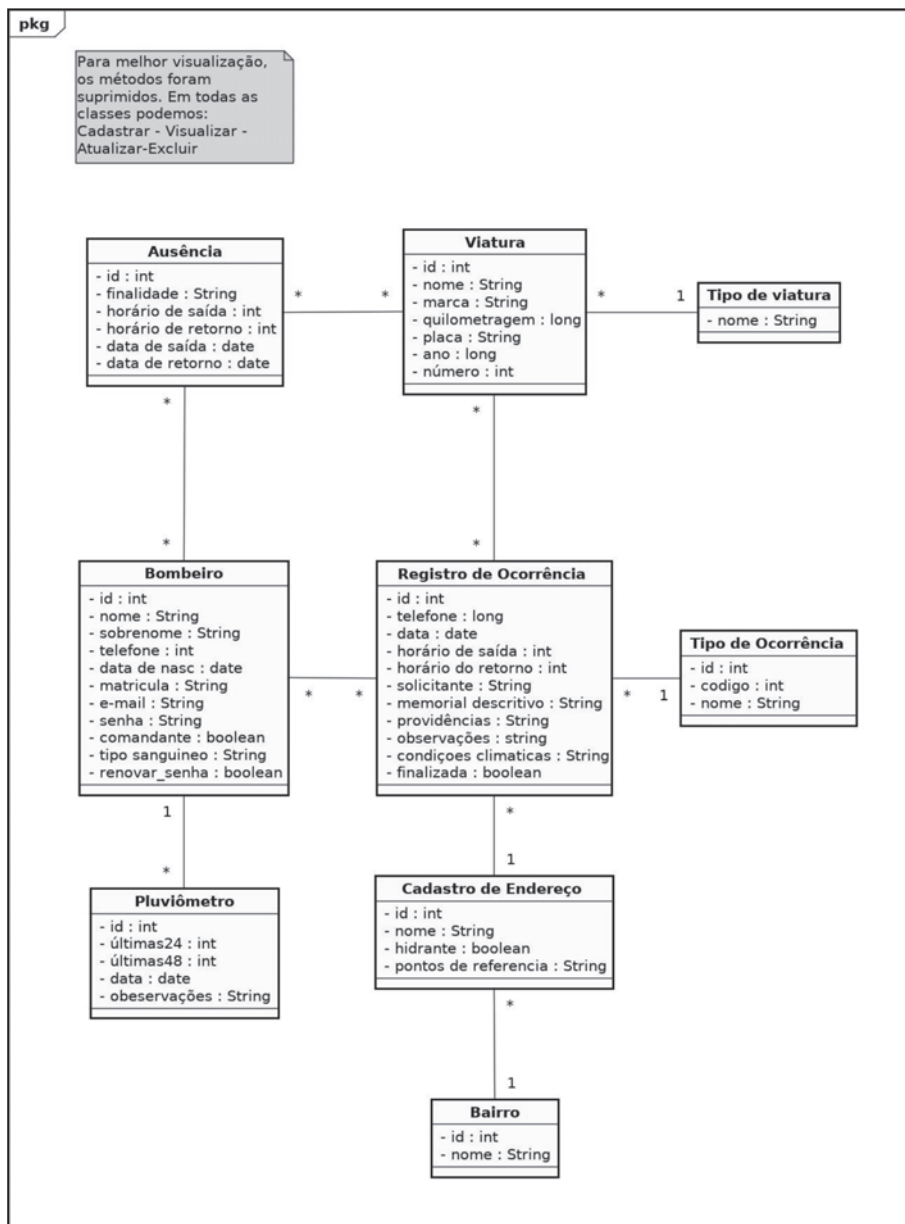


Fonte - Autor (2018).

Após a documentação das histórias de usuário, partiu-se para a modelagem do sistema. Conforme Lobo (2009), uma modelagem busca representar um *software* por meio de modelos abstratos. A modelagem não só permite que o *software* seja projetado com os requisitos necessários para seu correto funcionamento, como também use a arquitetura mais oportuna ao projeto a ser desenvolvido.

Para a modelagem do sistema, foi utilizada a linguagem UML e, a partir disso, foram criados alguns diagramas que representam o seu funcionamento de forma mais detalhada, especificando o que a ferramenta fará e como deve se comportar. A Figura 2 demonstra o diagrama de classes desenvolvido para a ferramenta.

Figura 2 – Diagrama de classes



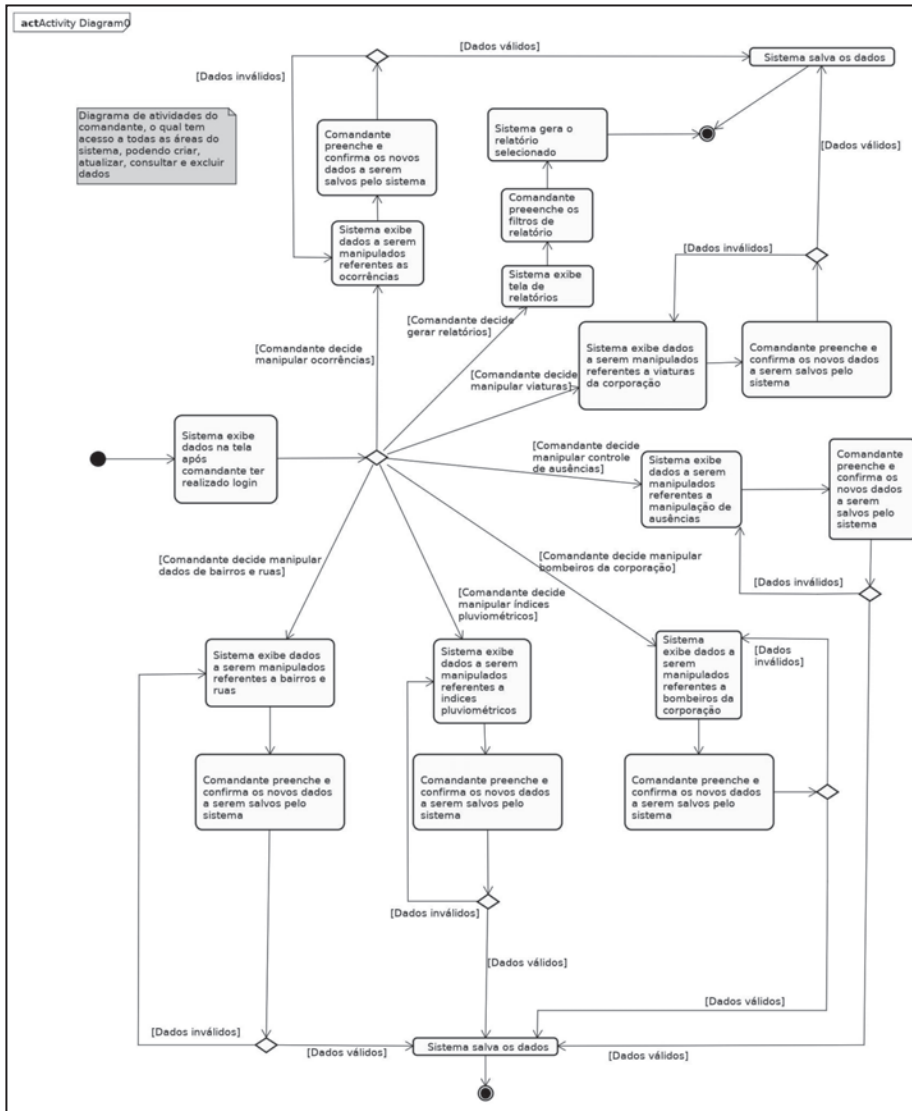
Fonte - Autor (2018).

Também foram desenvolvidos diagramas de atividades, demonstrando atividades do comandante e dos bombeiros da corporação. Os diagramas de atividades têm por objetivo representar o fluxo de ações necessárias para atender um determinado processo, demonstrar a relação entre as atividades e representar atividades

paralelas (LUCINDA, 2010).

A Figura 3 abaixo apresenta um dos diagramas de atividades modelado, o qual demonstra o comportamento da ferramenta para o usuário comandante, o qual tem acesso a todos os módulos da ferramenta.

Figura 3 - Diagrama de atividade - Comandante



Fonte - Autor (2018).

## 4.2 Wireframe

Antes de começar o desenvolvimento da ferramenta, foram usados *wirefra-*

mes (armação de arame), em que foi possível projetar algumas telas e funcionalidades da ferramenta, evitando-se erros e desperdício de tempo no futuro.

A utilização de *wireframes* busca demonstrar esquematicamente todos os elementos que compõem a página, através de representações gráficas com imagens, ícones, círculos, quadrados, links, textos, entre outros. São, em sua maioria, ausentes de cores ou efeitos, servindo como base para demonstrar onde vão se localizar os objetos na tela. O *wireframe* é um documento muito importante para o trabalho da equipe (BUSARELLO; BIENING; ULBRICHT, 2013).

A Figura 4 abaixo demonstra um dos *wireframes* construídos antes do desenvolvimento da ferramenta.

**Figura 4 - Projeção da tela de registro de ocorrência**

The image shows a wireframe of a web application interface for registering an incident. The layout is as follows:

- Navigation Bar:** Contains a breadcrumb trail: Home | Ind. Pluviométricos | Cad Bairro | Cad Bombeiro | Cad Viatura | Cad Ausência | Tipo Ocorr | Reg Ocorrência. On the right, there is a 'Nome' field and a user menu with options: 'Editar perfil', 'Trocar senha', 'Minhas ocor', and 'Sair'.
- Form Header:** A section titled 'Nova Ocorrência' with a sub-label 'Nome'.
- Input Fields:** Five text input fields for 'Data', 'Solicitante', 'Telefone', 'Hr Saída', and 'Hr Retorno'.
- Text Areas:** Three large text input areas for 'Condições Climáticas', 'Memorial descritivo', and 'Providências Tomadas'.
- Observations:** A large text input area labeled 'Observações e Bombeiros presente na ocorrência'.
- Radio Buttons:** A section titled 'Tipo de Ocorrência' with three columns of radio button options:
  - Column 1:  2020 - Acidente de Trânsito,  2525 - Incêndio,  3030 - Afogamento
  - Column 2:  3232 - Resgate de animais,  ...
  - Column 3:  (empty),  (empty),  (empty)
- Checkboxes:** A section titled 'Viaturas Utilizadas' with two columns of checkboxes:
  - Column 1:  Caminhão Tanque,  Ambulância Resgate,  Camionete de Resgate
  - Column 2:  Caminhão Tanque,  Caminhão Tanque,  Camionete de Resgate
- Address Selection:** A section titled 'Endereço da ocorrência' with two columns of radio button options:
  - Column 1:  Bento Gonçalves,  7 de Setembro,  Osvaldo Aranha
  - Column 2:  Manoel Vicente Ferreira,  Santos Dumont,  20 de Setembro
- Action:** A 'Salvar' button at the bottom left.

Fonte - Autor (2018).

## 5 Desenvolvimento e testes

### 5.1 Desenvolvimento

Com as fases de análise anteriores concluídas, foi possível seguir para fase de

desenvolvimento da ferramenta. Todas as tarefas foram administradas na ferramenta Trello, de acordo com o método Kanban, que foi selecionado para o desenvolvimento.

A linguagem de programação escolhida foi Ruby junto com o *framework* Rails. Unindo essas tecnologias, temos um *framework* muito produtivo no modelo MVC, conhecido como *Ruby on Rails*.

Para o armazenamento dos dados, foi necessário escolher um SGBD, que deveria ter como princípios: (i) Confiabilidade; (ii) Simplicidade para configuração e manutenção; (iii) Gratuito e sem limitações. O SGBD que foi utilizado é o PostgreSQL, pois ele atende a todas as necessidades citadas acima, além de ser compatível com servidor de hospedagem Heroku.

A senha de todos os bombeiros cadastrados no sistema é criptografada com algoritmo de *hash* (função matemática) SHA-256.

Para desenvolver a interface gráfica foi utilizado HTML (*HyperText Markup Language* ou Linguagem de Marcação de Hipertexto), SASS (*Syntactically Awesome StyleSheets* ou folhas de estilo sintaticamente impressionante) e CSS (*Cascading Style Sheets* ou folha de estilo composta por camadas), com *framework* Bootstrap 4.0, para criar a interface do sistema totalmente responsiva e o mais amigável possível.

Para controle, versionamento e repositório do código fonte da ferramenta, foi utilizado o Github, uma plataforma de desenvolvimento de código aberto, para hospedagem de código.

Por fim, foi necessário escolher um servidor *web*. Esse servidor deveria ser principalmente confiável e de fácil manutenção em questões de atualizações. Levando em conta esses requisitos, foi escolhido o serviço de hospedagem Heroku.

O Heroku oferece um excelente serviço de hospedagem de aplicações com uma boa oferta de complementos como busca, *cache*, mensagens, entre outros, além de simplificar o processo de escalar a aplicação, caso necessário.

Segundo Rubens (2017) o Heroku é um servidor *web* bem popular de hospedagem em nuvem, conhecida como *Platform as a Service* ou PaaS (Plataforma como Serviço), no qual o fornecedor entrega para o cliente um ambiente pronto para receber a aplicação. A principal vantagem do Heroku é permitir a criação de uma conta gratuita sem grandes configurações.

Durante o desenvolvimento da ferramenta, mudanças surgiram e foram tratadas de acordo com o método Kanban utilizado. Assim, as tarefas que foram controladas na ferramenta Trello retrocediam para fases anteriores do desenvolvimento, conforme necessário.

## 5.2 Testes

Após concluir a etapa de desenvolvimento, foi realizada a fase de testes. Durante o desenvolvimento, ocorreram testes dentro da corporação de bombeiros, por meio dos quais eles puderam experimentar a ferramenta e sugerir novas ideias. Além disso, foram realizados testes de caixa branca, que avaliam o comportamento interno da ferramenta.

Ao final, foram realizados os testes exploratórios e de usabilidade por algumas pessoas que fazem parte do público alvo da aplicação (Corporação de Bombeiros de São Francisco de Paula -RS) e pessoas que desejam ter o conhecimento da ferramenta.

## 6 Resultados

O resultado foi o desenvolvimento de uma ferramenta *web* totalmente responsiva que pode trazer maior organização e agilidade no controle administrativo da Corporação de Bombeiros de São Francisco de Paula - RS, evitando erros humanos e rasuras em registros de ocorrências, registro de ausências, registro de bairros e controle de viaturas. Existe também a possibilidade e facilidade de registrar a ocorrência em qualquer local com cobertura de dados móveis, ficando a critério dos bombeiros.

Essa ferramenta traz uma enorme evolução dentro da corporação, pois era uma necessidade antiga dos Bombeiros de São Francisco de Paula. A tecnologia atualmente se mostra uma grande aliada em órgãos públicos de extrema importância.

Este projeto resultou em um *software* livre disponibilizado no Github (<https://github.com/linconreis/firefighters>) para que qualquer pessoa ou corporação possa utilizar sem limitação.

A figura 5 abaixo demonstra a tela inicial da ferramenta desenvolvida.

Figura 5 - Tela inicial



Fonte - Autor (2018).

A figura 6 demonstra a tela inicial da ferramenta em um *smartphone*.



**Figura 6 - Tela inicial em Smartphone**



Fonte - Autor (2018).

A ferramenta conta com dois tipos diferentes de usuário: comandante e bombeiro. Ambos os perfis de usuário são gerenciados através de um controle de *login*. O usuário comandante tem acesso a todas as funcionalidades da ferramenta, podendo executar todas as operações disponíveis, enquanto o usuário bombeiro tem algumas limitações. O usuário bombeiro não pode realizar as seguintes operações:

- a) Cadastro de bombeiros na corporação;
- b) Cadastro de viaturas;
- c) Edição e exclusão de ocorrências;
- d) Edição e exclusão de ausências de viaturas.

A figura 7 demonstra uma das partes mais importantes da ferramenta, que é o registro de uma ocorrência. Nessa tela, o bombeiro faz o registro de uma nova ocorrência, informando todos os dados relacionados a ela.

**Figura 7 - Registro de uma ocorrência**

**Informe o endereço da ocorrência**

Selecione o endereço

\*Cadastrar endereço

**Digite os dados da ocorrência**

Data  Horário de saída  Horário de retorno

Solicitante  Telefone

Memorial descritivo

Providências tomadas

Observações  Condições climáticas

**Selecione os bombeiros envolvidos na ocorrência**

Comandante Major  João Pedro  Lincon Reis  
 Maria Pedrita

**Selecione as viaturas envolvidas na ocorrência**

1130 - 1  Corsa - 13  Mb1620 - 2  
 Pallyo - 4  Uno - 3

Fonte - Autor (2018).

Na figura 8, é demonstrada a lista de todas as ocorrências registradas na ferramenta. Com essa lista, os bombeiros rapidamente podem visualizar todas as ocorrências cadastradas dentro da corporação. O uso da lista de ocorrências traz velocidade e segurança na manipulação dos dados das ocorrências pela corporação.

**Figura 8 - Lista de todas as ocorrências cadastradas**

Data	Solicitante	Telefone	Endereço	Ver detalhes	Status
24/11/2018	Patricia Maria José	54-33225-5669	Bento Gonçalves - Nº 55	Ver detalhes	Finalizada
23/11/2018	Patricia Maria José	54-95566-2233	A. Júlio de Castilhos - Nº 50	Ver detalhes	Finalizada
15/11/2018	Pedro José	54-98899-5566	A. Júlio de Castilhos - Nº 150	Ver detalhes	Finalizada
03/10/2018	Maria Pedro José	54-98877-6655	Rua Floresta - Nº 110	Ver detalhes	Finalizada
03/10/2018	Patricia Maria José	54-92233-4455	Bento Gonçalves - Nº 200	Ver detalhes	Finalizada

Fonte - Autor (2018).

Outro resultado não menos importante é a parte de relatórios, os quais podem ser filtrados por data, conforme figura 9. A ferramenta permite que o relatório seja filtrado por data, mostrando todos os tipos de ocorrências que foram cadastrados, juntamente com os detalhes de cada ocorrência, os quais são listados abaixo.

**Figura 9 - Relatório**

Tipo de Ocorrência	Total
Combate a incêndio	2
Buscas	6
<b>TOTAL DE OCORRÊNCIAS NO PERÍODO</b>	<b>8</b>

Data	Solicitante	Telefone	Endereço	Ver detalhes	Status
24/11/2018	Patricia Maria José	54-33225-5669	Bento Gonçalves - Nº 55	Ver detalhes	Finalizada
23/11/2018	Patricia Maria José	54-95566-2233	A. Júlio de Castilhos - Nº 50	Ver detalhes	Finalizada
15/11/2018	Pedro José	54-98899-5566	A. Júlio de Castilhos - Nº 150	Ver detalhes	Finalizada
03/10/2018	Maria Pedro José	54-98877-6655	Rua Floresta - Nº 110	Ver detalhes	Finalizada

Fonte - Autor (2018).

Além das telas descritas acima, a ferramenta ainda possui outras funcionalidades, as quais são necessárias para o seu funcionamento. Essas funcionalidades são as seguintes:

- a) Cadastro de viaturas;
- b) Cadastro de tipos de ocorrências;
- c) Cadastro de índices pluviométricos;
- d) Cadastro de ausência de viaturas;

- e) Cadastro de bairros e ruas;
- f) Cadastro de bombeiros da corporação;
- g) Controle de login.

## 7 Conclusão

Este artigo apresentou o desenvolvimento de uma ferramenta administrativa para corporações de bombeiros de qualquer lugar do Brasil, mas com ênfase na Corporação de Bombeiros de São Francisco de Paula. A ferramenta possibilita otimizar os procedimentos de trabalho dentro da corporação, melhorando a qualidade e segurança de todos os controles que hoje são realizados no papel.

Foram utilizadas metodologias e tecnologias atuais para a análise e o desenvolvimento do projeto. O uso de um método ágil auxiliou muito na criação da ferramenta, por isso o desenvolvimento ficou mais objetivo e organizado, com a possibilidade de adaptar novos recursos quando necessário, conforme descreve o método Kanban. Conclui-se também que a maioria das corporações de bombeiros, principalmente em cidades do interior, raramente possui qualquer tipo de *software* que possa auxiliar em atividades administrativas e comuns do cotidiano dos bombeiros.

Alguns trabalhos futuros foram identificados durante o desenvolvimento desta ferramenta, como o gerenciamento de escalas no quartel, imagens de viaturas e ocorrências, localização em tempo real por GPS (*Global Positioning System* que em português significa Sistema de Posicionamento Global) e um sistema de alerta nos índices pluviométricos.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019.

## Referências

ALVES, A. C.; ALMEIDA, E.; TORQUETE, S. **Tecnologia de Informação como Ferramenta de Gestão**. 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/tecnologia-de-informacao-como-ferramenta-de-gestao/21679/>>. Acesso em: 31 de Out. 2018.

BENSAU, M. **Um Olhar Sociológico sobre a Função Social dos Bombeiros em Luanda**. Jundiá: Paco Editorial, 2014.

BOOTSTRAP. **Bootstrap**. Disponível em: <<http://getbootstrap.com/>>. Acesso em: 15 de Ago. 2018.

BUSARELLO, R. I.; BIENING, P.; ULBRICHT, V. R. **Mídia e Educação: novos olhares para a aprendizagem sem fronteiras**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2013.

CASTELLO, F.; NASCIMENTO, F. A; MACHADO, L.; AZAMBUJA, M.. **Método Kanban na Metodologia de Desenvolvimento de Software**. 2018. Disponível em: <<https://fit.faccat.br/ead/mod/page/view.php?id=10681>>. Acesso em 22 de Ago. 2018.

CEMADEN. **Projeto Pluviômetros nas Comunidades 2013-2018**. 2018. Disponível em: <<http://www.cemaden.gov.br/pluviometros/sobre.php?menu=sobre>>. Acesso em: 17 de Jul. 2018.

CUNHA, L. Bombeiros em 900 Cidades - **Emergência**. 2016. Disponível em: <[http://www.revistaemergencia.com.br/materias/certificadoras/apesar\\_de\\_ter\\_uma\\_cobertura\\_de\\_95,04\\_do\\_pais\\_pesquisa\\_da\\_revista\\_emergencia\\_mostra\\_que\\_apenas\\_16,16\\_das\\_cidades\\_posuem\\_postos\\_do\\_servico/JajyAc](http://www.revistaemergencia.com.br/materias/certificadoras/apesar_de_ter_uma_cobertura_de_95,04_do_pais_pesquisa_da_revista_emergencia_mostra_que_apenas_16,16_das_cidades_posuem_postos_do_servico/JajyAc)>. Acesso em: 03 de Ago. 2018.

DATE, C. J. **Introdução a Sistemas de Bancos de Dados**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DERISIO, J. C. **Introdução ao controle de poluição ambiental**. 5. ed. São Paulo: Oficina de Textos, 2017.

DITI. **Projeto FireCast**. Disponível em: <<http://www.cbm.sc.gov.br/softwarelivre/>>. Acesso em 03 de Ago. 2018.

ENGHOLM, H. **Análise e Design Orientados a Objetos**. São Paulo: Novatec, 2017.

FILHO, J. T. B. Tecnologia a serviço da Vida. **Eletrônica Bombeiros**. Alagoas, n. 18, p. 18, Fevereiro, 2016.

FRANCISCON, M. J. **A Importância Do Registro Digital Das Ocorrências Policiais Militares**. Joinville: Clube de Autores, 2009.

FRIEDMAN, T. L. **O mundo é plano: Uma breve história do século XXI**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

FUENTES, V. B. **Ruby on Rails - coloque sua aplicação web nos trilhos**. Casa do Código, 2012.

GONÇALVES, R. P. Sistema De Informação Geográfica Para Apoio A Decisão Ao Combate A Incêndio. 2005. 154 f. **Dissertação** (Mestrado em Engenharia de Produção) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos.

GUGLIOTTI, A. **Temas em Magento: Curso Básico para Desenvolvimento de Temas em Magento**. São Paulo: Novatec, 2015.

JÚNIOR, B. S. **Programação - Bootstrap**. 2016. Disponível em: <[https://criandobits.com.br/fs-programacao/fs\\_fw-bootstrap.php](https://criandobits.com.br/fs-programacao/fs_fw-bootstrap.php)>. Acesso em: 18 de Out. 2018.

JÚNIOR, H. E. **Computação em nuvem com o Office 365**. São Paulo: Novatec, 2015.

LIMA, K. L. Aplicabilidade de Ferramentas da *Web* às Bibliotecas. 2011. 61 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Bacharel em Biblioteconomia) - Departamento de Ciência e Informação da Universidade Federal da Paraíba - UFPB - João Pessoa.

LOBO, E. J. R. **Guia Prático de Engenharia de Software - Desenvolva Softwares Profissionais com o Uso do UML e Best Practices de Gestão**. São Paulo: Universo dos Livros, 2009.

LUCINDA, M. A. **Qualidade - Fundamentos e Práticas**. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

MARIOTTI, F. S. **Kanban Desafios e a Receita para o Sucesso**. 2012. Disponível em: <<http://www.garcia.pro.br/EngenhariadeSW/artigosMA/A6%20-%2045-6-%20Kanbam.pdf>> Acesso em: 25 de Ago. 2018.

MEIRELES, M. **Sistemas de Informação Quesitos de Excelência Dos Sistemas**. 2 ed. São paulo: Arte & Ciência, 2001.

MILETTO, E. M.; BERTAGNOLLI, S. C. **Desenvolvimento de Software II: Introdução ao Desenvolvimento Web com HTML, CSS, JavaScript e PHP - Eixo: Informação e Comunicação - Série Tekne**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2014.

NASCIMENTO, S. **Defesa Civil e Bombeiros fazem parceria para período chuvoso em BH**. 2017. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2017/06/19/interna\\_gerais,877329/defesa-civil-e-bombeiros-fazem-parceria-para-periodo-chuvoso-em-bh.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2017/06/19/interna_gerais,877329/defesa-civil-e-bombeiros-fazem-parceria-para-periodo-chuvoso-em-bh.shtml)>. Acesso em: 19 de Julho de 2018.

PEREIRA, R. **Software Livre e Bombeiros Militares de Santa Catarina - Boas ideias que salvam vidas**. 2016. Disponível em: <<https://www.embarcados.com.br/software-livre-e-bombeiros-militares/>>. Acesso em: 03 de Ago. 2018.

POMPÉO, W. A. H. **Revolução Digital: análises e perspectivas das novas tecnologias da informação e comunicação no direito, educação e gestão de negócios**. Santa Maria: Dois L&A LTDA, 2016.

PORTO, M. P. Rede de memórias: um “lugar de memória” digital dos bombeiros militares catarinenses. 2016. 153 f. **Dissertação** (Mestrado Profissional em Gestão de Unidades de Informação) - Centro de Ciências Humanas e da Educação, Programa de Pós-Graduação em Gestão de Unidades de Informação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.

POSTGRESQL. **Sobre PostgreSQL** <<https://www.postgresql.org/about/>>. Acesso em: 1 de nov. 2018.

PRESSMAN, R. S.; MAXIM, B. R. **Engenharia de Software - Uma Abordagem Profissional**. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

RODRIGUEZ, M. V. R.; FERRANTE, A. J. **Tecnologia de Informação e Gestão Empresarial**. 2. Ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

RUBENS, J. **Primeiros passos com Node.js**. Editora Casa do Código, 2017

SOUZA, N. **Ruby on Rails Tutorial**. 2014. Disponível em: <<https://www.devmedia.com.br/ruby-on-rails-tutorial/31285>>. Acesso em: 18 de out. 2018.

TRELLO. **Simple à primeira vista, mas com muitas surpresas**. Disponível em: <<https://trello.com/tour>>. Acesso em 15 de ago. 2018.

URUBATAN, R. **Ruby on Rails - Desenvolvimento Fácil e Rápido de Aplicações Web**. São Paulo: Novatec, 2009.

VOLUNTERSUL. 2017. **Dirigentes visitam presidente da Voluntersul**. Disponível em <<http://www.voluntersul.com.br/noticias/ver/259/Dirigentes-visitam-presidente-da-Voluntersul.html>>. Acesso em: 04 de ago. 2018.

VOLUNTERSUL. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.voluntersul.com.br/conteudos/ver/9/Quem-Somos.html>>. Acesso em: 04 de ago. 2018.

# Instagram: o relacionamento de uma influenciadora com seu público e a decisão de compra no período do Dia das Mães de 2018

Josiane Saldanha Vasem<sup>1</sup> | Augusto Rodrigues Parada<sup>2</sup>

---

## Resumo

O presente estudo aborda uma possível importância da participação dos influenciadores digitais nas redes sociais digitais e consiste em analisar se esses estão utilizando o *Instagram* como uma ferramenta estratégica para se relacionar com seus públicos e estimular a decisão de compra. Para o embasamento da pesquisa, foram observadas postagens e comentários feitos no perfil @natanadeleon<sup>3</sup>. Com a revisão bibliográfica e o monitoramento da página, foi possível identificar nas postagens da blogueira, no *Instagram* e na interação do público, ações de relacionamento que podem ser entendidas como estratégicas no período que antecedeu o Dia das Mães de 2018. A partir do levantamento de dados, tornou-se viável relacionar os conceitos dos autores com as estratégias utilizadas no período analisado, permitindo assim, considerações sobre o assunto. Ao final deste trabalho, pôde-se constatar que a Natana de Leon, durante todo o período de observação, teve-se a explorar os sentimentos como foco do relacionamento, a fim de criar laços e estabelecer vínculos com seus seguidores.

**Palavras-chave:** Instagram. Influenciador digital. Relacionamento. Estratégias.

## Abstract

*This study approaches a possible importance of the digital influencers' participation in the digital social networks and consists of analyzing if they are using Instagram as a strategic tool in order to relate with their public and to stimulate a purchase decision. For the basis of this research, posts and comments made on @natanadeleon profile were observed. With the bibliographic review and the page monitoring, it was possible to identify in the blogger posts, in Instagram and in the public interaction, relationship actions that can be understood as strategic in the period before the Mother's Day, in 2018. From the data collection, it became viable to relate the authors' concepts with the strategies used in the analyzed period, allowing considerations on the subject. By the end of this study, it was possible to find that Natana de Leon, during the period of observation, intended to explore feelings as relationship focus, in order to create ties and establish bonds with her followers.*

**Keywords:** Instagram. Digital Influencer. Relationship. Strategies.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Administração com ênfase em Marketing das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. E-mail: josiane.vasem@sou.faccat.br.

<sup>2</sup> Professor Doutor Orientador – Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. E-mail: aparada@faccat.br

<sup>3</sup>Endereço eletrônico.



## 1 Considerações iniciais

A evolução digital e a competitividade do mercado estão modificando cada vez mais os hábitos dos consumidores, seus gostos e suas opiniões. Com isso, os consumidores passaram a buscar novas ferramentas para obter informações e satisfazer suas necessidades. Uma das ferramentas utilizadas, atualmente, no meio digital, são as redes sociais, ferramenta que atua como um meio para aproximar e conectar o público. As organizações e marcas perceberam o potencial das redes sociais digitais e começaram a investir nesse processo interativo de relacionamento e comunicação, buscando atingir cada vez mais seu público-alvo.

Com o crescimento acelerado das redes sociais e sua maior utilização no dia a dia dos usuários, começaram a surgir pessoas que se destacavam por atraírem atenção do público, chamadas hoje de influenciadores digitais. O público, com frequência, está se voltando para esses influenciadores predominantes nas redes sociais em busca de conteúdo, dicas e conselhos que atendam às suas expectativas e necessidades.

O objeto de estudo desta pesquisa é o perfil do *Instagram* da blogueira Natana de Leon. Dentro da página, é possível visualizar que ela realiza em média três postagens por dia, geralmente, relacionadas à moda e à beleza. O foco principal em suas publicações é chamar a atenção para um determinado produto, relacionado com a comercialização. O que direciona ao objetivo geral deste estudo: analisar as estratégias de relacionamento da blogueira Natana de Leon com seu público que estimulem a decisão de compra no *Instagram* no período do Dia das Mães de 2018.

O objetivo geral é alcançado à medida que os objetivos específicos são atingidos. Sendo os últimos: descrever as publicações da blogueira que incentivam ao consumo, no período mencionado, e contextualizar as expressões que indiquem ou confirmem a decisão de compra por parte do público.

Considerando que as ações de divulgação nas redes sociais é uma prática recente e que ainda são poucos os estudos sobre o estímulo desse tipo de mídia no comportamento do consumidor, o estudo pretende responder ao problema de pesquisa: Quais são as possibilidades de estratégias de relacionamento que a blogueira Natana de Leon pode utilizar com seus públicos?

A escolha da influenciadora estudada neste artigo surgiu a partir do momento em que a autora teve interesse em observar como um influenciador digital cria um relacionamento com seu público em uma rede social digital.

A partir dessas publicações, manifestou-se o interesse em descobrir quais as estratégias de relacionamento que a influenciadora utiliza para estimular a decisão de compra. Percebe-se que o público pode ser estimulado de várias maneiras para efetuar uma compra, já que procura por benefícios que satisfaçam suas necessidades e desejos (KOTLER; ARMSTRONG, 2015). Desse modo, é relevante que se tente perceber como o consumidor vai agir ao decidir realizar uma compra.

Paralelamente, a pesquisadora realizou um monitoramento no perfil de Natana de Leon, onde coletou os dados necessários para a realização do estudo. A metodologia de pesquisa aplicada foi de caráter qualitativo, a qual Gil (2002, p. 133)

define como “[...] uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório”, e a pesquisa qualitativa na internet visa a um entendimento aprofundado e abrangente dos fenômenos em estudo, portanto, contextualiza-os e identifica seu caráter dinâmico na pesquisa social.

Este artigo é constituído por quatro seções. A primeira seção aborda a fundamentação teórica, na qual, inicialmente, será abordado o processo de decisão de compra do público, seguido das estratégias de relacionamento para a sua identificação, destacando o Marketing de relacionamento. Na continuidade, será abordado o estudo do relacionamento das organizações com seus públicos, por meio das redes sociais digitais, especificamente, os influenciadores digitais. Logo após, é apresentada a metodologia de pesquisa, em que é mostrada a coleta dos dados, a análise desses dados e, por fim, as considerações finais e as referências utilizadas.

## **2 Fundamentação teórica**

### **2.1 Processo de decisão de compra do público**

O mercado consumidor é formado por um conjunto de pessoas com uma, ou várias necessidades e que procuram encontrar uma solução para elas. Os consumidores que participam desse mercado podem até apresentar necessidades e desejos muito parecidos entre si, mas, muitas vezes, haverá algo que os diferencia, seja uma preferência, uma necessidade um pouco diferente ou até mesmo sua cultura (CARVALHO, 2017).

Para compreender melhor as necessidades do consumidor ao adquirir um produto ou serviço, Kotler e Armstrong (2015) descrevem os cinco estágios principais do processo de decisão do comprador: reconhecimento da necessidade, busca por informações, avaliação das alternativas, decisão de compra e comportamento pós-compra.

O primeiro estágio começa quando o comprador reconhece uma necessidade ou um problema. O processo de compra somente inicia quando o consumidor se depara com um problema, mas também com a necessidade de solucioná-lo. Ele sabe que tem uma necessidade não satisfeita e procura fazer alguma coisa para mudar essa situação (KOTLER; ARMSTRONG, 2015). Inúmeras vezes, a identificação das necessidades acontece quando o produto não atinge o esperado e os consumidores decidem comprar novamente (LAS CASAS, 2015). Corroborando a teoria exposta, Blackwell, Miniard e Engel (2013, p. 74) salientam que “o reconhecimento da necessidade ocorre quando o indivíduo sente a diferença entre o que ele ou ela percebem ser o ideal versus o estado atual das coisas”.

Após o reconhecimento de uma necessidade, o consumidor passa para o segundo estágio do processo, etapa em que o comprador é motivado a buscar mais informações antes de se decidir pela compra. Ao identificar uma necessidade, o consumidor vai à busca de informações e soluções que possam ajudá-lo a suprir tal necessidade. Quanto mais informações o consumidor obtiver, mais consciência e co-

nhecimento ele adquire sobre as marcas e seus atributos (KOTLER; ARMSTRONG, 2015).

Conforme Blackwell, Miniard e Engel (2013), essa busca é dividida em duas fontes: internas e externas. As fontes internas são aquelas que estão na memória, lembranças e experiências que tiveram com certos produtos. Já as externas originam-se de diversos meios, como vendedores de lojas, propagandas, folhetos, amigos, conhecidos, entre outros.

Após realizar a busca de informações sobre o produto, o consumidor passa para o terceiro estágio, no qual fará a avaliação das alternativas. Com as informações já coletadas, como características, preços e condições de pagamento, ele passa por um processo de avaliação para identificar o melhor negócio. Os consumidores buscam produtos e serviços para satisfazer algumas de suas necessidades ou desejos, procuram certos benefícios que são satisfeitos através de particularidades oferecidas pelos produtos e serviços disponíveis no mercado. O consumidor vê em cada produto um conjunto de inúmeros atributos, com capacidades diferentes de prestar os benefícios oferecidos e assim satisfazer (LAS CASAS, 2015).

Logo após coletar as informações necessárias do produto ou serviço, o consumidor passa para o quarto estágio da decisão de compra. Depois de pesquisar muito e avaliar as opções disponíveis no mercado, é a hora em que o consumidor decide de fato concretizar a compra com a empresa que ofereceu a melhor opção. Este é o momento mais importante no qual a empresa precisa garantir que o produto escolhido esteja acessível, proporcionando uma experiência única para seus consumidores. Para Blackwell, Miniard e Engel (2013), a questão a ser respondida pelo consumidor é se a compra deve ser feita ou não, quando comprar, que tipo de produto e marca, onde comprar e como pagar? Somente depois de analisar e responder tais perguntas, irá decidir pelo produto.

O quinto e último estágio do processo de decisão de compra é o comportamento pós-compra. É nesse período que o consumidor fica satisfeito ou insatisfeito e dá início a um comportamento pós-compra. Os clientes satisfeitos repetem a compra, falam bem do produto para outras pessoas e não prestam muita atenção no que o concorrente está oferecendo. Entretanto, os clientes insatisfeitos reagem de forma diferente, o boca a boca negativo se espalha e pode afetar as atitudes do consumidor em relação à empresa, seus produtos e serviços. A satisfação ou insatisfação do consumidor influencia seu comportamento em relação às próximas compras. Se o consumidor ficar satisfeito, maior será a probabilidade de ele comprar o produto novamente. É nessa etapa que as empresas têm a oportunidade de saber se o produto foi capaz de satisfazer ou não as necessidades do consumidor e de, principalmente, construir um relacionamento duradouro e lucrativo com seu público (KOTLER; ARMSTRONG, 2015).

Entender o consumidor não é uma tarefa fácil, pois é necessário também analisar e pesquisar outras áreas que afetam seu comportamento. O cliente está em constante evolução e tudo que envolve seus desejos e necessidades merece muita atenção, pois desde que nascem, os seres humanos recebem estímulos que afetam seu poder de decisão. Estimular os consumidores a comprar um produto ou serviço

requer esforços estratégicos cooperativos, focando em todos os estágios da decisão de compra (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2013).

Complementando essa ideia, Schmitt (2008) diz que:

Perceber, sentir, pensar, agir e relacionar-se são tipos diferentes de experiência. Afetam o modo como a organização deve desenhar produtos e peças de comunicação, websites e lojas. Uma loja deve ser bonita e estimulante (percepção), ou fazer o cliente feliz por conta dos serviços (sentir), ou deve apresentar um novo conceito de varejo que desperte reflexões. Ou focar ações ou construir relações [...] (p. 18).

Dessa forma, pode-se dizer que os consumidores usam as avaliações armazenadas em suas mentes para selecionar os produtos, marcas ou serviços que proporcionam satisfação e benefícios para sua vida.

## 2.2 Estratégias de relacionamento

Os relacionamentos são importantes para qualquer organização, mas para que sejam efetivos e gerem resultados, devem ser direcionados aos públicos com os quais a empresa deseja estabelecer uma comunicação. A gestão de relacionamento da organização com seus públicos tem como objetivo fazer com que se obtenha sucesso na execução de suas diretrizes, visão, missão, objetivos e valores. Origina-se daí o caráter estratégico e a necessidade de identificar os seus públicos de interesse, planejar e gerenciar da melhor forma possível a sua relação com eles e com cada um de forma específica para obter os melhores resultados (FRANÇA, 2009).

Para França (2009), a estratégia principal de relacionamento é definir um conceito lógico de públicos, o qual, para o autor, é uma junção das várias formas de conceituar públicos de diferentes autores. O primeiro passo para as organizações é ter a certeza de que os públicos foram bem definidos, conforme o objetivo e a conceituação lógica, lembrando que a classificação pode variar de organização para organização, portanto cada uma deve fazer a sua própria. França (2009) enfatiza que tão importante como classificar os públicos, é conhecer os interesses desses grupos que interagem com as organizações em relação às suas necessidades, preocupações, crenças, culturas e atitudes. Os relacionamentos, para serem bem-sucedidos, exigem que as organizações recorram a frequentes pesquisas para analisar com segurança como anda a interação e comunicação com cada um de seus públicos.

Para Oliveira e Fantini (2011), desenvolver um plano de ação é uma boa estratégia para aperfeiçoar o atendimento ao cliente, possibilitando assim um atendimento diferenciado. O plano de ação é uma estratégia eficiente para o planejamento e acompanhamento de atividades, permitindo que todas as decisões sejam tomadas antes mesmo de serem colocadas em prática, garantindo maiores acertos e possibilitando a correção de eventuais problemas. É fundamental capacitar os colaboradores da organização para que possam oferecer aos clientes um atendimento de qualidade, alcançando assim sua satisfação e fidelidade.

Para que as empresas conheçam e entendam as reais necessidades de seu

público, elas precisam utilizar métodos e ferramentas para fidelizá-lo e conhecê-lo melhor. Madruga (2004) afirma que o CRM (Customer Relationship Management – Gestão de Relacionamento com o cliente) já não é mais uma novidade para as empresas. A aplicação do CRM está além da utilização de um software, pois o objetivo principal deve estar na implementação de uma estratégia de relacionamento, sendo o software uma ferramenta de apoio, auxiliando na geração de resultados para se antecipar ao mercado consumidor, criando um produto ou serviço dentro das expectativas dos clientes.

Percebe-se que as organizações estão em constante concorrência; já não se pode confiar somente na participação de mercado, mas na necessidade de competir usando novas estratégias. Uma das estratégias utilizadas pelas empresas também é a pesquisa de mercado, por meio da qual as organizações podem observar melhor o comportamento dos clientes e seus níveis de satisfação, pois através de um *feedback* das informações é que se pode oferecer um melhor serviço ou produto para o público (OLIVEIRA; FANTINI, 2011).

Yanaze (2007), complementando, traz como estratégia de relacionamento com o público a sua fidelização, passando por três etapas importantes. A primeira delas é de fidelizar, oferecer com qualidade tudo aquilo que o público realmente espera de um determinado produto ou serviço. A segunda etapa mencionada pelo autor é a de encantar o público, oferecer um bem ou serviço que ele não espera receber. A terceira e última etapa é a de seduzir, é quando o cliente representa o pós-marketing, que dará sustentabilidade e segurança no uso do bem oferecido.

Em concordância com os autores, Roberts (2005) estuda a relação das marcas com os seus públicos e a necessidade de encantar o público-alvo através dos sentimentos.

As Lovemarks são criadas por conexões emocionais com os consumidores que extrapolam os argumentos e benefícios racionais. Precisamos aprender a linguagem dos sentidos, para fazer isso acontecer. Mas é muito mais difícil do que simplesmente acrescentar fragrâncias, paladar, textura [...] (ROBERTS, 2005, p.105).

De acordo com as ideias de todos os autores citados, pode-se dizer que as estratégias de relacionamento estão diretamente vinculadas ao entendimento e conhecimento dos públicos e à necessidade de envolvimento com as emoções por parte das organizações. Dentro do estudo das estratégias de relacionamento e identificação dos públicos, destaca-se o marketing de relacionamento.

### 2.3 Marketing de relacionamento

De acordo com Brambilla (2009), o Marketing de relacionamento tem como foco a sustentação de relações satisfatórias com os consumidores, demonstrando confiança e compromisso, resultando na sua fidelização e em vantagens competitivas para as organizações. Nesse contexto, esta é a oportunidade de descobrir as preferências, as necessidades e os gostos dos consumidores, procurando satisfazê-los

com produtos ou serviços de qualidade, bom atendimento e preços competitivos.

Claro (2005) ressalta que a importância que o marketing tem dado à satisfação dos clientes vem alcançando resultados positivos dentro das organizações que têm conquistado seus objetivos, pois esta maneira de trabalhar, produz o que os clientes querem e precisam. Por outro lado, existem empresas que ainda não compreenderam a importância desse relacionamento e insistem em treinar seus vendedores, que não se interessam pela fidelização do cliente, mas pela quantidade de produtos que vendem.

As organizações e os departamentos responsáveis devem entender que vender um produto não é somente entregá-lo a quem o compra como uma simples mercadoria que faz parte da lista de desejos. É um sonho ao qual as pessoas dedicam parte de suas vidas, pesquisam, avaliam e percorrem quilômetros a fim de satisfazer e o tornar real (ARAÚJO, 2009).

Roberts (2005, p. 34) afirma que “[...] somos obcecados pela parte da atenção e esquecemos a razão pela qual precisamos dessa atenção, antes de tudo: os relacionamentos”, as marcas que desejam criar vínculos e colher os frutos desses relacionamentos precisam parar de olhar para a concorrência, e dedicar-se a estabelecer relações consistentes com os seus públicos. Esses relacionamentos permitem que as empresas explorem ao máximo seus recursos, a fim de obter vantagens competitivas que sozinhas elas não seriam capazes de obter (CLARO, 2005).

Por isso, Heidrich (2013) ressalta que a demanda continua sendo a de prestar atenção à necessidade e ao sentimento dos públicos, já que os clientes satisfeitos serão responsáveis e capazes de trazerem novos consumidores, mas, ao contrário, aqueles que ficarem decepcionados serão capazes de gerar um conceito negativo e causar danos para as organizações.

## 2.4 Redes sociais e as estratégias de relacionamento

Os avanços da tecnologia e a prática do acesso à internet, em qualquer lugar, resultaram em uma grande diversidade existente de redes sociais, que passaram a ser vistas mais do que relacionamentos interpessoais, mas como uma ferramenta de divulgação e aproximação entre organizações e públicos. As redes sociais têm o objetivo de reunir pessoas, chamados de membros, que se comunicam por meio de textos, áudios, fotos, mensagens, vídeo, etc. (BRESULIN, 2017).

As redes sociais são definidas pelas interações sociais e por “[...] um conjunto de dois elementos: atores sociais (pessoas, instituições ou grupo; os nós da rede), e suas conexões (interações ou laços sociais) [...]” (RECUERO, 2009, p.24). Para a autora, os atores na rede social são os indivíduos por trás de cada tela de computador ou celular, são as pessoas envolvidas na rede que são representadas por nós, os atores atuam com o objetivo de moldar as estruturas sociais, através de interações e da constituição de laços sociais.

Na mesma linha de pensamento, Gabriel (2010) ressalta que as redes sociais estão ligadas às pessoas e ao relacionamento entre elas, a essência é a comunicação, e as tecnologias são elementos catalisadores que facilitam as interações e o compar-

tilhamento das informações.

As pessoas adaptaram-se aos novos tempos, utilizando a rede para formar novos padrões de interação e criando novas formas de sociabilidade a novas organizações sociais. Como essas formas de adaptação e auto-organização são baseadas em interação e comunicação, é preciso que exista circularidade nessas informações, para que os processos sociais coletivos possam manter a estrutura social e as interações possam continuar acontecendo (RECUERO, 2009, p.89).

As redes sociais são importantes para estabelecer interações e inter-relacionamentos com várias pessoas de diferentes níveis, raças, culturas e nacionalidades, em um ambiente de ação e relação onde o virtual se une ao físico. As redes sociais digitais ajudam a aproximar as relações entre organização e público, cabendo à organização a definição de estratégias que contribuam para a solidificação da imagem e reputação corporativa (TERRA, 2005).

Relacionar-se com o consumidor cria novos valores para as organizações; é necessário interpretar e, principalmente, definir estratégias visando a melhorias do produto ou serviço, de acordo com o que é avaliado através do monitoramento do conteúdo gerado e inserido nas redes digitais pelos consumidores (DIESEL; BRAGA, 2012).

Gabriel (2010) afirma que é essencial que se conheça cada plataforma de rede social com suas características, públicos e atributos, pois somente conhecendo-a muito bem é que ela poderá ser utilizada como uma ferramenta estratégica para se relacionar com o público-alvo. Uma vez selecionado o ambiente social de atuação, deve-se escolher, de acordo com o público-alvo, o posicionamento estratégico ideal que deve ser desenvolvido pela organização, alinhando com os objetivos do negócio.

Segundo Cardoso (2016), são essas redes de relacionamento que possibilitam a troca de experiências em tempo real, as informações ganham um rápido alcance e distribuição, o que torna o *Instagram* uma mídia social digital de grande competência para disseminação das marcas.

De acordo com Lessa (2013), em pouco tempo, o *Instagram* passou a ser uma ferramenta fundamental de mídia social para as pessoas, especialmente, porque o conteúdo fotográfico chama muito mais a atenção que apenas uma postagem baseada em textos. Com as pessoas cada vez mais exigentes por conexões instantâneas e conteúdos visuais chamativos para que estejam engajadas e inteiradas, não é de se admirar por que o *Instagram* tornou-se popular entre as pessoas e empresas.

Para Silvestre (2017), o *Insta moments* funciona como um grande mural para expor fotos e vídeos, onde é possível gravar pequenos vídeos que ficam disponíveis por um tempo determinado e, logo depois, são automaticamente apagados. Há a ferramenta de curtir, espaço para comentários e também a opção encaminhar, que permite compartilhar uma postagem sua ou de outro perfil para as demais pessoas.

O interesse em comum entre os usuários não é somente a fotografia, mas o compartilhamento de imagens por meio de uma relação criada a partir das conexões estabelecidas. Quando essas interações se tornam constantes, acontece uma aproximação entre os envolvidos, estabelecendo assim uma relação de confiança (LIRA;

ARAUJO, 2015).

Os autores acrescentam que com a utilização das redes sociais digitais, as organizações passam a ter uma facilidade maior para se relacionar e comunicar com seu público-alvo. Além de interagir nas redes sociais digitais, as organizações passam a entender e conhecer os gostos e desejos dos clientes, tornando-se um meio de divulgação no qual ações podem ser feitas com a finalidade de atrair mais públicos.

## 2.5 Influenciadores digitais

Com o avanço da internet e aumento do acesso às redes sociais no mundo, ficou muito mais fácil uma pessoa anônima tornar-se uma celebridade em pouco tempo; é nesse espaço que vemos o surgimento dos influenciadores digitais ou *digital influencers*, “[...] termo que designa usuários que utilizam de sua popularidade em determinada rede social para divulgar um estilo de vida e até mesmo produtos de uma determinada marca patrocinadora” (SANTOS; SILVA; SANTOS, 2016, p.1).

A importância de uma personalidade da internet, ou web celebridade, na divulgação de uma marca no meio digital tem se destacado cada vez mais no cenário digital. As marcas começam a aliar seus nomes a influenciadores digitais para ganhar espaço e vez na mente do seu público-alvo, com isso busca-se associar seus produtos ao estilo de vida propagado pelo influenciador e utilizar dessa influência como certeza de retorno para sua marca (SANTOS; SILVA; SANTOS, 2016, p. 2).

Diante deste cenário, surgem vários influenciadores que atraem as marcas com o objetivo de promover seus produtos na tentativa de construir uma relação mais humana com seu público. O consumidor vê o influenciador digital como outro consumidor, essa relação traz a confiança que as marcas necessitam para que seu público tenha uma experiência melhor com o produto. Os influenciadores costumam publicar imagens em seus perfis, “utilizando os produtos e dialogam através dos comentários com seu público, neste momento pode-se enxergar o influenciador digital com um vendedor de confiança” (SANTOS; SILVA; SANTOS, 2016, p. 8).

Para Jezler (2017), os influenciadores digitais representam uma ponte entre a marca e o consumidor, não se trata apenas de possuir um grande número de seguidores, é necessário observar a reputação do influenciador e a qualidade das conexões estabelecidas. É importante notar se ele é capaz de alavancar os produtos promovidos através da sua interação com seus seguidores.

Os influenciadores digitais são formadores de opiniões, expõem seus estilos de vida e criam um canal de interação com seus seguidores. A popularidade desses sujeitos atrai a atenção das marcas, que realizam parcerias para a divulgação dos produtos ou serviços. Contudo, para formar uma relação de sucesso, é indispensável que o vínculo estabelecido entre o influenciador e o seu público seja de confiança, permitindo uma maior receptividade do conteúdo disponibilizado. É a sua reputação que mobiliza as pessoas, alavancando as vendas (JEZLER, 2017, p. 19).



A utilização das redes sociais pelos influenciadores digitais como um novo meio de divulgação tem gerado grande interatividade com o público, atingindo a coletividade através de uma comunicação em grande escala. O público sente-se mais ativo e também mais livre para expressar suas opiniões. Os influenciadores abastecem suas redes sociais diariamente com informações sobre produtos e serviços, aguçando a curiosidade dos consumidores e despertando o desejo de adquirir sempre um novo produto (BRESULIN, 2017).

### 3 Metodologia

De acordo com Gil (2009), o objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas, utilizando métodos científicos para realizá-la, possibilitando um entendimento aprofundado do tema escolhido conforme seu objetivo de pesquisa.

Foi realizado um estudo exploratório com abordagem qualitativa juntamente com uma pesquisa bibliográfica sobre o tema apresentado, por meio de livros, artigos, publicações em periódicos e pesquisa na internet.

Quanto aos objetivos propostos, realizou-se um estudo de natureza exploratória que, de acordo com Gil (2009), visa proporcionar maior esclarecimento sobre o problema, envolve levantamento bibliográfico dos fatos para analisar e levantar hipóteses sobre o caso. Caracteriza-se pela busca do conhecimento do problema de maneira mais clara, possibilitando que sejam feitas considerações diante do fato estudado. Jung (2004) reforça que a pesquisa exploratória tem por objetivo descobrir teorias e práticas que modificarão as existentes.

Adotou-se também a pesquisa qualitativa, a qual Gil (2002, p. 133) define como “[...] uma sequência de atividades, que envolve a redução dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação e a redação do relatório”, e a pesquisa qualitativa na internet visa a um entendimento aprofundado e abrangente dos fenômenos em estudo, portanto, contextualiza-os e identifica seu caráter dinâmico na pesquisa social.

Nesta pesquisa, aplicou-se também a técnica de pesquisa bibliográfica que, como explica Gil (2009), é elaborada a partir de materiais já publicados, constituídos de livros, artigos e material disponibilizado na internet, a fim de dar a base conceitual para a realização da pesquisa e, posteriormente, sustentar as análises e os resultados.

A pesquisadora realizou a coleta de dados no perfil do *Instagram* da influenciadora, Natana de Leon, no período de 29 de abril a 13 de maio de 2018, nas duas semanas que antecedem o Dia das Mães, nas postagens específicas relacionadas ao consumo. Este período foi delimitado, pois de acordo com dados do site do SEBRAE (2017), o Dia das Mães é a segunda data mais significativa para o comércio brasileiro. Todos os segmentos de negócio podem se favorecer dessa data para aumentar suas vendas e alavancar o faturamento.

A pesquisadora elaborou um monitoramento das interações na rede social nas determinadas postagens no período analisado. Para Monteiro (2012), monitorar é capturar e ouvir o que as pessoas dizem nos canais sociais e analisar as informações

coletadas para a tomada de decisão. Os dados observados compreendem: os comentários, os *likes*, as expressões do público e da influenciadora e a interação entre a influenciadora e seu público.

Realizou-se o levantamento das interações dos fãs com a influenciadora no período determinado, no qual, em cada postagem, foram observadas as seguintes categorias: os números de *likes* (números de curtidas que uma imagem recebe) e as expressões do público no perfil. Além disso, também foi realizada uma observação das publicações, do tipo de conversa do público com a influenciadora que serão categorizadas, para observar as expressões dos fãs e identificar as possíveis estratégias de relacionamento utilizadas nas interações que estimulam a decisão de compra no público.

Ao longo da pesquisa, foram utilizadas tabelas feitas no Excel, para organização dos dados; também foi utilizado o recurso de QR Code, para registro das informações coletadas.

Através dos processos de pesquisa e metodologia apresentada, a análise na rede social pretende coletar e perceber as estratégias de relacionamento da influenciadora com seu público que estimulem a decisão de compra.

### 3.1 Características do perfil Natana de Leon

Natana de Leon tem 24 anos, é gaúcha, estudante de Arquitetura e Urbanismo, sempre gostou de estar envolvida com moda e beleza. Compradora assídua da internet, a blogueira iniciou seu trabalho fazendo publicações dos produtos que adquiria, confirmados em seu vídeo “50 fatos sobre mim”<sup>4</sup>.

Entre as inúmeras parcerias que a blogueira realiza, uma delas foi com a Yolo Acessórios. Natana participou dos lançamentos de duas coleções da marca, comandada pela empresária Caroline Leal Pegorar. A Yolo é conhecida por desenvolver acessórios modernos e acessíveis, seguindo as tendências da moda mundial, como brincos, colares, bolsas e outros<sup>5</sup>.

Para estar envolvida e atualizada, a blogueira faz, com frequência, viagens internacionais nas quais faz a divulgação dos produtos, relatando sua experiência em relação a eles. Para poder interagir com o seu público e criar um relacionamento, a blogueira conta com quatro redes sociais digitais: *Instagram*, *Pinterest*, *Facebook* e *Youtube*. Teve sua primeira publicação no *instagram* em dezembro 2012<sup>6</sup>.

O perfil da blogueira no *Instagram* é composto por um mural, onde diariamente realiza publicações sobre conteúdos específicos do universo da moda e da beleza. Tais assuntos atraem a atenção de seu público seguidor. De um modo geral, o foco das postagens é chamar a atenção para um determinado produto e estimular

<sup>4</sup> Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=fGBsLRD\\_6o0](https://www.youtube.com/watch?v=fGBsLRD_6o0)>. Acesso em: 10 abr. 2018.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://yoloacessorios.com.br/natana>>. Acesso em: 28 abr 2018.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/TEKRlnS6hU/?taken-by=natanadeleon>>. Acesso em: 10 abr 2018.






sua comercialização. O perfil possui atualmente<sup>7</sup> mais de 250 mil seguidores.

### 3.2 Coleta dos dados – Postagens

A coleta dos dados no perfil do *Instagram* da blogueira Natana de Leon iniciou no dia 29 de abril de 2018 e terminou no dia 13 de maio de 2018, período de duas semanas que antecederam o Dia das Mães.

Durante esse espaço de tempo, a autora acompanhou cada uma das 31 publicações que foram postadas na página. Para melhor visualização e compreensão do que foi visto e analisado, as postagens foram sintetizadas conforme os quadros a seguir:

**Figura 1 – Análise das postagens – associação com marca explícita**

Data	Conteúdo	Linguagem	Likes	Interações	QR Code
30/abr	O post é uma imagem da blogueira mostrando sua roupa, sapatos e acessórios.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	1.637	29	
01/maio	O post é uma imagem da blogueira mostrando sua roupa e sapatos.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	3.027	41	
03/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando uma blusa de tricô cor pink.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	2.422	33	
03/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando um vestido preto e sapatos preto .	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	2.824	33	
06/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando um vestido de festa.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	7.749	120	

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2018).

No quadro anterior, é possível observar as publicações com associação explícita com a marca, em que se obteve um total de 18 publicações, 59.303 *likes* e 707



<sup>7</sup> Considera-se atualmente o ano de 2018.

interações. Durante o período de observação, houve, no dia 06 de maio, a publicação de um vídeo com 18.639 visualizações.




**Figura 2 – Análise das postagens – associação com marca implícita**

Data	Conteúdo	Linguagem	Likes	Interações	QR Code
30/abr	O post é uma imagem da blogueira mostrando sua roupa, sapatos e acessórios.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	1.637	29	
01/maio	O post é uma imagem da blogueira mostrando sua roupa e sapatos.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	3.027	41	
03/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando uma blusa de tricô cor pink.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	2.422	33	
03/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando um vestido preto e sapatos preto .	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	2.824	33	
06/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira usando um vestido de festa.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	7.749	120	
06/maio	O post é uma imagem da festa de aniversário da blogueira, mostrando convidados + bolo + decoração + filmagem.	IMAGEM + TEXTO + MARCAÇÕES	5.680	62	
06/maio	O post é um vídeo da festa de aniversário da blogueira, mostrando convidados + decoração + Comida.	VÍDEO + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	18.639 Visualizações	58	

(Continua)

Data	Conteúdo	Linguagem	Likes	Interações	QR Code
06/maio	O post é uma imagem da blogueira em sua festa de aniversário, mostrando seu vestido.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	4.503	53	
07/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira mostrando seu cabelo/maquiagem que usou em sua festa de aniversário.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	7.380	92	
08/maio	O post é uma sequência de sete imagens mostrando vários tipos de doces e os suportes metalizados que decoravam a mesa da festa de aniversário da blogueira.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	1.506	16	
08/maio	O post é uma sequência de seis imagens mostrando vários tipos de flores e os vasos metalizados que decoravam o ambiente da festa de aniversário da blogueira.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	3.411	32	
08/maio	O post é uma imagem da blogueira sentada em um sofá redondo em sua festa de aniversário.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	3.363	18	
09/maio	O post é uma sequência de cinco imagens mostrando vários tipos de comida.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	762	11	
10/maio	Na postagem, foi publicada uma imagem da blogueira com sua mãe, mostrando suas roupas.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	3.731	34	
12/maio	O post mostra uma imagem da mão da blogueira segurando um óculos de sol.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	1.336	10	










(Continua)

Data	Conteúdo	Linguagem	Likes	Interações	QR Code
12/maio	Imagem da blogueira sentada em um banco mostrando sua roupa, óculos de sol e sua bota.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO	2.813	18	
13/maio	A postagem mostra a blogueira de mãos dadas com sua mãe, mostrando suas roupas.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	4.002	24	
13/maio	O post é uma imagem da blogueira sentada em uma cadeira mostrando sua roupa, sapatos e acessórios.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÕES	3.157	23	
			<b>59.303</b>	<b>707</b>	

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2018).

No quadro anterior, é possível constatar as publicações com associação implícita com a marca, obtendo-se um total de 4 publicações, 24.870 likes e 487 interações.

**Figura 3 – Análise das postagens – associação sem marca**

Data	Conteúdo	Linguagem	Likes	Interações	QR Code
29/abr	Na postagem a blogueira está sentada em um restaurante tomando um suco.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	6.914	46	
29/abr	O post é uma imagem das pernas da blogueira em frente a uma piscina com algumas árvores ao fundo.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	2.447	5	
29/abr	A publicação é uma imagem da blogueira usando óculos de sol + biquini .	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	6.362	61	
01/maio	O post é uma imagem da blogueira segurando um buquê de flores.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	5.784	103	
02/maio	Na postagem a blogueira está com sua família comemorando seu aniversário + mesa com doces e vasos de flor + balões.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI + MARCAÇÃO DE PESSOA.	3.464	26	
03/maio	O post é uma imagem mostrando a mão da blogueira pegando uma xícara de café + mostrando sua bolsa.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	1.266	4	
04/maio	O post é a imagem da blogueira olhando para o celular em sua mão.	IMAGEM + TEXTO + EMOJI	6.629	71	
12/maio	Publicação da blogueira mostrando sua roupa e óculos de sol.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI	4.083	30	
12/maio	O post é uma imagem da blogueira usando um vestido preto com botas pretas longas, segurando uma bolsa.	IMAGENS + TEXTO + EMOJI	5.209	60	
			<b>42.158</b>	<b>406</b>	

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2018).

No quadro anterior, é possível constatar as postagens sem associação com marca, em que se obteve um total de 9 publicações, 42.158 likes e 406 interações.

Todas as postagens publicadas no período possuíam textos, além disso, em todas elas foi percebido o “emoji”, que corresponde a figuras representadas por carinhas ou corações.

1. Ao total, foram 126.331 likes e 1.600 interações do público, conforme Quadro 1.

**Quadro 1 – Categorização das Postagens**

<b>Categorias</b>	<b>Publicações</b>	<b>Likes</b>	<b>Interações</b>
Associação com marca explícita	18	59.303	707
Associação com marca implícita	4	24.870	487
Associação sem marca	9	42.158	406
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>126.331</b>	<b>1.600</b>

Fonte: Tabela criada pela autora, a partir de dados coletados no perfil da Natana de Leon (2018).

## 5 Análise dos dados

O perfil no *Instagram* é considerado como uma ferramenta de divulgação e aproximação entre organizações e públicos, possibilitando um relacionamento entre as pessoas (BRESULIN, 2017). Porém, por ser uma rede social digital, deve privilegiar as interações e a constituição de laços sociais entre os indivíduos (RECUERO, 2009).

Através de seu perfil no *Instagram*, a blogueira consegue criar postagens diárias de novos produtos, pois o *Instagram* tornou-se uma grande ferramenta de oportunidades de negócios, gerando conteúdos com maior impacto no consumidor. Diante dessa comunicação com os públicos, é importante utilizar as funções disponíveis de interação para ocupar espaço nessa rede social digital (SILVESTRE, 2017).

A blogueira, por meio das postagens, demonstra preocupar-se com o relacionamento, pois com uma linguagem coloquial, é possível chamar a atenção dos seguidores e mexer com seus sentimentos. Esses sentimentos são os que levam as pessoas a adquirirem, cada vez mais, um determinado produto ou serviço, pois são movidas pela emoção e não pela razão (ROBERTS, 2005). Os sentimentos encontrados nas postagens analisadas remetiam ao bem-estar, alegria, satisfação, gratidão e confiança.

Em suas publicações diárias, nas quais a blogueira posta seu “look do dia”, é



recorrente a associação explícita com marcas. Ela publica fotos com a roupa que está usando no dia, relatando um pouco do look, (tecido, tendências e o motivo da escolha) e cita a marca das peças e onde as comprou. De um modo geral, percebe-se que, nas postagens, ao publicar conteúdos sobre suas composições de roupas e acessórios, informando marcas e fornecedores, ela atende às expectativas do seu público, uma vez que existem mais interações nesse tipo de publicação. Isso evidencia que as leitoras querem saber como a blogueira se veste, que marca usa e como usa. Ao identificar uma necessidade, o consumidor vai em busca de informação, adquirindo assim mais conhecimento sobre as marcas e seus atributos (KOTLER E ARMSTRONG, 2015).

Também foi possível perceber como o influenciador digital é capaz de despertar um desejo ou instigar uma necessidade no seu público, a partir de uma experiência que tiveram através de seu estilo de vida; isso vai ao encontro do que Jezler (2017) destaca quando se refere a eles como sendo uma espécie de representantes tanto do consumidor quanto da marca, e que, portanto, buscam atender a ambos os lados e criar uma conexão tripla, em que haja identificação por parte de todos os envolvidos.

No entanto, ao analisar as postagens explícitas e implícitas de associação com marca, constatou-se que a blogueira fez uso de uma ferramenta útil no perfil, a marcação e divulgação das marcas e serviços, utilizadas em sua festa de aniversário, totalizando 28 marcações em uma única publicação, no dia 06 de maio, o que remete totalmente à ideia de Yanaze (2007) sobre a fidelização. Esse fato pode ser percebido através do número de *likes* e expressões, onde ela obteve 5.671 *likes* e 62 comentários.

Marcar os perfis das empresas na legenda e na foto é uma estratégia válida, visto que essas marcações funcionam como links que levam direto ao perfil da empresa. É possível perceber a interação do público nos comentários e elogios expressos na publicação, por meio de comentários com declarações positivas.

Conforme Terra (2005), as redes sociais são importantes para estabelecer interações e inter-relacionamentos com várias pessoas de diferentes culturas e nacionalidades em um ambiente de ação e relação. Percebe-se a interação dos usuários entre si, uma vez que, na análise, percebe-se que nas publicações sem associação com marca, os seguidores demonstram interesse nos produtos da publicação, há comentários em que os leitores conversam entre si, sem a divulgação de uma marca ou serviço no *post*, como pode ser visto, a seguir, na publicação do dia 29 de abril, em que os seguidores respondem aos questionamentos de outros seguidores. Percebe-se, com isso, que houve interação e relacionamento entre os próprios seguidores da blogueira.

A linguagem utilizada nas postagens remetia aos sentimentos do público, e é através dessa linguagem específica dos sentidos que se provoca o que se deseja no público (ROBERTS, 2005). Vender não é somente a entrega de um produto, na verdade, é a troca de sentimentos e a entrega de um sonho, ao qual as pessoas dedicam partes de suas vidas (ARAÚJO, 2009). Em relação à publicação do dia 1 de maio, percebe-se o sentimento de gratidão que a blogueira quer transmitir.

É importante ressaltar que em nenhum momento da análise das expressões do público foram encontradas críticas ou comentários negativos, tanto em relação às publicações quanto em relação à blogueira. Porém, em alguns momentos, ela não dá o retorno esperado pelo público, não interagindo ou respondendo aos comentários.

No transcurso do estudo, todas as postagens foram analisadas atentamente e chegou-se à conclusão que as interações poderiam ser mais exploradas pela blogueira, ideia que França (2009) expõe no reconhecimento de públicos e na comunicação estabelecida com eles, analisando como anda a interação e comunicação com cada um de seu público-alvo.

Através da análise, foi possível observar a utilização de algumas estratégias de relacionamento por parte da blogueira em seu perfil. Percebe-se que as publicações tratam de temas com os quais ela se identifica, em que uma das ferramentas estratégicas utilizada é basicamente a percepção em relação à demanda de seu público-alvo. A blogueira age de maneira intuitiva; isso transparece na constante necessidade de adaptação da Natana, que precisa se aperfeiçoar em um mercado dinâmico e inovador para poder chamar a atenção de seu público.

As publicações envolvendo produtos ou serviços nas quais a blogueira relata sua experiência, fazem com que o público sintam-se confiante em adquiri-los. Logo, ela promove uma interação com seu público, fazendo com que ele se sinta mais atraído e envolvido pelo seu conteúdo. Com isso, Natana consegue aproximar-se de seu público e, possivelmente, criar um relacionamento com ele.

Outra estratégia que foi possível observar durante a análise foram as marcações de perfis nas publicações. Esse tipo de ferramenta disponível no *Instagram* ajuda na divulgação e disseminação de marcas envolvidas na postagem, e ao mesmo tempo, na relação entre blogueira e seguidor, pois é através dessas marcações que o público conhece os produtos e serviços utilizados pela blogueira. Consequentemente, é estimulado, cada vez mais, para o consumo de determinados produtos, pois, segundo Kotler e Armstrong (2015), mais que simplesmente fabricar produtos e entregar serviços, as marcas estão criando e gerenciando experiências para seus clientes.

Durante o período de análise, foi possível perceber que a blogueira procurou despertar sentimentos e emoções através da linguagem utilizada, pois ela remetia ao sentimento, porque, como Roberts (2005) afirma, as emoções são as principais ferramentas das marcas atualmente.

## 6 Considerações finais

Esse trabalho teve como foco principal analisar as estratégias de relacionamento que incentivaram a decisão de compra durante o período do Dia das Mães no perfil de uma influenciadora, Natana de Leon, que se encontra no *Instagram*, desde 2012, e mantém um relacionamento diário com seu público.

Percebeu-se que o relacionamento, durante todo o período, é pautado pelo sentimento. Atingindo-se os objetivos específicos, constatou-se que a estratégia mais utilizada pela blogueira é o uso de imagens de produtos, envolvendo os sentimentos, na utilização de textos relacionados à venda dos produtos.

Todas as postagens foram focadas nos sentimentos e no incentivo ao consumo. Foi possível observar que os seguidores do perfil gostam e demonstram interesse nos produtos divulgados. Percebeu-se, também, a intenção da Natana em cativar os leitores a partir das postagens publicadas e, ainda, em alguns comentários foi possível observar o desejo do público de adquirir o produto publicado no *post*. Percebe-se, através desses comentários, que a blogueira auxilia no processo de decisão de compra do público, ajudando principalmente no processo de busca por informações sobre determinado produto ou serviço. Quanto mais informações o consumidor obtiver, mais consciência e conhecimento ele adquire sobre as marcas e seus atributos (KOTLER; ARMSTRONG, 2015).

Apesar do número de comentários e interações, um ponto que chama bastante atenção é a baixa interação que a blogueira tem com seu público em algumas postagens. Esse comportamento demonstra uma falha de Natana, já que para Gabriel (2010), as redes sociais estão ligadas a pessoas e ao relacionamento entre elas, a essência é a comunicação e as tecnologias são elementos que facilitam as interações e o compartilhamento das informações.

Com o direcionamento correto de seu relacionamento e interação com seus seguidores, a blogueira pode continuar a exercer uma ótima influência no processo de busca de informação, durante o processo de decisão de compra de seus seguidores.

É possível perceber e analisar que tipos de estratégias foram e são utilizadas no perfil da Natana de Leon, já que diversas maneiras de alcançar e atingir emocionalmente o público foram utilizadas, sendo algumas ferramentas do próprio *Instagram*. Constatou-se que a blogueira deve continuar utilizando as marcações dos perfis nas postagens, pois este é um bom recurso para que o público continue interessado em seu conteúdo.

A linguagem utilizada pela blogueira deve continuar sendo a de transmitir sentimentos, pois as palavras são o meio de se transmitir aquilo que se está sentindo, fazendo com que o público também se envolva emocionalmente. Mesmo não interagindo com seu público, a blogueira pode despertar interesse através do conteúdo publicado, envolvendo-o através dos sentimentos expressados nas publicações.

Pôde-se constatar que Natana de Leon, durante todo o período de observação, teve-se a explorar os sentimentos como foco do relacionamento, a fim de criar laços e estabelecer vínculos com seus seguidores.

Após a análise dos resultados, percebeu-se a interação que ocorre nas redes sociais e como as empresas devem utilizar essa ferramenta online para despertar o interesse do público-alvo em seus produtos ou serviços.

Os resultados da pesquisa foram satisfatórios. Concluiu-se que tanto os objetivos específicos como o geral foram atingidos, no entanto, a autora do estudo vislumbra um futuro para este tipo de pesquisa, no qual entende que outros dados podem ser coletados a partir de um perfil no *Instagram*. Além disso, esse tipo de pesquisa pode auxiliar as marcas a entenderem como o público se comporta e a necessidade da compreensão dos sentimentos transmitidos através das postagens.

As conexões emocionais com os consumidores devem estar na base de todas as estratégias de marketing e táticas inovadoras; é preciso dedicar-se para estabele-

cer conexões consistentes. Os consumidores querem confiança, eles esperam que as marcas permaneçam fiéis aos ideais que compartilham, praticando o que pregam para que não os decepcionem (ROBERTS, 2005).

Portanto, estudar essas novas mídias transformadoras de hábitos deve ser uma constante dentro das organizações que querem acompanhar seu público e manterem-se competitivas no mercado. Numa sociedade em constante transformação, como a de hoje, os canais de comunicação e de relacionamento são meios determinantes na construção de relacionamentos.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019.

## Referências

ARAÚJO, Rodinei V. **Marketing de Relacionamento**. Disponível em: <[http://www.bm.edu.br/fatesc.edu.br/wpcontent/blogs.dir/3/files/pdf/tccs/marketing\\_de\\_relacionamento.pdf](http://www.bm.edu.br/fatesc.edu.br/wpcontent/blogs.dir/3/files/pdf/tccs/marketing_de_relacionamento.pdf)>. Acesso em: 22 abr. 2018.

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

BRAMBILLA, F. R. **Marketing de relacionamento no contexto dos serviços de uma academia de ginástica**. *Global Manager*, v. 9, n.16, p. 107-123. 2009.

BRESULIN, Letícia. **Interações de influenciadoras digitais, seguidores e empresas parceiras do setor de moda**: Estudo de multicasos no estado do Paraná. 2017. Disponível em: <[http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/11262/1/leticia\\_bresulin\\_MAA\\_2017.pdf](http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/11262/1/leticia_bresulin_MAA_2017.pdf)>. Acesso em: 07 abr. 2018.

CARDOSO, Bruna Crasoves. **Influência das redes sociais da Digital Influencer Paula Feijó no comportamento de seus seguidores**. 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/148529/001002120.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

CARVALHO, Henrique. **Como definir o Mercado Consumidor alvo na era digital**: Você sabe quem são os grandes tomadores de decisão da atualidade? Disponível em: <<https://viverdeblog.com/mercado-consumidor/#mercado-consumidor-b2c-b2b>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

CASTRO, Vanessa Ariel de. **Moda e Marketing**: das transformações de consumo e comunicação às estratégias de negócio em blogs de moda. Disponível em: file:///C:/Users/Bernardi/Downloads/moda-e-marketing-das-transformacoes-de-consumo-e-comunicacao-as-estrategias-de-negocio-em-blogs-de-moda-5155186.pdf. Acesso em: 07 mar. 2018.

CLARO, Danny P. **Marketing de relacionamento**: Conceitos e Desafios para o Sucesso do Negócio. 2005. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/files/153/6228806.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

DIESEL, UrsulaBetina; BRAGA, Giovana Peixoto. **Redes sociais e marketing digital**: uma análise das marcas Coca-Cola e Guaraná Antártica no Facebook e Twitter.

Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/handle/235/7316>>. Acesso em: 24 maio 2018.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: Conceito, plataforma e estratégias**. São Paulo. Novatec Editora, 2010.

GIL, Antonio C. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

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

GOMES, Helton Simões. **Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE**. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 13 de mar. 2018.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. In: FRANÇA, Fábio. **Gestão de relacionamentos corporativos**. 1. ed. São Paulo: Difusão, 2009. p. 209-269.

HEIDRICH, Aline D. G. **Relacionamento entre organizações e públicos em redes sociais: Um Estudo de das Imobiliárias de Igrejinha-RS no Facebook**. Taquara: FACCAT, 2013.

JEZLER, Priscila V. **Os Influenciadores Digitais na Sociedade de Consumo: Uma Análise Acerca da Responsabilidade Civil Perante a Publicidade Ilícita**. 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/25019/1/JEZLER%2c%20Priscila%20W%2c%20dega%20-%20Influenciadores%20digitais.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa e desenvolvimento: Aplicada a novas tecnologias, produtos e processos**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo. Pearson Education do Brasil, 2015.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing**. São Paulo: Editora Atlas, 2015.

LEON, Natana Marques. **50 fatos sobre mim**. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=fGBsLRD\\_6o0](https://www.youtube.com/watch?v=fGBsLRD_6o0)>. Acesso em: 23 abr. 2018.

LESSA, Rafael. **Os segredos do Instagram: como utilizar o Instagram para o sucesso na vida e nos negócios**. 2013. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/DigitalCoaching/os-segredos-do-instagram>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

LIRA, Állika Liana Lima de; ARAÚJO, Emily Gonzaga de. **Instagram: do clique da câmera ao clique do consumidor**. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2744-1.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

MADRUGA, Roberto. **Guia de Implementação de Marketing de Relacionamento e CRM**. São Paulo: Atlas S.A, 2004.

MONTEIRO, Diego. **Monitoramento e métricas de mídias sociais: do estagiário ao CEO: um modelo prático para toda empresa usar mídias sociais com eficiência e de forma estratégica**. São Paulo: DVS, 2012.

OLIVEIRA, Luciana de; FANTINI, Tania S. **Atendimento diferenciado ao cliente**. 2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/atendimento-diferenciado-ao-cliente/59676/>>. Acesso em: 02 out. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais digitais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROBERTS, Kevin. **Lovemarks: o futuro além das marcas**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2005.

SANTOS, Samir Magoya de Medeiros; SILVA, Pablo PettersonPraxedesda; SANTOS, Joseylson Fagner dos. **Gabriela Pugliesi: uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram**. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0157-1.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

SCHMITT, Bernd; PEDROSO, Evelyn. **O cliente é pura emoção**. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/34583123/O-cliente-e-pura-emocao>. Acesso em: 24 maio 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Dia das Mães 2017: pesquisa de intenção de consumo e comemorações**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/dia-das-maes-2017-pesquisa-de-intencao-de-consumo-e-comemoracoes,46eebe46d9eeb510VgnVCM1000004c00210aRCRD#0>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

SILVESTRE, Camila Martins. **O consumo na rede social Instagram: influenciadores digitais, materialidade e sonhos**. 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0704-1.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

TERRA, Carolina F. **As relações públicas e as novas tecnologias de informação e de comunicação**. 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/64420/67082>. Acesso em: 17 abr. 2018.

YANAZE, Mitsuro H. **Gestão de Marketing: avanços e aplicações**. Colaboradores BasileEmmanuelMihailidis...[et al] São Paulo: Saraiva, 2007.



# Método sustentável de trabalho para áreas comerciais e serviços com base no mapeamento de fluxo de valor em uma empresa do setor químico

Jênifer Ritter<sup>1</sup> | Rosnaldo Inácio da Silva<sup>2</sup>

---

## Resumo

O presente estudo teve como objetivo desenvolver um método sustentável de trabalho para áreas comerciais, com base no mapeamento de fluxo de valor, tendo como finalidade reduzir as perdas do sistema de comercialização e consumo dos produtos da empresa pesquisada, reduzindo os custos totais de produção. O estudo foi conduzido em um setor comercial de uma empresa química, situada na região do Vale dos Sinos. O método proposto foi aplicado em um cliente da empresa pesquisada, que está localizado no Vale do Paranhana. Na etapa de aplicação do método, foram mapeados os setores que estão envolvidos na utilização dos produtos químicos da empresa pesquisada. Com os resultados obtidos por meio do mapeamento de fluxo de valor, tornou-se possível reduzir os custos totais de produção em aproximadamente R\$ 97.968,00. Além disso, foi possível a proposição de evoluções ligadas à otimização de projetos futuros, contribuindo para redução de custos totais de produção, que poderão atingir valores equivalentes a R\$ 511.243,00 do montante transacionado entre as empresas.

**Palavras-chave:** Mapeamento de fluxo de valor. Indústria química. Serviços. Engenharia de produção. *Cluster* calçadista.

## Abstract

*This study aimed to develop a sustainable working method for commercial departments, based on the value stream mapping, having as purpose to reduce the waste of the marketing and consumption system of the products manufactured by the researched company, reducing the total costs associated with production. The study was carried out in the commercial department of a chemical company located in the Vale dos Sinos. The proposed method was applied to a customer of this chemical company, located in the Vale do Paranhana. In the method application stage, the departments of the researched company that are involved in the use of chemical products were mapped. With the results obtained through the value stream mapping it became possible to reduce the total costs associated with production by approximately R\$ 97.968,00. In addition, it was possible to propose changes related to the optimization of future projects, contributing to the reduction of total costs of associated with production that could reach amounts equivalent to R\$ 511.243,00 of the amount transacted between the companies.*

**Keywords:** *Value stream mapping. Chemical industry. Services. Production engineering. Footwear cluster.*

---

<sup>1</sup> Graduada em Engenharia de Produção pelas Faculdades Integradas de Taquara - Faccat/RS. jennifer\_ritter@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat/RS. Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas pela Unisinos/RS. Orientador do trabalho. rosnaldo@bibi.com.br



## 1 Introdução

O mercado calçadista é caracterizado por possuir capacidade instalada superior à demanda. Segundo a Abicalçados (2018), o desempenho desse setor esteve em queda desde 2014. O nível de utilização da capacidade instalada em 2014 era na ordem de 78,5%, chegando a 75% em 2017. Os asiáticos estão entre os principais produtores de calçados em nível mundial e representam 76%. O Brasil representa 4,4% da produção de calçados mundial. O principal desafio dos calçadistas brasileiros está na competição internacional em consequência de uma capacidade produtiva superior dos competidores asiáticos, principalmente a China.

Diante desse cenário, não são esperados elevados investimentos para o aumento da capacidade produtiva, pois uma elevação na demanda seria suportada pela capacidade instalada ociosa (ABICALÇADOS, 2016). Em função disso, o competidor com maior diferenciação será aquele que conseguir gerar valor econômico superior em relação ao que a concorrência está oferecendo para o mercado, ou seja, implementar uma estratégia de criação de valor percebida pelos seus clientes e que outras empresas não possuam a capacidade replicá-las com o mesmo resultado. Esse tipo de diferenciação é chamado de vantagem competitiva sustentável (VIANA; LUNA; TELES, 2015).

Pereira e Carvalho (2000) afirmam que a desvalorização cambial afeta os preços dos produtos, principalmente quando há participação significativa de insumos importados na estrutura de custo da indústria. Além disso, no período de janeiro a outubro de 2018, o dólar registrou significativa valorização de 29% em relação ao real (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2018).

A empresa pesquisada pertence à indústria química e atua na produção de adesivos para a indústria de transformação, entre as quais se encontra a indústria calçadista. Para Bonetti e Souza (2013), os produtores de calçados estão inseridos em um mercado de alta competição por preço baixo. Por outro lado, Galembeck *et al* (2007) afirmam que os produtores da indústria química enfrentam ameaças de crescimento devido a fatores macroeconômicos que interferem diretamente no sistema de comercialização de seus produtos, como a variação cambial.

De acordo com o presidente da empresa química pesquisada, os adesivos produzidos são compostos, em sua maioria, por materiais importados que sofrem impactos significativos com a variação cambial. Por outro lado, existe uma pressão na busca de produtos com preços baixos por parte dos compradores de tais produtos.

O entrevistado pondera que o modelo de competição atual adotado pela área comercial da empresa química é caracterizado por atuação da assistência técnica externa baseada em métodos empíricos, ou seja, sem uso de metodologia cientificamente testada. Ainda, sob a perspectiva de relações comerciais, o setor enfrenta inúmeras dificuldades devido à intensa pressão, por parte dos compradores, no que diz respeito aos preços de compra de seus produtos. Os valores de aquisição nesse mercado têm sido o principal foco da cadeia de suprimentos que, instigada por obter matérias-primas com baixo custo, despendem seus esforços em uma negociação pautada em preço baixo e prazo estendido.

Considerando o cenário exposto, segundo o gerente comercial, a equipe de vendas do setor possui o desafio de repassar os aumentos de preço para o mercado sob o risco de perda de margem de lucro para a organização no curto prazo. Em contrapartida, os compradores de seus produtos não absorvem esses aumentos integralmente.

A estratégia adotada pelos gestores da empresa procura obter vantagem competitiva sustentável relevante frente aos seus concorrentes principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento de novos modelos de atendimento voltados a este mercado. Tais modelos têm como objetivo atender às exigências dos seus clientes, que carecem de práticas enxutas que visam à redução de custos totais de produção.

Nesse contexto, de acordo com os entrevistados, a necessidade da organização está em retirar o foco dos compradores no que diz respeito aos valores de aquisição de seus insumos, oferecendo uma solução para redução dos custos totais de produção. Dessa forma, propõe-se: (i) elaborar a partir da literatura, uma um método sustentável de trabalho com base na ferramenta de mapeamento de fluxo de valor para a área comercial e vendas; (ii) aplicar e validar o método, possível de ser aplicado junto aos clientes da empresa, no setor de produção de adesivos; (iii) aplicar a metodologia em um cliente do setor calçadista; (iv) elaborar procedimento operacional para o setor de vendas da organização; e (v) verificar os resultados obtidos de redução dos custos totais de operação.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 2 apresenta o referencial teórico; a seção 3, a metodologia; a seção 4, os resultados obtidos, e a seção 5, a conclusão.

## 2 Referencial teórico

### 2.1 Características e estudos relevantes do mercado de atuação

O principal segmento atendido pela empresa pesquisada é a indústria calçadista, que, até meados da década de 1960, seguia o sistema produtivo baseado em produção em massa com produtos de baixo valor agregado (PEREIRA; SELITTO; BORCHARDT, 2010). A organização dessa indústria segue um modelo de arranjo produtivo complexo, denominado na literatura com *cluster*. Esses arranjos complexos são caracterizados pela interação com seus diversos atores locais, tais como: fornecedores, prestadores de serviços e clientes. Esse tipo de organização tem como objetivo fortalecer as relações locais devido à forma como se encontra distribuída geograficamente (SOUSA; SILVA; BRAGA, 2017, PEREIRA; SELITTO; BORCHARDT, 2010).

A vantagem desses aglomerados está em diminuir os custos e se beneficiar dos efeitos positivos dessa união. No entanto é importante salientar que indústrias do mesmo ramo de atividade compõem esse *cluster* e, por sua vez, competem entre si (SILVA, 2013).

A estratégia de competição no cluster calçadista do Vale dos Sinos, onde se desenvolve a pesquisa, evoluiu a partir da década de 1990, quando passou a cons-

truir um modelo de negócio com menor dependência da competição por preço baixo, desenvolvendo-se por outras dimensões competitivas, como *design*, administração de pequenos lotes, diversidade de produtos, velocidade, inovação, flexibilidade e produtividade (PEREIRA; SELITTO; BORCHARDT, 2010).

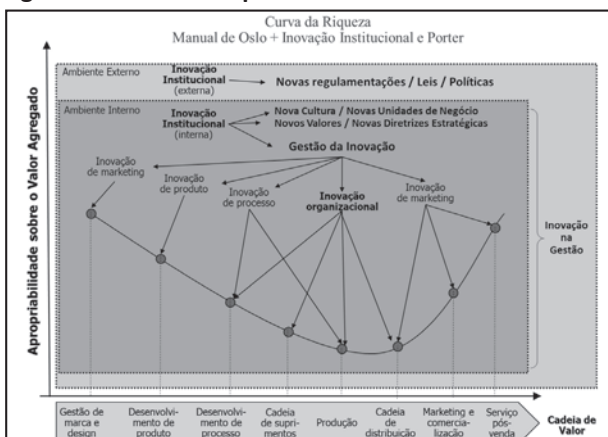
O comportamento observado em arranjos produtivos conhecidos como *clusters*, apresenta significativas diferenças em relação às tradicionais cadeias de produção, caracterizadas por possuírem uma empresa focal, que exerce a governança do arranjo. Diferente do observado em arranjos como *cluster*, em que a governança é alternada entre os atores do arranjo, as cadeias clássicas de produção oferecem melhores condições para contratação formal, estabelecimento de estratégias de cooperação, indicadores chaves de desempenho entre outras condições (CORRÊA, 2010).

Silva (2013) pondera que o desenvolvimento de estratégias desses arranjos produtivos está embasado na heterogeneidade tecnológica e na capacidade de desenvolvimento em função da localização destas empresas. O autor afirma que o desempenho de um *cluster* está relacionado com o direcionamento de seus relacionamentos diante dessas vantagens, como movimentar e gerar conhecimento por meio da interação com os atores deste *cluster*.

Leis *et al* (2010) defendem, pela perspectiva do conhecimento, que o gerenciamento do conhecimento é o ativo mais importante para a inovação e reforçam que utilizar o conhecimento como meio de inovação se torna mais durável ao longo prazo, pois são mais difíceis de serem reproduzidas. Os autores apresentam, sob a perspectiva de processos, práticas e métodos a apropriação de valor ao longo da cadeia da inovação.

Pode-se visualizar na Figura 1 que, na cadeia de valor, é possível gerar riqueza principalmente na gestão de marca e design e serviço pós-venda. É possível identificar também que inovar na área de serviço pós-venda pode trazer uma contribuição significativa para a organização que atua nesse setor.

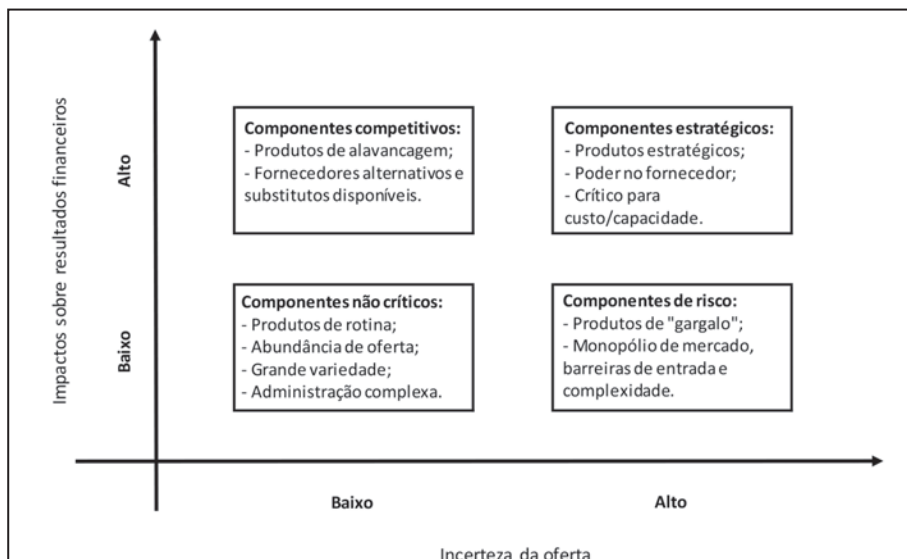
**Figura 1 - Curva da Riqueza**



Fonte: Adaptado de Leis *et al* (2010).

Sousa, Silva e Braga (2017) apontam, em seus estudos, uma matriz de posicionamento estratégico para classificação de fornecedores, como é apresentado na Figura 2.

**Figura 2 - Matriz de posicionamento estratégico**



Fonte: Adaptado de Sousa, Silva e Braga (2017).

A Figura 2 apresenta a matriz em que é possível identificar quatro principais tipos de classificação na gestão estratégica de fornecedores. Os autores apontam que o uso dessa matriz apoia na administração do setor de compras no que diz respeito à seleção de fornecedores, permitindo diferenciar os insumos dentro da organização.

No cenário atual, de acordo com a Figura 2, a empresa pesquisada pertence ao quadrante de componentes não críticos, pois seus produtos apresentam baixo impacto no orçamento de seus clientes e, em contrapartida, os clientes encontram abundância de oferta para os produtos da empresa pesquisada.

Dessa forma, existe uma oportunidade de sair do quadrante de componentes não críticos para integrar o grupo de componentes estratégicos. A mudança pode ser alcançada por meio da oferta de um serviço que permita aos clientes uma visão das perdas do seu sistema produtivo com a possibilidade de reduzir os custos totais de produção.

## 2.2 VBR e serviços

Segundo Srivastava, Fahey e Christensen (2001), VBR é a visão baseada em recursos que possui como perspectiva a utilização de recursos internos como forma de obter vantagem competitiva. Kretzer e Menezes (2006) afirmam que essa abor-

dagem leva em consideração as habilidades, competências e capacidades para obter vantagem competitiva, gerando conhecimento interno para a organização. Os autores também apontam que essas características são essenciais para se obter vantagem competitiva, heterogeneidade e lucratividade ao longo prazo.

Na VBR, se o recurso que gera valor é raro, pode-se gerar uma vantagem competitiva sustentável. Porém, sob o ponto de vista do cliente, quando essa vantagem competitiva gerar valor superior as questões relativas à raridade e distinção de valor devem ser consideradas (SRIVASTAVA; FAHEY; CHRISTENSEN 2001).

Srivastava, Fahey e Christensen (2001) apontam outro fator importante para obter vantagem competitiva sustentável: a característica de inimitabilidade dos recursos que geram valor. Além disso, durabilidade e processos e produtos insubstituíveis são considerados atributos que contribuem para a sustentação do valor para o cliente. Barney (2001) afirma que essa visão permite explorar oportunidades e minimizar ameaças.

O Quadro 1 apresenta a VBR e os vínculos com o marketing, ou seja, como a abordagem do marketing contribui para com os pensamentos da VBR.

### Quadro 1 - VBR e os vínculos com o marketing

Questão da VBR	Perspectiva da VBR	Elementos da questão	Relevância do marketing
Onde se determina o valor?	A determinação do valor é exógena à VBR (ocorre externamente à empresa no mercado).	O valor é relativo à escolhas realizadas por atores externos à empresa e a múltiplas fontes de mudança externa.	Na sua essência, o marketing aborda a criação de valor para seus clientes. O foco do marketing, por definição, é externo.
Qual é a fonte de valor?	O valor flui por meio de recursos com atributos específicos: raridade, inimitabilidade, insubstituibilidade, etc	Vínculos causais diretos entre um recurso com os atributos desejados e o valor que eles originam para partes interessadas externas específicas precisam de boa vontade e acessibilidade.	O marketing busca determinar qual valor os clientes percebem, experimentam e compreendem
Como se cria o valor?	Transformar os recursos em valor não é o foco da VBR.	Os recursos são a fonte de valor mas a empresa deve alguma coisa com eles para criar resultados que, por sua vez, as partes interessadas externas irão analisar.	Atividades do marketing fornecem um meio distinto pelo qual se cria valor para os clientes.
Quando se identifica o valor?	Tende a ser <i>pos hoc</i> no trabalho empírico da VBR: identificado depois de ter sido criado (e depois relacionado com os atributos dos recursos).	A estratégia requer alguma projeção <i>a priori</i> do valor a ser criado para partes interessadas externas específicas. Se o valor só for identificado <i>postiori</i> , então a estratégia como um processo proativo será em parte circunscrita.	O marketing declara que identifica o valor ex ante e começa com uma ênfase na determinação das necessidades dos clientes.
Aprendizado da organização	Recursos intangíveis como cultura, conhecimento e competências podem levar a vantagens competitivas.	Não são recursos (tangíveis) em si que garantem a criação de valor para o cliente. Trata-se de como estes recursos são alavancados pelo aprendizado embutido em capacidades e competências.	O processo de concorrência (desenvolvimento de novos produtos, canais inovadores, novas maneiras de apoiar clientes) fornece uma oportunidade de aprender que leva à descoberta do conhecimento.

Fonte: Adaptado de Srivastava, Fahey e Christensen (2001).

Kretzer e Menezes (2006) reforçam que as decisões estratégicas não são estabelecidas pelos mercados de produtos e sim por meio da organização com seus planos e recursos ou ativos internos. Converter os ativos em ações, produtos ou soluções para o cliente pode ocorrer por meio de processos, tarefas e rotinas.

### 2.3 O sistema Toyota de produção

O sistema surgiu no Japão, após a Segunda Guerra Mundial, com a necessi-

dade de produzir carros com custo baixo. O principal desafio foi diminuir os custos, produzindo uma variedade de carros em pequenas quantidades. O sistema Toyota de produção tem como objetivo eliminar o desperdício e é sustentado por dois pilares: *just-in-time* e automação (OHNO, 1997).

*Just-in-time* significa que, em um processo produtivo, as peças chegarão ao lugar certo, no momento certo e na quantidade necessária para a produção do item. Dessa forma, há uma redução de estoques a quase zero. Já a automação está relacionada a dar inteligência ao equipamento que, em alguma situação, pode causar defeitos em peças em função da não detecção da anormalidade em tempo de reparos. A inteligência está relacionada a evitar esses problemas automaticamente (OHNO, 1997).

O Sistema Toyota de Produção é uma maneira de fazer mais com menos. É uma filosofia de estratégia de negócio para aumentar a satisfação dos clientes por meio de uma gestão de recursos adequada. Também conhecido como *Lean*, as tarefas desse sistema podem ser divididas da seguinte forma: as tarefas que agregam valor, pois estão ligadas diretamente ao produto final, as tarefas que não agregam valor, mas essenciais para o processo e as tarefas que não agregam valor e precisam ser eliminadas (CALSAVARA, 2016).

As operações que não agregam valor e podem ser eliminadas estão relacionadas à perda. Perda é toda atividade que não se faz necessária para os processos. Consideram-se perdas os processos intermediários, tais como: acumular produtos semiprocessados, espera, movimentação para buscar materiais, transporte, *setup*, entre outros. Essas operações apenas aumentam os custos internos e, por essa razão, devem ser extintas (SHINGO, 1996).

Shingo (1996) afirma que as operações necessitam de uma análise criteriosa para encontrar as oportunidades de melhoria. Além disso, pondera que, sob a ótica da Análise de Valor e da Engenharia de Valor, é possível aumentar o valor agregado dos produtos.

### 2.3.1 *Kaizen e a melhoria contínua*

Segundo Imai (1996) *Kaizen*, traduzindo do japonês, significa melhoria contínua e trata-se de uma sistemática de resolução de problemas. Essa palavra é largamente utilizada no Japão e faz parte da cultura do país, que adotou o *Kaizen* como uma filosofia de vida. O autor afirma também que o processo *Kaizen* estimula o pensamento com vistas ao processo produtivo, observando sempre melhorias que refletem no resultado da organização.

Para Shingo (2010), o idealizador desse pensamento sistemático, as pessoas que estão satisfeitas com a sua realidade jamais identificarão oportunidades de melhoria ou problemas a serem solucionados, pois estão em uma situação de conforto denominada *status quo*. Além disso, o autor reforça que devemos demonstrar insatisfação diante dos problemas para que seja possível sair da situação *status quo* e, com isso, realizar melhorias.

No Japão, as atividades que não agregam valor ao produto são consideradas

perdas ou *muda*. A palavra japonesa *muda* significa perda (IMAI, 1996). Monden (1999) afirma que “*Kaizen* é o esforço para eliminar a perda” com vistas às perdas apontadas no contexto do Sistema Toyota de Produção.

Dessa forma, para atingir uma melhoria do estado atual, faz-se necessário descobrir o problema e entender a plena natureza de um problema atual. As etapas para resolução do problema são: descobrir o problema (*i*), esclarecer o problema (*ii*) e descobrir a causa do problema (*iii*) (SHINGO, 2010).

Na primeira etapa de descobrir o problema (*i*), deve-se compreender claramente a dimensão do problema desconhecido e questionar até mesmo as questões sobre as quais se julga ter uma boa compreensão, separando o que é verdadeiro do que parece ser verdadeiro. Na segunda etapa (*ii*), faz-se necessário abranger a natureza do problema, dividindo os tipos de trabalho em atividades que agregam valor e que não agregam valor para que se possa aumentar a eficiência do trabalho. Já a terceira etapa, descobrir a causa do problema (*iii*), é importante elucidar o motivo pelo qual a atividade é realizada, pois as soluções estão baseadas no alinhamento das ações com o real propósito da atividade (SHINGO, 2010).

## 2.4 Mapeamento de fluxo de valor

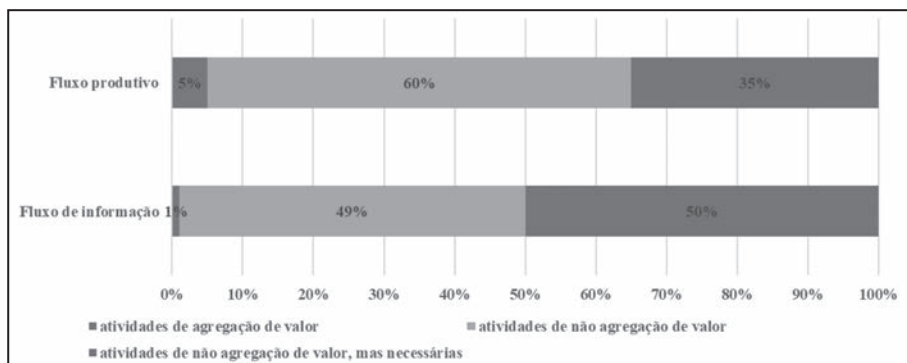
Segundo Vieira (2006), o mapeamento do fluxo de valor (MFV) foi desenvolvido pelo *Operations Management Consulting Division (OMCD)*. O MFV é uma ferramenta que auxilia na visualização do processo levando em consideração os princípios do Sistema Toyota de Produção (STP). Por outro lado, Rother e Shook (2003) afirmam que a ferramenta visa compreender o fluxo do material ou da informação quando observada toda a cadeia de valor do produto.

O Fluxo de Valor pode ser definido como toda ação (que agrega valor ou não) necessária para trazer um produto por todos os fluxos essenciais: (*i*) o fluxo de produção desde os insumos até o consumidor e (*ii*) o fluxo do projeto do produto, da concepção até o lançamento (RHOTER; SHOOK, 2003, p.3).

A lógica para um fluxo de valor enxuto e melhorado está em eliminar os desperdícios tanto dentro como fora das empresas. Os desperdícios estão relacionados às sete perdas do sistema Toyota de produção estabelecidas por Shigeo Shingo: perdas por superprodução, movimentação, transporte, espera, processamento, defeitos e inventário (HINES; TAYLOR, 2000).

Os autores Hines e Taylor (2000) classificam as atividades dentro do fluxo de valor em três tipos: (*i*) atividades de agregação de valor, (*ii*) atividades de não agregação de valor e (*iii*) atividades de não agregação de valor, mas necessárias para o processo. Os autores estabelecem, também, uma proporção dessas atividades em um fluxo produtivo e em um ambiente de fluxo de informação. A Figura 3 apresenta essa relação em que é possível observar uma ampla possibilidade de redução de desperdícios, pois as atividades que não agregam valor representam mais de 90% dentro dos fluxos produtivos.

**Figura 3 - Percentual das atividades de agregação de valor**



Fonte: Adaptado de Hines e Taylor (2000).

Como se pode observar na Figura 3, as atividades de agregação de valor (i) representam menos de 5% dentro de um fluxo produtivo ou fluxo de informação. Segundo Hines e Taylor (2000), essas atividades são aquelas em que o cliente percebe o valor do produto ou serviço, como, por exemplo, o calçado pronto.

Já as atividades de não agregação de valor (ii) não são necessárias, e o cliente, por sua vez, não percebe o valor delas no produto ou serviço. Essas atividades são consideradas desperdícios e devem ser minimizadas em curto prazo (HINES; TAYLOR, 2000).

As atividades de não agregação de valor mas necessárias (iii) são aquelas que, no ponto de vista do cliente, não possuem valor, porém são essenciais para a produção do produto ou serviço. Em geral, essas atividades são difíceis de eliminar a curto prazo e requerem uma mudança disruptiva a longo prazo (HINES; TAYLOR, 2000).

Já o mapa dessas atividades é uma apresentação do ambiente real. A eficiência de um mapa está ligada à escolha de características que se pretendem apresentar no modelo e sua relação com o sistema real. O mapa pode ser considerado bom pelo fato de ser facilmente interpretável e reconhecível (VIEIRA, 2006).

No entanto, Rhoter e Shook (2003) entendem que “mapear auxilia a focar e enxergar o fluxo com uma visão de um estado ideal ou melhorado”. Além disso, considerando o MFV, o mapa é uma representação visual que pode ser elaborado utilizando apenas papel e lápis e que mostra cada etapa pela qual o produto ou a informação passa no fluxo de valor. A partir disso, pode-se partir de um “estado atual” para um “estado futuro”, cenário de como as informações e produtos deveriam fluir na cadeia de valor (ROTHER; SHOOK, 2003).

Borges *et al* (2017) afirmam que o “mapeamento de fluxo de valor tem como motivação planejar e atender as demandas dos clientes o que gera atuações que garantem a efetividade do processo”. Além disso, os autores reforçam que o MFV permite avaliações constantes do processo analisado proporcionando a melhoria contínua.

Cutovoi e Salles (2011) consideram que o MFV é importante, pois propor-



ciona visão sistêmica de processos identificando as perdas no fluxo de valor. Com isso, é possível estabelecer uma discussão entre conceitos e técnicas enxutas a fim de impedir a implementação desses métodos de forma isolada.

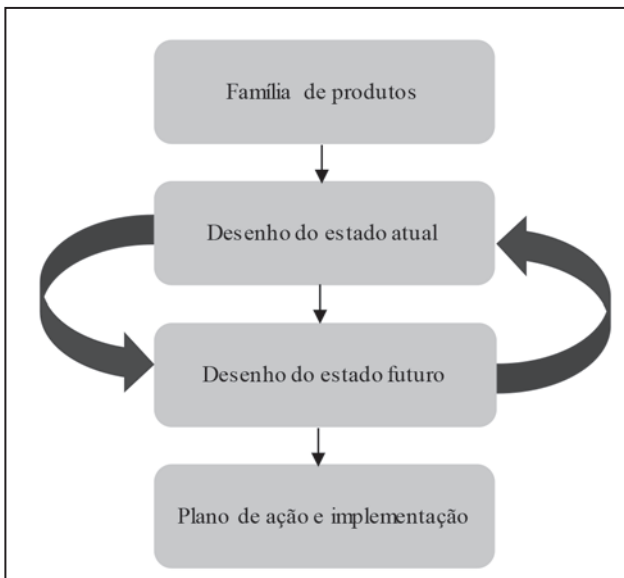
O MFV permite uma visão ampla de todo o fluxo, auxiliando na identificação de desperdícios e não dos processos de forma isolada. A ferramenta apresenta, de forma objetiva e clara, uma relação simultânea entre fluxo de informação e de material para que se possa verificar as oportunidades de melhoria (EVANGELISTA; GROSSI; BAGNO, 2013).

Mesquita, Mesquita e Souza (2014) acreditam que o MFV auxilia as organizações para a identificação da sua capacidade produtiva, melhoria na gestão dos recursos (humanos e materiais), visibilidade do estado atual e consequente desenvolvimento da melhoria contínua.

#### 2.4.1 Etapas do Mapeamento de fluxo de valor

Para Rother e Shook (2003), o MFV se inicia na seleção de uma família de produtos que se deseja analisar e segue as seguintes etapas: (i) desenho do estado atual, (ii) desenho do estado futuro, ou seja, o desenho de onde se deseja chegar e (iii) plano de trabalho de implementação para chegar ao estado futuro. Após a implementação, o desenho de estado futuro passará a ser seu estado atual. Dessa forma, sempre se deverá ter um desenho de estado futuro para promover a melhoria contínua do Fluxo de Valor. A Figura 4 apresenta essas etapas iniciais do mapeamento do Fluxo de Valor.

**Figura 4 - Etapas iniciais do mapeamento do fluxo de valor**



Fonte: Adaptado de Rother e Shook (2003).

O Quadro 2 apresenta os principais ícones que aparecem no mapa de fluxo de valor. Porém, para a elaboração dos mapeamentos, é importante selecionar os mais adequados para os desenhos dos fluxos.

**Quadro 2- Ícones do mapeamento do fluxo de valor**

Ícone	Descrição	Ícone	Descrição
	Fontes externas (planta ou fábrica)		Fluxo de informação eletrônica
	Caixa de processo		Fluxo de informação manual
	Entregas		Produtos acabados para o cliente
	Estoque		Caixa de dados
	Processo Empurrado		Fluxo em sequência (puxado)
	Caixa de PCP		Supermercado
	Puxada física ou retirada		Oportunidade de melhoria

Fonte: Autor (2018) adaptado de *Lean Institute* Brasil.

#### 2.4.2 Estudos realizados sobre a ferramenta MFV

Estudos de Wolfvitch, Barbosa, Santiago e Rodrigues (2017), Damasceno, Faria e Sottoriva (2017) e Calsavara (2016) apresentam a utilização da ferramenta de mapeamento de fluxo de valor no ramo de serviços com significativa redução de desperdícios relacionados à perda por espera, movimentação, que geram muitas falhas nos fluxos de informações e processo. No entanto, os autores adotaram o modelo de aplicação proposto por Rother e Shook (2003) para o desenvolvimento de seus trabalhos, não levando em consideração todas as etapas envolvidas para o alcance dos resultados.

Já os autores Evangelista, Grossi e Bagno (2013) adotaram um modelo de trabalho completo, fundamentado também nos autores Rother e Shook (2003), que consiste em 9 etapas e prevê 12 visitas ao cliente para a resolução dos problemas. As 9 etapas consistem em: (i) conhecimento dos fluxos da empresa, (ii) apresentação da proposta, (iii) reunião com o gerente, (iv) composição do MFV e plano *Kaizen*, (v) apresentação do MFV e plano *Kaizen* para o gerente, (vi) reunião com a gerente e funcionários - apresentação do MFV e plano *Kaizen*, (vii) acompanhamento da imple-

mentação, (viii) verificação das ações da empresa e (ix) avaliação da empresa.

### 3 Metodologia

#### 3.1 Cenário

O presente estudo foi desenvolvido em uma empresa do setor químico, que atua no mercado calçadista, localizada no Rio Grande do Sul. As atividades tiveram seu início na década de 1960, e, atualmente, a organização está dividida em três unidades de negócio: adesivos industriais, tintas imobiliárias e tintas industriais.

O estudo foi realizado no setor comercial pertencente à unidade de adesivos industriais. Esse setor é classificado como um setor de serviços, que possui forte atuação técnica no mercado de calçados, de móveis e de colchões. O setor contempla uma equipe de assistência técnica externa que possui como orientação um modelo de atendimento que consiste em: implementação de novos produtos e processos, visitas periódicas que visam promover a melhoria contínua nas linhas produtivas de seus clientes, auditorias de processo por meio de *check list* padrões e negociações comerciais de preço, prazo e entregas.

Esse modelo de atendimento não possui um fluxo de trabalho baseado em metodologia científica. A atuação da assistência técnica é baseada em conhecimento empírico adquirido por meio de experiência profissional na linha produtiva, que, posteriormente, receberam uma oportunidade de atuação no corpo técnico.

A adoção de um serviço externo diferenciado e inovador, com base em ferramentas de engenharia, que se propõe a reduzir os custos totais de operação, tem como objetivo impulsionar a organização frente à concorrência.

#### 3.2 Procedimentos metodológicos

Quanto ao método, a pesquisa realizada é um estudo de caso múltiplo de natureza aplicada. Em relação aos objetivos, o estudo é de caráter exploratório e a abordagem qualitativa e quantitativa conforme Jung (2004) e Gerhardt e Silveira (2009).

Os dados quantitativos foram levantados na empresa química analisada, a partir da aplicação do modelo de trabalho proposto, no período de janeiro a abril de 2018, com a finalidade de validar o modelo elaborado. A partir disso, o modelo foi aplicado em um cliente estratégico da empresa analisada no período de abril a julho de 2018. Já os dados qualitativos foram levantados com base na observação dos processos que envolvem a utilização dos produtos da empresa analisada durante toda a cadeia de valor do produto.

O método de trabalho utilizado foi o modelo adaptado de Jung (2004). O modelo visou auxiliar na identificação da demanda, necessidades e problema para posterior estabelecimento de objetivos e elaboração de instrumento de coleta de dados e, por fim, a construção da síntese e resultados.

Com a finalidade de caracterizar o contexto da empresa química pesquisa-

da, foram coletadas as seguintes informações: características, relações com o mercado calçadista e forma de atuação da assistência técnica externa realizada por meio de entrevista semiestruturada com o presidente da organização. Conforme Triviños (2015), as entrevistas semiestruturadas são aquelas que utilizam questionamentos básicos com base em hipóteses e teorias, que, por sua vez, geram novos questionamentos devido às respostas obtidas pelo informante.

Para a elaboração do método proposto, realizou-se uma revisão da literatura conforme mostra na seção 2 deste documento. A pesquisa foi focada em estudos de aplicação da ferramenta de mapeamento de fluxo de valor com a finalidade de compreender o método e suas etapas de aplicação. Com base nesses estudos, elaborou-se o método proposto levando em consideração as peculiaridades da empresa objeto de estudo.

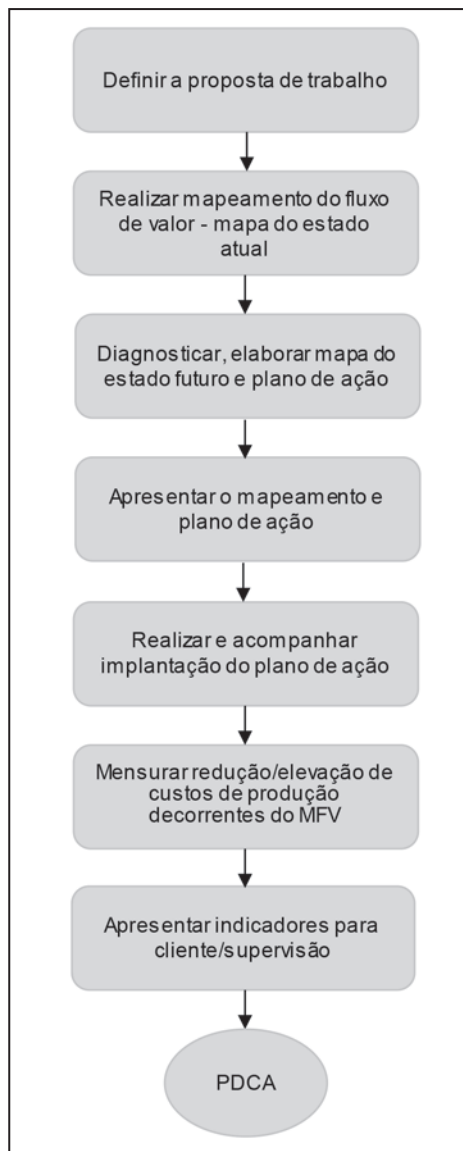
O método levou em consideração as seguintes particularidades da empresa pesquisada: (i) identificação da família de produtos a ser analisada; (ii) grupo de profissionais formado por assistentes técnicos, supervisores e gerentes da área comercial para a aplicação, discussão e condução do método; (iii) aplicação, diagnóstico e plano de ação do método de mapeamento de fluxo de valor com acompanhamento do grupo de profissionais designados para a atividade; (iv) acompanhamento do andamento e resultados do projeto por meio de plano de ação para registros das atividades desenvolvidas nos setores e áreas mapeados.

O levantamento de dados para a construção dos mapas de fluxo de valor dos setores analisados realizou-se por meios de observação participante, conforme Cooper e Schindler (2003), e entrevistas face a face. Esse tipo de entrevista tem como objetivo fornecer informações históricas permitindo um controle do pesquisador sobre a linha de questionamento do tema (CRESWELL, 2010).

A análise dos dados decorrentes do mapeamento foi realizada por meio de 4 reuniões com o grupo de profissionais envolvidos no projeto. Utilizou-se a ferramenta de *brainstorming* com a finalidade de obter uma diversidade de opiniões, analisar e selecionar as melhorias a serem propostas para o setor e cliente. A elaboração do plano de ação foi embasada na ferramenta 5W2H a fim de proporcionar melhor gerenciamento das tarefas com a definição de responsabilidades, prazos e recursos necessários para o atingimento dos objetivos.

A Figura 5 apresenta o método aplicado no estudo que tomou como orientação uma experiência de trabalho em um cliente do mercado calçadista localizado no Vale do Paranhana. O objetivo foi a realização do mapeamento de fluxo de valor da família de produtos adesivos industriais. Com a aplicação da ferramenta, foi possível estabelecer os fluxos de informação e de processo que envolviam os produtos da empresa analisada.

**Figura 5 - Método sustentável de trabalho para mapeamento de fluxo de valor**



Fonte: Autor (2018).

O método foi desenvolvido em 8 etapas que definem a ordem de trabalho a ser realizada no cliente e são assim descritas:

Etapa 1 - definir a proposta de trabalho. Essa etapa consistiu em definir, a partir da necessidade identificada, a família de produto a ser analisada no cliente ou setor interno da empresa. Essa etapa ocorreu por meio de reunião com a participa-

ção da gerência para alinhamento das expectativas do mapeamento.

Etapa 2 - realizar MFV e mapa do estado atual. Essa atividade foi realizada por meio de visitas ao cliente e setor interno da empresa, de acordo com a necessidade dos fluxos de informações e processos a serem mapeados. Para esse trabalho, foi necessário o acompanhamento de responsáveis dos setores mapeados. A construção do mapa de estado atual foi realizada de forma simples fazendo uso de papel e caneta.

Etapa 3 - diagnosticar, elaborar mapa do estado futuro e plano de ação. O diagnóstico foi obtido por meio de reuniões internas com acompanhamento de supervisor e gerente com *brainstorming* das oportunidades de melhoria identificadas. A partir disso, o mapa de estado futuro e plano de ação foram construídos. Para a elaboração do plano de ação, utilizou-se a ferramenta da qualidade 5W2H.

Etapa 4 - apresentar o mapeamento e plano de ação. Essa etapa consistiu em apresentar para a gerência e supervisores o mapa de estado atual, mapa de estado futuro e o plano de ação com as melhorias identificadas pelo grupo de trabalho interno. Com isso, foi possível a realização de priorização das atividades para implantação.

Etapa 5 - realizar e acompanhar implantação do plano de ação. A implantação das melhorias priorizadas no plano de ação foi realizada por meio de acompanhamento do assistente técnico e supervisores.

Etapa 6 - mensurar a redução/elevação dos custos de produção decorrentes do MFV. Criaram-se indicadores de desempenho que evidenciam as reduções dos custos de produção.

Etapa 7 - apresentar indicadores para cliente/supervisão. Nessa fase, realizou-se a apresentação das propostas de redução de custos totais de produção para o cliente.

Etapa 8 – PDCA. O modelo proposto tem como ponto central a ferramenta de mapeamento de fluxo de valor. Porém, sugere-se o uso integrado com a ferramenta de PDCA visando promover um ciclo de melhoria contínua no ambiente objeto de pesquisa.

O Quadro 2 apresenta a descrição das atividades propostas no modelo sustentável de trabalho conforme detalhamento realizado.

## Quadro 2 - Descrição das atividades

Etapa	Descrição	Atividade
1	Definição da proposta de trabalho	Definição da família de produtos alinhado a necessidade da organização juntamente com direção e/ou gerência da área.
2	Mapeamento do fluxo de valor - mapa do estado atual	Visita ( <i>in loco</i> ) para mapeamento dos fluxos de processo e de informação (estado atual) e identificação de oportunidades de melhorias.
3	Diagnóstico do mapeamento do fluxo de valor - mapa do estado futuro e plano de ação	Elaboração do mapa de estado futuro com oportunidades de melhorias identificadas.
4	Apresentação do mapeamento de fluxo de valor e plano de ação	Visita ao cliente para apresentação do mapa de estado futuro e plano de ação e priorização das atividades a serem implantadas.
5	Realizar e acompanhar implantação plano de ação	Implantação e acompanhamento das atividades priorizadas.
6	Mensuração da redução/elevação dos custos de produção decorrentes do MFV	Acompanhamento das priorizações e elaboração de indicadores de melhoria para <i>feedback</i> ao cliente.
7	Apresentação dos indicadores para cliente/supervisão	Apresentação dos indicadores e reduções/elevação de custo para o cliente.
8	PDCA	Criar um ciclo de melhoria contínua no cliente com definição de periodicidade de aplicação da ferramenta.

Fonte: Autor (2018).

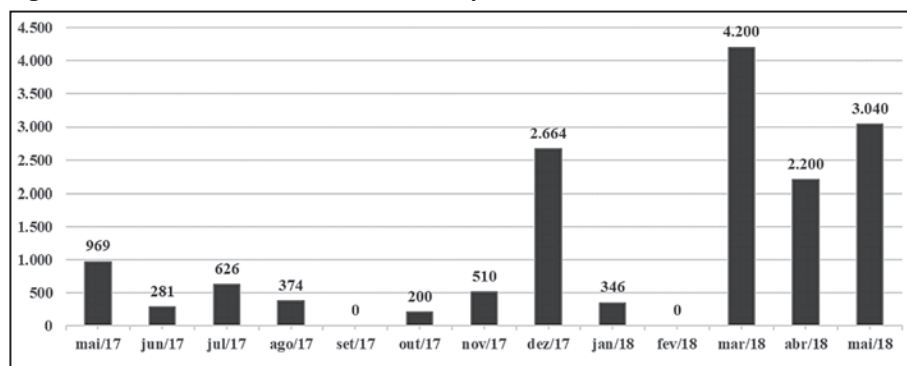
## 4 Aplicação e resultados

### 4.1 Aplicação do método proposto no setor interno

O método foi aplicado na área produtiva do setor de adesivos industriais. A definição da proposta de trabalho, etapa 1 do método, deu-se com base na necessidade de elevar a produtividade conforme a entrada de pedidos do produto acabado A no período de maio de 2017 a maio de 2018.

A Figura 6 apresenta a quantidade de caixas faturadas ao longo dos meses, na qual é possível observar um expressivo aumento no volume de vendas. Além disso, com a tendência de aumento dos pedidos apontado pela área comercial, fez-se necessário produzir 7.920 caixas por mês.

Figura 6 - Quantidade de caixas faturadas produto do acabado A

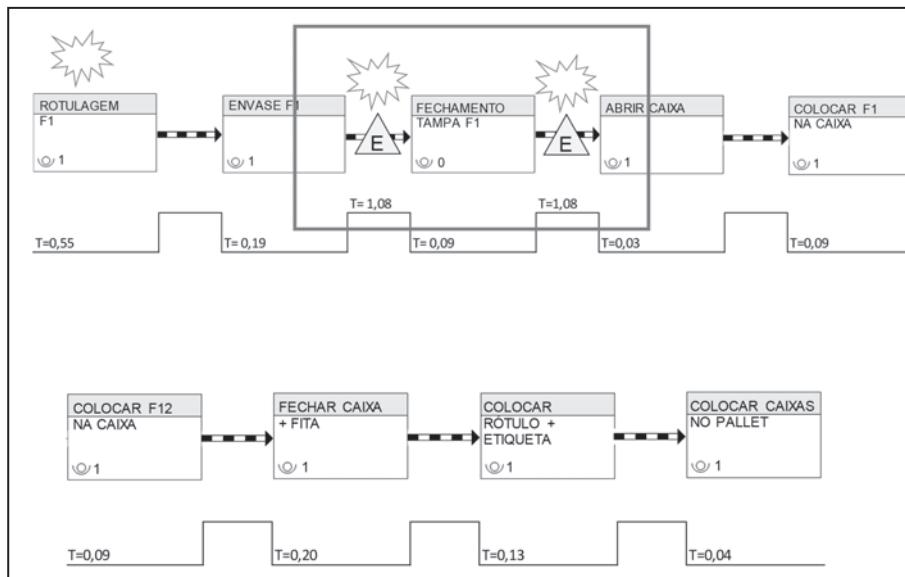


Fonte: Autor (2018).

O produto acabado A é um kit composto por uma caixa de papelão contendo 6 frascos plásticos de 1 L denominado F1 e 6 frascos plásticos de 50 ml denominado F12. Essa caixa kit é rotulada com informações de utilização do produto.

A etapa 2 do método, mapeamento do fluxo de valor do estado atual, foi realizada por meio coleta de dados no local onde a operação de fabricação das caixas do produto acabado A é realizada. A Figura 7 apresenta o mapeamento do estado atual.

**Figura 7 - Mapeamento de fluxo de valor do estado atual simplificado**



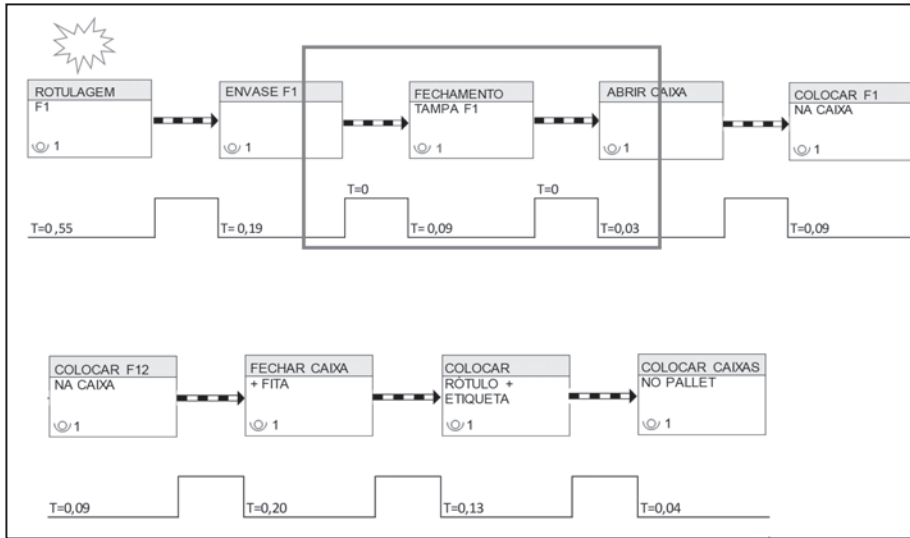
Fonte: Autor (2018).

A partir do mapeamento do estado atual, foi possível identificar, por meio da etapa 3 do método, a perda de produtividade na operação “fechamento tampa F1”, em que não há operador disponível nessa fase, e os operadores param suas atividades para executar o estoque intermediário gerado na operação. Essa discussão ocorreu com reuniões e *brainstorming*, acompanhada do supervisor da produção da área analisada.

Após, foi construído o mapa do estado futuro, apresentado na Figura 8, e o plano de ação que foi construído com base na ferramenta 5W2H.



**Figura 8 - Mapeamento de fluxo de valor do estado futuro simplificado**



Fonte: Autor (2018).

A etapa 4 consistiu na apresentação do mapeamento de MFV futuro e na apresentação do plano de ação. O plano de ação teve como ação principal a alocação de ativo de conhecimento para realizar a atividade “fechamento tampa F1”. A alocação desse ativo pode ser observada na Figura 8 com o número 1 ao centro (terceiro da esquerda para a direita).

Na etapa 5, ocorreu a implantação da atividade prevista no plano de ação e o acompanhamento da produção, seguido da etapa 6, a qual se tratava de elaboração dos indicadores de desempenho.

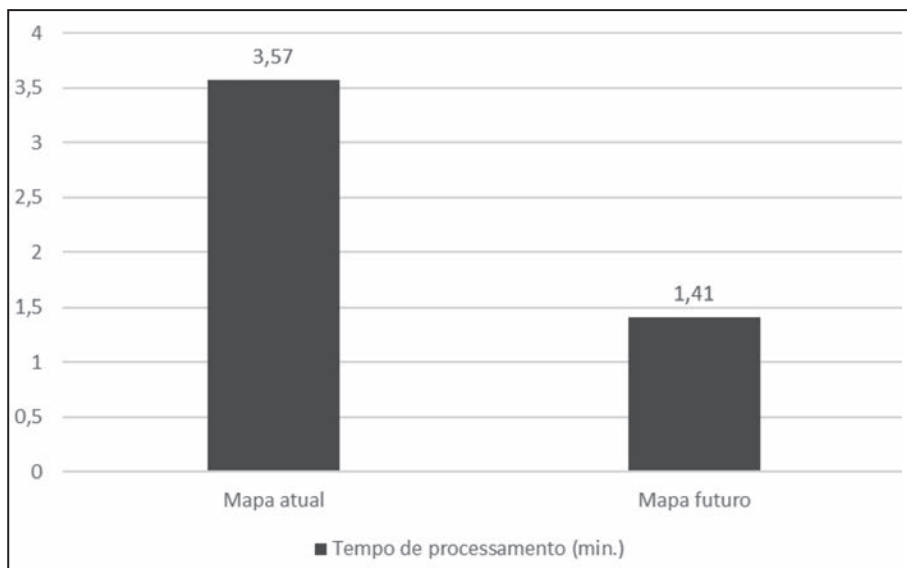
#### 4.3 Resultados e verificação do modelo proposto

Os resultados gerados com a alocação do ativo de conhecimentos são apresentados na Figura 9 e na Figura 10.

Como pode ser observado na Figura 9 e na Figura 10, o tempo de processamento do kit foi reduzido em 60,5%, elevando a capacidade produtiva para 372 unidades, permitindo a elevação da produção para 8184 caixas mensais, superando a necessidade imediata.

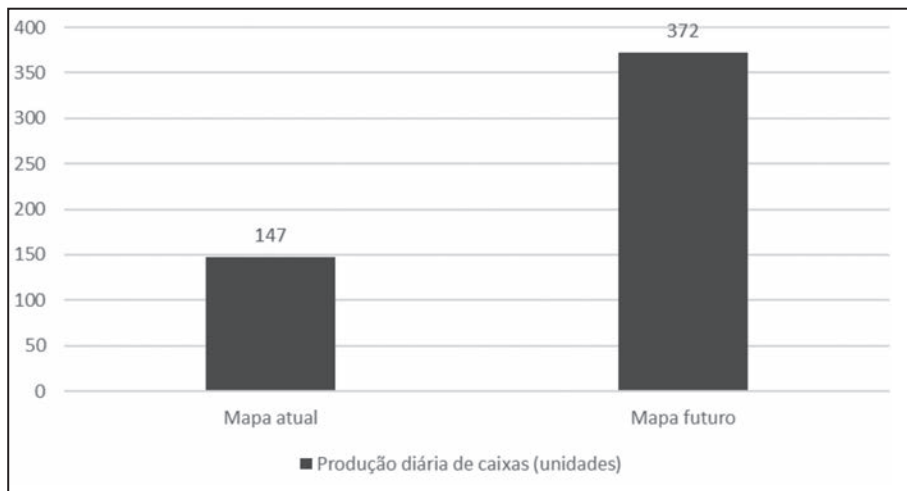
Dessa forma, o mesmo método de trabalho foi aplicado em um cliente da empresa que, devido à dificuldade de reajustes de seus preços de venda, evidenciou a necessidade de adotar uma sistemática de trabalho diferenciada com os objetivos de agregar valor ao serviço oferecido, reduzir os custos totais de operação, obter vantagem competitiva e repassar os aumentos de preços necessários.

**Figura 9 - Tempo de processamento mapa atual x mapa futuro**



Fonte: Autor (2018)

**Figura 10 - Quantidade de caixas produzidas mapa atual e mapa futuro**



Fonte: Autor (2018)

#### 4.4 Aplicação do método proposto no cliente

O cliente, objeto de estudo, está localizado no Vale do Paranhana e produz calçados infantis. Em uma reunião de gerência e diretoria, a proposta de trabalho foi apresentada ao cliente como mapeamento de fluxo de valor de todas as etapas que envolvem a manipulação dos produtos da empresa. O cliente, por sua vez, aceitou

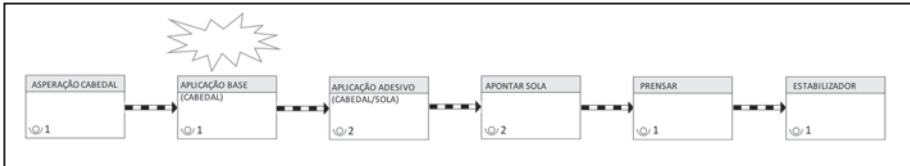
o desafio, e os trabalhos seguiram com a etapa 2, como apresentado na sequência.

Na etapa 2, o mapeamento foi realizado nos seguintes setores da organização: almoxarifado de químicos, processo de preparo dos produtos e processo de utilização dos produtos da empresa química. A análise do MFV e o mapa do estado atual foram realizados no momento em que as atividades aconteciam ao longo do processo. Dessa forma, foi possível identificar as perdas e oportunidades de melhorias para evolução da proposta de mapa do estado futuro.

#### 4.5 Resultados

A Figura 11 mostra o mapeamento realizado no processo de utilização dos produtos da empresa química e na etapa 3, o diagnóstico, é possível identificar uma oportunidade de melhoria em uma tarefa que era executada, o processo de aplicação de adesivo base na parte superior do calçado denominada cabedal.

**Figura 11 - Mapeamento do estado atual simplificado**



Fonte: Autor (2018)

A Figura 12 apresenta o mapeamento do estado futuro com a retirada da operação de aplicação de base no cabedal, tarefa que poderia ser retirada em substituição por um produto da empresa química pesquisada, o qual faz a função de colagem apenas com uma camada de adesivo.

Com a retirada do processo de aplicação de base no cabedal, foi possível reduzir os custos totais de produção relacionados à redução de mão de obra e consumo de produto. Esses valores totalizam R\$ 97.968,00 anuais, que representa 14% do montante transacionado entre as duas empresas.

**Figura 12 - Mapeamento do estado futuro simplificado**



Fonte: Autor (2018)

Além da melhoria identificada e apresentada nas figuras 11 e 12, outras oportunidades de melhorias foram identificadas e mapeadas ao longo do processo produtivo. As propostas foram expostas na etapa 4 de apresentação do MFV e elaboração do plano de ação para a equipe do cliente, com participação da equipe de tra-

balho da empresa pesquisada, em formato de plano de ação, pela ferramenta 5W2H.

Após, já na etapa 5, foi realizado o acompanhamento e implantação do plano de ação e, na etapa 6, foi possível mensurar as reduções de custos totais de produção anuais decorrentes do mapeamento realizado, como pode ser observado na Tabela 2.

**Tabela 2 - Resultados do mapeamento de fluxo valor – implementado**

Descrição da melhoria	Resultado
Adesivo aquoso para cabedal	R\$ 97.968,00
Padronização no processo de preparação de produtos	Garantia da qualidade do produto final
Balança para pesagem adequada dos materiais	Garantia da qualidade do produto final
Gestão do estoque de materiais	Redução de itens vencidos no estoque
Organização do almoxarifado de químicos (FIFO)	Melhoria da atividade no posto de trabalho

Fonte: Autor (2018)

A Tabela 3 apresenta as melhorias sugeridas ao cliente em que foi possível estimar as possíveis reduções dos custos totais de produção decorrentes do mapeamento.

Considerando todas as melhorias propostas, é possível mensurar os ganhos de reduções de custos totais de produção, totalizando R\$ 511.243,24. Quando se compara esse valor com o total faturado pelo cliente no ano anterior, na ordem de R\$ 700.000,00, identifica-se que há uma possibilidade de redução de custos totais de operação que, quando comparados ao valor transacionado entre as empresas, representam 73% do faturamento desse cliente com a empresa química.

**Tabela 3 - Resultados do mapeamento de fluxo valor - sugestões**

Descrição da melhoria	Resultado
Adesivo aquoso para processo de preparação de cabedais	R\$ 12.000,00
Aplicação do adesivo com auxílio de pistola	R\$ 85.000,00
Projeto SIMPLES (halogenação de sola de TR automatizada)	R\$ 316.275,24
Estratificação de devoluções e indicadores	Identificação da causa dos defeitos
Suporte para tambor de 200L	Melhoria da atividade no posto de trabalho
Identificação das embalagens de fracionamento	Manipulação correta dos produtos
Treinamento dos colaboradores	Capacitação dos colaboradores na operação

Fonte: Autor (2018)

Posteriormente, as melhorias foram apresentadas para o cliente e sugere-se uma visitação aos processos produtivos em período anual para que se possa promover a melhoria contínua como prevê a etapa 8.

## 5 Conclusão

O artigo apresentou os resultados de um estudo de caso realizado em uma empresa química localizada na região do Vale dos Sinos. A empresa produtora de adesivos para o mercado calçadista adota um modelo de atuação da área comercial de vendas baseado em métodos empíricos, ou seja, sem uso de metodologia científica.

A proposta foi desenvolver um método sustentável de trabalho para o setor de vendas da organização, baseado no método do mapeamento de fluxo de valor, com o objetivo de reduzir as perdas do sistema de utilização e comercialização dos seus produtos, reduzindo, então, os custos totais de produção.

A partir da revisão da literatura, foi possível identificar que alguns autores integraram o método de mapeamento de fluxo de valor a um modelo adaptado para a realidade do ambiente analisado. Os estudos analisados possuíam como foco as áreas produtivas e da saúde. Dessa forma, pode-se desenvolver um método de trabalho que se propõe a utilizar uma ferramenta de engenharia de produção para áreas comerciais, algo que é pouco explorado nos cursos de Engenharia.

Com a aplicação da ferramenta, foi possível identificar as perdas no sistema produtivo interno. Além disso, com a realocação de um recurso humano, maximizou-se a possibilidade de aumentar os resultados de vendas da empresa. Esse método possibilitou aos gestores ter uma visão que permita identificar oportunidades de reduções de custos totais de produção, baseada em uma sistemática de trabalho documentada.

Já a aplicação do método de trabalho no cliente externo permitiu mostrar às lideranças do setor comercial que é possível, por meio de métodos científicos, diferenciar-se frente aos concorrentes, ofertando um serviço que permite identificar perdas e reduzir os custos totais de produção do cliente, retirando o foco dos compradores apenas do custo de aquisição dos produtos.

Além disso, a utilização das técnicas do método de mapeamento de fluxo de valor permitiu ter uma visão ampla do fluxo das operações que não eram conhecidas pelos líderes. Com isso, foi possível estabelecer novas rotinas de trabalho, orientar os colaboradores quanto à utilização, finalidade e manipulação dos produtos da organização. O método possibilitou propor novos projetos em que o cliente pode identificar todas as possibilidades de reduções de custos de produção que teria dentro da sua organização.

Sob a perspectiva da visão relacional, o método contribuiu para reforçar a aliança entre cliente e fornecedor, pois a oferta de um serviço que possibilita a troca de informações para gerar novos processos, fluxos e conhecimento reforça a relação entre os setores de compras e vendas. Dessa forma, foi possível apresentar ao cliente as possibilidades de reduções de custos totais de produção que poderiam chegar, na

análise realizada, até R\$ 511.243,24.

O trabalho em conjunto entre os atores do *cluster* contribuiu para geração de conhecimento, como pondera Silva (2013), e possibilitou inovar no segmento de serviço pós-venda, tornando-se durável e sustentável ao longo do tempo, de acordo com os estudos Leis *et al* (2010), pois inovações desse tipo são mais difíceis de serem replicadas.

Também se analisou a possibilidade de ofertar ao cliente um serviço de consultoria. Porém, de acordo com Pereira, Selitto e Borchardt (2010), Sousa, Silva e Braga (2017) e Silva (2013), o tipo de indústria em que a empresa pesquisada atua organiza-se sob forma de *cluster* que, devido a sua complexidade, comporta-se de forma competitiva e, ao mesmo tempo, cooperativa, diferentemente das cadeias de produção clássicas, organizadas em torno de uma empresa focal. A empresa química pesquisada pertence a esse *cluster*, assim como o cliente.

Nesse sentido, a hipótese de ofertar serviços com cobrança adicional junto ao cliente deve ser confirmada em estudos futuros em torno desse tema, apesar de que a literatura pesquisada, conforme Corrêa (2010), indicou dificuldades em questões ligadas ao estabelecimento de contratos de longo prazo, indicadores de desempenho em *cluster* devido a sua natureza.

Com a aplicação do método de trabalho, foi possível obter vantagem competitiva sustentável com a oferta de um serviço por meio de uma ferramenta de engenharia. A oportunidade para o uso de recursos internos corrobora com os estudos de Srivastava, Fahey e Christensen (2001), que abordam questões relativas a captar valor para a empresa tendo como ponto central a VBR. A VBR, por sua vez, entende que é possível gerar valor superior com recursos raros, insubstituíveis e inimitáveis. Dessa forma, um profissional da área de engenharia pode atuar no meio comercial externo, utilizando de recursos como métodos científicos a fim de se diferenciar dos seus concorrentes.

Quanto às limitações ao longo do projeto, identificou-se a falta de tempo hábil para implementação de todas as ações propostas. De igual forma, foi possível mensurar as possibilidades de redução de custos em todas as situações mensuráveis. Ainda que o projeto tenha sido aplicado no setor produtivo interno e em apenas um cliente da empresa pesquisada, é possível afirmar que o método pode ser aplicado nos outros setores da organização, permitindo aos gestores uma visão ampla dos fluxos de trabalho para a tomada de decisão.

A utilização de ferramentas de engenharia, como o MFV, em áreas de administração e marketing, como o setor de vendas, evidencia a possibilidade de aplicação do conhecimento de engenharia em outras áreas de conhecimento, o que reforça os conceitos de interdisciplinaridade pretendidos na formação de engenheiros. Além disso, o trabalho foi relevante para disseminar e gerar conhecimento no ambiente industrial, substituindo os métodos empíricos por métodos científicos.

Para trabalhos futuros, sugerem-se estudos que identifiquem a possibilidade de aplicação da ferramenta por profissionais que não são especializados no método de mapeamento de fluxo de valor. Isso porque esse setor é constituído de um corpo técnico que se formou dentro das fábricas de calçados, e seus conhecimentos

foram adquiridos ao longo do tempo, baseados em transferência de informações entre colaboradores.

Outro tema relevante para o sucesso e para a utilização da ferramenta, como meio de diferenciação no ramo de serviços, são estudos que busquem identificar e compreender a percepção dos compradores de adesivos para calçados no que diz respeito a preço, prazo e qualidade na entrega do serviço. Esse estudo possibilitará o direcionamento no padrão de atuação da assistência técnica que estará orientada para as necessidades de seus clientes.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ABICALÇADOS - Associação Brasileira da Indústria de Calçados. **Relatório Setorial da Indústria de Calçados Brasil**. 2016.

ABICALÇADOS - Associação Brasileira da Indústria de Calçados. **Relatório Setorial da Indústria de Calçados Brasil**. 2018.

BARNEY, J.B. Is the resource “view” a useful perspective for strategic management research? Yes. **The Academy of Management Review**. vol. 26, n. 1, p. 41-56, 2001.

BOLETIM DO BANCO CENTRAL DO BRASIL. Tabela Cotações de Fechamento Ptax<sup>4/</sup> do dolar dos EUA. Jan-out de 2018. Disponível em: <http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpsq.asp?id=txcotacao>. Acesso em: 19 out. 2018.

BONETTI, C.O.; SOUZA, J. Automação no abastecimento de adesivos para o processo de montagem de calçados - um estudo de caso. **Anais 15º Congresso Internacional e Exposição Sul-Americana de Automação, Sistemas e Instrumentação**. São Paulo, 2013.

BORGES, G.M.; MOREIRA, F.K.; GOMES, E.M.; MOISES, F.V. Mapeamento de fluxo de valor: um estudo de caso de uma empresa de ferramentaria. **XXIV Simpósio de Engenharia de produção**, Bauru, São Paulo, nov/2017.

CALSAVARA, N.A. Aplicação do pensamento Lean Office e mapeamento do fluxo de valor no processo de concepção de unidades bancárias de uma empresa do setor financeiro. **Gepros. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, Ano 11, nº3, jul-set/2016, p. 105-117.

COOPER, D.R, SCHINDLER, P.S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CORRÊA, H.L. **Gestão de redes de suprimento: Integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado**. São Paulo: Atlas, 2010.

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUTOVOI, I.T.M.; SALLES, J.A.A. Avaliação do processo de desenvolvimento de um novo produto utilizando *earned value management system*. **Exacta**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 219-230, 2011.

DAMASCENO, F.P.A.; FARIA, N.O.; SOTTORIVA, D.C.M. Mapeamento do fluxo de valor em uma unidade básica de saúde. **Anais XXVII ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Joinville, 2017.

EVANGELISTA, C.S.; GROSSI, F.M.; BAGNO, R.B. *Lean Office* - escritório enxuto: estudo da aplicabilidade do conceito em uma empresa de transporte. **Revista eletrônica Produção & Engenharia**, v. 5, n. 1, p. 462-471, jan-jun, 2013.

GALEMBECK, F.; SANTOS, A.C.M.; SCHUMACKER, H.C.; RIPPEL, M.M.; ROSSETO, R. Indústria química: evolução recente, problemas e oportunidades. **Química Nova**, v. 30, n. 6, p. 1413-1419, 2007.

GERDHARDT, T.E.; SILVEIRA, D.T. Métodos de pesquisa. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

HINES, P.; TAYLOR, D. *Going Lean. A guide to implementation*. Lean Enterprise Research Center. Cardiff, UK, 2000.

IMAI, M. **Gemba - Kaizen: estratégias e técnicas do Kaizen no piso de fábrica**. São Paulo: Imam, 1996.

JUNG, C. F. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento**: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

KRETZER, J.; MENEZES, E.A. A importância da visão baseada em recursos na explicação da vantagem competitiva. **Revista de Economia Mackenzie**. vol. 4, n. 4, p. 63-87, 2006.

LEAN INSTITUTE BRASIL. Ícones para o mapeamento **Lean Institute Brasil**. Disponível em: <https://www.lean.org.br/material-de-estudo-lean.aspx>. Acesso em: 22/02/2018.

LEIS, R.P.; ANTUNES, J.A.V.; LACERDA, D.P.; PELLEGRIN, I.; PANTALEÃO, L.H. O sistema corporativo de inovação e seus elementos centrais: a plataforma de negócios da empresa voltada à inovação – parte 1. **Revista do Couro**, p. 50-63, set-out, 2010.

MESQUITA, D.C.V.; MESQUITA, W.G.; SOUZA, L.R.S. Implementação do mapeamento de fluxo de valor de uma montadora de veículos denominada empresa Beta. **Exacta - EP**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014.

MONDEN, Y. **Sistemas de redução de custos: custo alvo e custo Kaizen**. Porto Alegre: Bookman, 1999.

OHNO, T. **O sistema Toyota de produção: além da produção em larga escala**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

PEREIRA, G.M.; SELITTO, M.A.; BORCHARDT, M. Alterações nos fatores de competição da indústria calçadista exportadora devido à entrada de competidores asiáticos. **Produção on line**, v. 20, n. 2, p. 149-159, abr-jun, 2010.



PEREIRA, T.R.; CARVALHO A. Desvalorização cambial e seu impacto sobre os custos e preços industriais no Brasil – uma análise dos efeitos de encadeamento nos setores produtivos. Brasília. IPEA. Texto para discussão nº711, março 2000.

ROTHER, M.; SHOOK, J. **Aprendendo a enxergar – mapeando o fluxo de valor para agregar valor e eliminar o desperdício**. São Paulo: Lean Institute Brasil, 2003.

SHINGO, S. **O sistema Toyota de produção do ponto de vista da Engenharia de Produção**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

SHINGO, S. **Kaizen e a arte do pensamento criativo: o mecanismo do pensamento científico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SILVA, R. I. A importância das dimensões competitivas na formação da estratégia de competição de empresas calçadistas do Vale do Sinos / Rosnaldo Inácio da Silva. – 2013. 155 f. : il., quadros ; 30 cm. **Dissertação** (mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2013.

SOUSA, P. R.; SILVA, R. I.; BRAGA, B. C. A utilização de VMI para gestão de estoques na indústria calçadista brasileira: desenvolvimento de um modelo. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, Bauru, Ano 12, nº 1, jan-mar/2017, p. 123-140.

SRIVASTAVA, R.K.; FAHEY, L.; CHRISTENSEN, H.K. The resource-based view and marketing: the role of market-based assets in gaining competitive advantage. **Journal of Management**. vol. 27, n.1, p.777-803, 2001.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VIANA, F.L.E; LUNA, R.A; TELES, R.M.O. Vantagem competitiva baseada em operações em empresas de setores tradicionais da indústria de transformação. **Revista Alcance – eletrônica**, vol. 22, n.3, p.363-378, jul-set, 2015.

VIEIRA, M.G. Aplicação do mapeamento de fluxo de valor para avaliação de um sistema de produção / Maurício Garcia Vieira – 2006. **Dissertação** (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, programa de pós-graduação em Engenharia mecânica, 2006.

WOLFOVITCH, L.A.; BARBOSA, A.S.; SANTIAGO, M.A.; RODRIGUES, M.V.T. Mapeamento de fluxo de valor do processo de atendimento ao paciente em uma clínica de médio porte. **Anais. XXVII ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção**. Joinville, 2017.

# Os carrapichos de Harry Potter: temas contemporâneos no mundo mágico

Laura Michel Bertoluci<sup>1</sup> | Luciane Maria Wagner Raupp<sup>2</sup>

---

## Resumo

O objetivo principal deste artigo é examinar a saga de *Harry Potter* e sua contemporaneidade, analisando os fatores que levam os leitores a se identificarem com a saga *Harry Potter*, temas atuais e cotidianos refletidos na ficção. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica feita para compreender como a interação entre o texto e o leitor acontece, quais são os fatores que possibilitam que essa conexão entre as duas partes exista, oportunizando ao leitor uma identificação com o texto. Para isso, utilizamos autores como Bakhtin (2017), Candido (1995), Iser (1996) e Kleiman (2000). Procuramos também consultar a Bauman (2001) e Morin (2000) para melhor compreendermos a Pós-Modernidade, era da qual a obra central de análise pertence, com o objetivo de discorrer sobre os princípios que a acercam. Fizemos também a análise dos temas-carrapicho com os quais os leitores conseguem se identificar. Os temas que fazem essa analogia e que foram escolhidos para pesquisa foram a segregação, o nazismo, a depressão, a escravidão moderna, a manipulação do povo por meio da imprensa, o golpe de Estado e o preconceito. Para isso, utilizamos o suporte de autores como Abramo (2003), Bonavides (2000), Herculano-Houzel (2005), Kershaw (2010), Rowling (2000), (2001), (2003), (2005) e (2007). As análises feitas durante esse trabalho permitiram a compreensão de como a literatura desempenha um papel fundamental na leitura de mundo que é feita pelo jovem leitor, de maneira que ele consiga não apenas projetar-se nas vivências dos personagens como também perceber que as experiências destes podem acontecer no cotidiano e refletir quanto a essa representação.

**Palavras-chave:** Harry Potter. Interação texto e leitor. Pós-modernidade. Temas-carrapicho.

## Abstract

*The main purpose of this article is to explore the Harry Potter saga and its contemporaneity, analyzing the factors that lead readers to identify themselves with the Harry Potter saga, current and daily themes reflected in fiction. This is a bibliographic research achieved to understand how the interaction between the text and the reader happens, what are the factors that make possible the connection between the two parts, enabling the reader to identify himself with the text. In order to do this, authors such as Bakhtin (2017), Candido (1995), Iser (1996) and Kleiman (2000) were consulted, but also, Bauman (2001) and Morin (2000) to better understand postmodernity, era that the central work of this analysis belongs, in order to discuss the principles that surround it. We also analyzed the carrapicho themes that readers can identify themselves with. Segregation, Nazism, depression, modern slavery, the manipulation of the people through the press, the coup d'etat and prejudice are the themes that were chosen for research and to make this analogy. To do this, we used the support of authors such as*

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Letras das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. Laura.bertolucci@faccat.br.

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Letras / Teoria da Literatura. Professora do curso de Letras das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. lucianeraupp@faccat.br

Abramo (2003), Bonavides (2000), Herculano-Houzel (2005), Kershaw (2010), Rowling (2000), (2001), (2003), (2005) and (2007). The analyzes made during this study allowed the understanding on how literature plays a fundamental role in the reading of the world by the young reader, so that he can not only project himself into the experiences of the characters, but also realize that their experiences can happen in the daily life and reflect on this representation.

**Keywords:** *Harry Potter*. Interaction between text and reader. Postmodernity. Carrapicho themes.

## 1 Considerações iniciais

Muitos podem se perguntar sobre o que faz tantas pessoas, em todos os lugares do mundo, interessarem-se pela saga de *Harry Potter*, que foi publicada entre os anos de 1997 a 2007. Uma geração inteira cresceu com ela, mas não são os únicos leitores a se identificarem com a criação de J.K. Rowling. Um dos segredos de “encarapichar” os leitores a esse universo fantástico pode se encontrar nos temas abordados, que não são circunscritos ao espaço utópico e atópico de Hogwarts.

Nossa intenção aqui foi de mostrar como os temas subjacentes ao universo ficcional de *Harry Potter* relacionam-se à realidade contemporânea, levando os leitores a identificarem-se com os personagens e seus conflitos. Por meio de análise bibliográfica, buscamos explorar a interação existente entre o leitor e o texto de *Harry Potter* e identificar o contexto histórico no qual a obra de J.K. Rowling está inserida. Para finalizar, procuramos analisar alguns temas-carrapicho da saga que fazem com que o leitor identifique-se com a trama e consiga reconhecê-los na literatura e no cotidiano.

O que buscamos entender com a pesquisa deste trabalho é: Como os temas subjacentes ao universo ficcional de *Harry Potter* relacionam-se à realidade contemporânea, permitindo que os leitores se identifiquem com os personagens e seus conflitos?

O presente artigo é composto por cinco momentos distintos, sendo o primeiro destinado às considerações iniciais, a segunda seção busca compreender a interação que o leitor faz com a obra e como se dá a possibilidade de identificação entre o leitor e os temas presentes nela. O terceiro momento é destinado a entender a pós-modernidade na qual a criação e os acontecimentos de *Harry Potter* estão inseridos. Na quarta parte, os eventos presentes na saga de *Harry Potter* foram analisados como temas-carrapicho, analogias do mundo real e fazem com que o leitor se identifique com os personagens e com os eventos da obra. Finalmente, na quinta seção, compomos as considerações finais desse artigo.

## 2 Texto e leitor: fatores de interação

A literatura vem sendo, através dos tempos, uma ferramenta de conhecimento de mundo para o leitor, assim como um refúgio para aqueles que encontram situações na vida em que se apresentam dificuldades até então desconhecidas. Isso ocorre porque a exposição de um cenário real em alguma obra literária permite que o leitor consiga projetar-se naquilo que lê, criando uma interação entre ele e a obra.

Ainda que muitas vezes essa identificação seja sutil, a correspondência entre eles é real. Acerca da projeção da realidade circundante que os leitores fazem em relação à obra, Iser (1999, p. 55) afirma:

A natureza de tais sínteses é bem peculiar. Elas não se manifestam na verbalidade do texto, tampouco são puro fantasma da imaginação do leitor. A projeção que aqui se realiza pode ser duplamente definida. Por certo ela é uma projeção que advém do leitor; mas ela também é dirigida pelos signos que se 'projetam' no leitor.

Essas sínteses e projeções das quais Iser fala no excerto dão conta dos elos que os leitores fazem com seus conhecimentos de mundo. A partir dessas relações, cada leitor produz um significado do texto que lê. De acordo com Hunt (2010), esses tipos de ligações são feitos a partir de uma acumulação de significados que se interligam e devemos levar isso em consideração ao examinar o que cada leitor fala sobre um livro. Um jovem leitor apropria-se de um texto de maneira diferente da que um leitor experiente faz. “Há, assim, uma considerável diferença entre o que uma criança pode perceber sobre o que é o texto e o que um adulto conclui que o texto deve ser. A referência é central para a percepção” (HUNT, 2010, p. 147). Tudo aquilo que já fez parte da vida do leitor torna-se uma referência para ele. Todas as vivências anteriores, o conhecimento construído e acumulado, suas crenças, seus valores formam a personalidade do indivíduo e proporcionam a ele diferentes pontos de vista em relação à vida. Além disso, a cada nova leitura feita, o sujeito prepara-se para criar mais relações intertextuais e perceber que faz isso.

Para a presente pesquisa, estudaremos como é feita essa interação entre o texto e o leitor de *Harry Potter*. A nossa hipótese é a de que a possibilidade de identificar-se com situações complexas da vida, que é dada ao leitor da obra de J.K. Rowling, permite que ele submerja nesse universo e busque o livro como uma forma de suporte e provável ensinamento quanto ao posicionamento diante de tais circunstâncias. Essa hipótese fundamenta-se, entre outros referenciais teóricos, no que Hunt (2010, p. 135) aponta acerca da relação das crianças com os livros:

As crianças são leitores em desenvolvimento; sua abordagem da vida e do texto brota de um conjunto de padrões culturais diferentes dos padrões dos leitores adultos, um conjunto que pode estar em oposição à oralidade, ou talvez baseado nela. Então as crianças realmente ‘possuem’ os textos, no sentido de que os significados que produzem são seus e privados, talvez até mais que os adultos.

Quando um jovem leitor sente-se atraído por uma narrativa, existe a tendência de que ele queira vivenciar aquilo que lê. O fato de esse leitor ainda não ter uma grande bagagem literária acarreta na existência de lugares vazios que precisam ser preenchidos.

Iser (1999) assinala essas lacunas no texto ao dizer que elas formam um sistema de combinações e que demandam o preenchimento a ser feito pelo leitor:

Quando isso acontece, inicia-se a atividade de construção do leitor, razão pela qual esses enclaves representam um relé importante onde se articulam a interação entre leitor e texto. Os lugares vazios regulam a formação de representações do leitor, atividade agora empregada sob as condições estabelecidas pelo texto (ISER, 1999, p. 107).

Essas lacunas deixadas pelo texto têm uma função de inferir informações implícitas, dando ao leitor a chance de que ele consiga, por conta própria, resolver as imprecisões aparentes do texto. Não há a necessidade de deixar todas as informações explícitas, porém é preciso que haja vestígios para que a decodificação seja feita pelo leitor. “Ele deve deixar suficientes pistas no seu texto a fim de possibilitar ao leitor a reconstrução do caminho que ele percorreu” (KLEIMAN, 2000, p.66).

A conexão criada entre essas duas partes não é exclusivamente responsabilidade do texto. O leitor tem papel fundamental na produção de significados. O processo dinâmico que o leitor faz ao dar vida ao texto é, segundo Iser (1999), a transformação do não-dito de cenas que supostamente não são tão importantes em projeções que preenchem os espaços vazios. Aquilo que foi suprimido na narrativa passa a fazer sentido e tem forma própria, uma vez que o leitor consiga dar valor àquilo que aparentemente era apenas um plano de fundo e tornar tais circunstâncias mais importantes do que se acreditava.

Quando o autor consegue deixar essas pequenas pistas pelos caminhos do texto, possibilitando ao leitor a busca de memórias e de conexões da leitura com a vida, temos então a existência de “carrapichos” no escrito. Essa metáfora do vegetal encontrado nos campos com o fato de o leitor fazer conexões com o texto e com sua vida foi utilizada por Monteiro Lobato ao enviar uma carta a seu amigo Rangel, na qual ele falava sobre a criação literária:

[...] o certo é apenas sugerir — é dar um rápido relevo de estereoscópio com meia dúzia de pinceladas rápidas e manhosas. Pinceladas carrapicho, nas quais se enganchem as reminiscências do leitor. Forçamo-lo a colaborar conosco — ele vê mil coisas que não dissemos, mas que com os nossos carrapichos soubemos acordar dentro dele (LOBATO, 1959, p. 13-14 apud RAUPP, 2013, p. 173).

Dessa forma, inspirando-nos em Lobato, cunhamos a expressão “temas-carrapicho” para falarmos a respeito de assuntos abordados na saga que fazem eco no mundo objetivo, gerando identificação dos leitores com as obras e com os personagens. A escolha dos temas-carrapicho que são abordados no capítulo 4 desta monografia foi feita para que possamos identificar como o leitor de *Harry Potter* pode encontrar essas analogias em seis temas específicos encontrados na obra de J.K. Rowling para entender de que forma pode ocorrer a união de ideias entre leitor e obra.

A conexão entre esses dois sujeitos, responsáveis pela existência do texto, muitas vezes gera um confronto para que o entendimento daquilo que foi escrito seja feita da forma mais precisa possível. “[...] leitor e escritor são faces da mesma moeda, não obstante as quedas-de-braço em que às vezes ambos se confrontam” (LAJOLO, 2002, p. 33). A partir disso, podemos perceber que a única forma de que o

texto seja compreendido com excelência é quando leitor e texto entram em acordo.

Kleiman (2000) destaca que no momento em que o autor se propõe a colocar marcas formais no texto de forma intencional, é preciso que o leitor esteja disposto a aceitar, julgar ou rejeitar aquilo que foi escrito. Caso esse consentimento não exista, haverá um problema na interação com as duas peças. É trabalho do escritor a apresentação de um cenário no qual o leitor possa recriar experiências, vivenciar situações, levando em consideração o fato de que isso não deve ser feito de forma escancarada. A função do leitor é decifrar aquilo que é colocado diante dele. A partir disso, podemos então assumir que o leitor não é apenas um receptor de informações. Para que o texto tenha sucesso, é preciso que haja uma construção de compreensão por parte daquele que o recebe.

Uma vez que o leitor passa a apossar-se do texto, podemos constatar que há uma mudança naquele que lê. Ele passa a ter mais experiência quanto a entender o que acontece e toma para si aquilo que está lendo. “Embora eles [os livros] desenvolvam os pensamentos de outrem, o leitor se transforma durante a leitura em sujeito desses pensamentos” (ISER, 1999, p.85). A partir disso, podemos entender que há uma mescla entre leitor e texto, fazendo, muitas vezes, com que haja uma relação de identificação entre eles.

Conseguir fazer com que o leitor complete toda a leitura e não desista do texto é uma tarefa árdua e o autor precisa ter em mente quem ele quer seduzir e cativar com sua obra, dessa maneira ele pode fazer a tentativa de prever as respostas dadas pelo que lê, por meio da criação das hipóteses que serão mais satisfatórias a ele. “[...] tem-se que considerar que para seduzir o leitor há que pôr-se em seu lugar, antecipando suas expectativas, suas reações” (LAJOLO, 2002, p.38). O leitor é, então, cativado quando passa a ter prazer com a leitura que faz. De acordo com Iser (1999), isso só acontece quando o texto proporciona o exercício da capacidade e da produtividade da mente humana.

Todas as experiências pelas quais o leitor passou, não apenas falando na área da literatura, mas também em relação às suas vivências, fazem com que o texto que ele lê tenha realmente um significado. Para Freire (1992), “[...] a leitura do mundo precede a leitura da palavra e a leitura desta implica a continuidade da leitura daquele”. O entrelaçado desses dois tipos de leitura forma um ciclo que resulta na fusão deles. Lajolo (2002) destaca que essa é uma fonte de prazer e de sabedoria, que esse é um ato que deve ser feito para melhor compreender o mundo, que quanto maior for nossa concepção de mundo, maior será a intensidade da leitura e vice-versa. Os livros têm o poder de iluminar nossa concepção diante de assuntos que até então se encontravam em cantos sombrios de nossa mente. “Ou o texto dá sentido ao mundo, ou ele não tem sentido nenhum” (LAJOLO, 2002, p. 15).

Para Kleiman (2000), o conhecimento de mundo do leitor influencia então para a compreensão que este tem do texto que lê. Esse conhecimento prévio proporciona a possibilidade de se fazer inferências na leitura. A compreensão que o leitor faz a partir dessas conexões entre o que ele já experienciou e aquilo que está lendo pode ser influenciada pelas diferentes maneiras com que um texto é lido. Ao pensar-

mos mais especificamente no jovem leitor, que ainda está em construção, sabemos que tem a tendência à volatilidade, o que não impede que possa tirar proveito de uma leitura literária, como lemos no seguinte excerto:

Um leitor lerá textos diferentes de maneiras diferentes; um texto será lido de modo diferente por leitores diferentes. Um leitor lerá o mesmo texto diferentemente em ocasiões diferentes; na verdade, ele lerá partes diferentes do mesmo texto de modos diferentes durante o curso de um só ato de leitura, à medida que seu humor, propósito e conhecimento se alterem (HATT apud HUNT, 2010, p. 149).

Acerca dos diferentes modos de leitura de um texto aludidos por Hatt, podemos alegar que isso se dá devido ao fato de que a cada linha percorrida pelo leitor, uma nova consciência é criada dentro dele e isso influenciará diretamente no modo com que ele encara a vida. Dessa maneira, a cada avanço feito por ele nesse caminho literário uma nova versão desse leitor é criada. Se, a cada texto que lemos, absorvemos algo dele e tomamos isso como parte interior do nosso ser, podemos então considerar que somos, na verdade, um aglomerado de informações obtidas a partir de nossas experiências. Isso nos leva a pensar que a compreensão que fizemos de determinado texto só acontece de alguma forma por conta das leituras prévias que fizemos. Assim, para que um texto faça sentido, ele depende da existência de outros textos. A experiência e o conhecimento de um leitor são feitos por meio das palavras de outras pessoas. “Eu vivo em um mundo de palavras do outro. E toda a minha vida é uma orientação nesse mundo; é reação às palavras do outro [...]” (BAKHTIN, 2017, p. 38).

Todas essas palavras do outro às quais Bakhtin se refere passam a pertencer também a nós no momento em que permitimos que elas nos causem reações. Dessa maneira, nós guiamos nosso caminho baseando-nos nas palavras do outro. Tudo aquilo que somos só se concretiza pelo fato de termos as mais diversas influências e as utilizarmos como exemplos.

As informações obtidas por nossa mente passam, são transformadas em memórias e se tornam parte do nosso conhecimento. Koch (2011) mostra que isso nos faz reconhecer e compreender as situações e textos. Essas construções e aquisições que fazemos se tornam possíveis pela continuidade que realizamos de leitura e a pelas conexões que criamos entre elas.

Dentre tantas construções possíveis, podemos ainda ressaltar a intertextualidade, que “ocorre quando, em um texto, está inserido outro texto (intertexto) anteriormente produzido [...]” (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2008, p.17). Para que seja possível a identificação do intertexto, o leitor deve utilizar o seu conhecimento prévio de mundo, caso contrário, essa inferência passará despercebida dentro texto e a informação não será transmitida de forma adequada.

Todo esse caminho percorrido até aqui foi feito com o propósito de tentar compreender as ações tomadas por aqueles que estão envolvidos em um texto para que ele seja compreendido na sua forma mais plena. A partir de agora, buscamos um foco maior na obra de J.K. Rowling, na maneira com que ela insere em seus textos

informações com as quais o leitor pode se identificar e reconhecer no seu cotidiano, bem como a busca pela compreensão da relevância do contexto pós-moderno no qual a obra está inserida.

### 3 Contexto histórico: a pós-modernidade

Esta seção tem como objetivo dissertar sobre os conceitos que cercam a Pós-Modernidade, com o intuito de compreendermos melhor o contexto no qual a saga de Harry Potter foi criada, sendo essa também a época na qual o enredo se desenvolve. Na era atual, a literatura torna-se relevante para a consolidação dos indivíduos em uma sociedade. A rapidez com que as circunstâncias acontecem gera certa individualização e autocentralização, atos que fazem com que as pessoas coloquem o foco de suas ações naquilo que lhes beneficiará em qualquer aspecto, sempre buscando tirar vantagens das situações e querendo ser o ponto central das atenções. Assim, inseridas nessa tendência de individualismo, em que a coletividade é relegada a um segundo ou terceiro plano por vezes, esquecem que estão inseridas em um contexto muito maior do que seus próprios círculos. Acerca desse contexto, Bauman (2001, p. 43, grifo do autor) afirma:

A sociedade moderna existe em sua atividade incessante de 'individualização', assim como as atividades dos indivíduos consistem na reformulação e renegociação diárias da rede de entrelaçamentos da chamada 'sociedade'. Nenhum dos dois parceiros fica parado por muito tempo.

Para melhor entendermos esse contexto histórico, é preciso compreender como essa nova era começou. Santos (2008) considera que o pós-modernismo<sup>3</sup> na literatura simbolicamente começou em 6 de agosto de 1945, quando a bomba atômica foi lançada sobre Hiroshima, assim, para ele, esse momento marca o fim da modernidade, que era equivalente à civilização industrial. Ainda para Santos (2008), historicamente, o Pós-Modernismo dá seu pontapé inicial na metade dos anos 1950, quando muitas transformações e avanços foram feitos nas áreas da ciência, da arte e da sociedade. Foi nesse momento que sociólogos americanos batizaram a era pós-moderna. A era moderna foi considerada por muitos como sólida, pesada e tinha o seu alicerce no totalitarismo. Ela não abria precedentes para que os indivíduos pudessem expressar sua individualidade. A respeito dessa época, Bauman (2001, p. 36) afirma:

---

<sup>3</sup> Neste trabalho, entendemos o termo "Pós-Modernidade", no que se refere à literatura, em consonância com o conceito de Lyotard (2009, p.16), que diz: "simplificando ao extremo, considera-se 'pós-moderna' a incredulidade em relação aos metarrelatos. É, sem dúvida, um efeito do progresso das ciências; mas este progresso, por sua vez, a supõe. Ao desuso do dispositivo metanarrativo de legitimação corresponde sobretudo à crise da filosofia metafísica e a da instituição universitária que dela dependia".



A sociedade totalitária da homogeneidade compulsória, imposta e onipresente, estava constante e ameaçadoramente no horizonte – como destino último, como uma bomba nunca inteiramente desarmada ou um fantasma nunca inteiramente exorcizado.

Essa era foi marcada por muitos avanços na área industrial, que fizeram e fazem até hoje diferença na nossa sociedade, de inovações que influenciam e facilitam a vida de todos a que a elas têm acesso, ao mesmo tempo em que também incentivam o consumo e, conseqüentemente, as ações que possibilitam o consumo: a competição acirrada no trabalho, nos negócios, na vida.

Entretanto, a sociedade moderna não abria espaços para o avanço do conhecimento que cada indivíduo possuía de si próprio. Bauman (2001) ainda salienta que, em contrapartida à sociedade moderna original, que era pesada e sólida, agora vivemos em uma modernidade líquida, que busca romper e derreter os conceitos que tínhamos anteriormente e eram tomados como deveres. Essa modernidade líquida é a realidade de tempos em que há constante fluidez e mutação nas relações. A individualização nunca esteve tanto em evidência e os sujeitos de um modo geral preocupam-se mais consigo do que com a sociedade em geral. Decisões e relações não têm mais a estrutura concreta como acontecia no passado, quando era tudo negociável e alterável.

Essa emancipação tira o peso do indivíduo em admitir responsabilidades em relação à cidadania, chegando a admitir que o maior inimigo do cidadão é o indivíduo. Podemos entender, a partir dessa fala de Bauman, que é possível considerar o indivíduo como um ser que age diferente do cidadão. Dessa maneira, o primeiro não tem tanta preocupação com os outros, priorizando o seu bem-estar em relação ao do próximo. O cidadão, por outro lado, busca exercer seus direitos e deveres de forma que possa construir uma sociedade melhor para os que vivem nela.

O grande desafio da sociedade moderna líquida é tentar entender as ações dos outros indivíduos ao nosso redor e buscar compreender as situações pelas quais eles passam. A necessidade da empatia na sociedade contemporânea mostra-se cada vez mais clara para que possamos viver em comunidade e para que sejamos capazes de evoluir. Nesse sentido, a literatura pode ser um caminho, pois ela dá ao leitor a oportunidade de vivenciar diversas situações junto aos personagens que talvez ainda não tenha experienciado durante a vida, que pode criar um sentimento de respeito naquele que lê.

O papel importante da literatura na compreensão com o outro é destacada por Candido (1995, p. 175) quando ele afirma que “ela [a literatura] é fator indispensável de humanização e, sendo assim, confirma o homem na sua humanidade, inclusive porque atua em grande parte no subconsciente e no inconsciente”. Ao agir nesses dois planos da mente do leitor, a influência que a literatura causa nele é grande, pois reflete na conduta que ele terá diante dos percalços que enfrentará e perante as decisões que tomará em situações adversas. A contemporaneidade trouxe muitos benefícios e avanços em relação à tecnologia e, de certa forma, à comunicação. Somos capazes de buscar conhecimento e informação de maneira rápida e prática, ação que era impossível há um século. O espaço e o tempo não são mais tratados

da mesma forma, tudo deve ser rápido, preciso e sucinto. Os indivíduos parecem não ter mais disposição para atividades que demandem esforço e dedicação a longo prazo. A modernização é sinônimo de movimento em busca de satisfação imediata, como diz Bauman (2001, p. 40): “Ser moderno passou a significar, como significa hoje em dia, ser incapaz de parar e ainda menos capaz de ficar parado”. A rapidez com que as informações são repassadas faz com que os indivíduos não percebam mais o tempo da mesma forma que acontecia no passado e não parece satisfazer o desejo que temos de vivenciar mais experiências.

Bauman (2001) fala sobre o encurtamento que está acontecendo em relação ao início e o fim de determinado momento:

A distância em tempo que separa o começo do fim está diminuindo ou mesmo desaparecendo; as duas noções, que outrora eram usadas para marcar a passagem do tempo, e portanto para calcular seu ‘valor perdido’, perderam muito de seu significado – que, como todos os significados, derivava da sua rígida oposição. Há apenas ‘momentos’ – pontos sem dimensões (BAUMAN, 2001, p. 150).

Esses momentos aos quais Bauman refere-se tornam a modernização inalcançável, pois acompanhar o desenvolvimento das tecnologias é uma tarefa quase que impossível, frustrando o indivíduo que não consegue completar esse ciclo.

Essa nova e diferente modernidade que vivemos tem duas características específicas apontadas por Bauman (2001) que são muito importantes. A primeira delas é o declínio da antiga crença de que há um único objetivo alcançável, um estado de perfeição a ser atingido, uma sociedade justa e sem conflitos, enfim, um equilíbrio total e a satisfação de todas as partes no qual o ser humano é completamente transparente e tem completo domínio do futuro. A segunda é a desregulamentação e a privatização de tarefas e deveres modernizantes. Tarefas que eram designadas à razão humana e realizadas coletivamente, agora são íntimas e individuais.

A importância de assumir que o conhecimento do todo depende do conhecimento das partes, assim como o conhecimento das partes depende do conhecimento do todo é muito reforçado por Morin (2000). Ele ainda afirma que a fragmentação dos saberes acaba os isolando, quando, na verdade, a construção da sabedoria é feita com a ligação das partes.

Toda essa compreensão da qual Morin fala não se trata apenas dos conhecimentos teóricos, mas abrange também os vínculos que criamos durante a vida. Se estivermos dispostos a aprender com as experiências que temos a oportunidade de vivenciar, podemos tirar um enorme proveito do mundo globalizado e pós-moderno que está a nossa disposição. Cada uma dessas vivências que temos contribui para a busca da felicidade que é inerente ao ser humano.

### 3.1 A comunidade na obra de J. K. Rowling

Com tantas formas de entretenimento e busca de conhecimento encontradas na sociedade contemporânea, a inserção de crianças e jovens na literatura é uma ár-

dua tarefa. Tentar compreender como os livros da saga *Harry Potter*, mais especificamente, conquistaram uma geração é o objetivo deste artigo. Trata-se de um universo que contém sete livros, de narrativas longas, que demandam empenho e dedicação do leitor para completá-las. Em uma sociedade que busca incessantemente por movimento, essa obra foi capaz de manter esses leitores fisicamente estáticos enquanto tinham os livros em mãos, porém com intensa atividade cognitiva para acompanhar o enredo.

Ao longo dessa jornada, temos *Harry Potter* como o protagonista da narrativa, mas não podemos considerá-lo um herói solitário. Ele conta com a participação de um grande grupo de personagens que dão-lhe suporte, sejam eles os coprotagonistas, os coadjuvantes<sup>4</sup> e em algumas situações até os figurantes e os personagens próximos ao antagonista. A participação desses personagens que são considerados secundários é de vital importância para que *Harry* alcance o sucesso em sua trajetória, visto que diversas vezes ele não foi o responsável principal pelo sucesso em alguns conflitos.

Esse suporte que o protagonista recebe dos outros personagens ilustra o que Bauman (2003) nos mostra ao falar do que seria uma comunidade ideal: um local em que há o apoio incondicional, acolhedor e seguro.

Numa comunidade, todos nos entendemos bem, podemos confiar no que ouvimos, estamos seguros a maior parte do tempo e raramente ficamos desconcertados ou somos surpreendidos. Podemos discutir – mas são discussões amigáveis, pois todos estamos tentando tornar nosso estar juntos ainda melhor e mais agradável do que até aqui e, embora levados pela mesma vontade de melhorar nossa vida em comum, podemos discordar sobre como fazê-lo. Mas nunca desejamos má sorte uns aos outros, e podemos estar certos de que os outros à nossa volta nos querem bem (BAUMAN, 2003, p. 8).

Essa estrutura também é encontrada na forma das *Casas de Hogwarts*, quatro estruturas que elucidam pequenas comunidades dentro da escola que o protagonista frequenta. Ao chegarem pela primeira vez à Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts, os jovens estudantes são divididos entre as quatro casas da escola. Essa escolha é feita levando em consideração quais são as aptidões e pretensões futuras de cada um dos jovens, assim como as qualidades mais prezadas por cada um deles. Dentro das casas, uma comunidade de apoio é criada e, por admirarem atributos e virtudes semelhantes, há sempre a proteção e união entre os que pertencem à mesma casa.

Bauman (2003) lamenta que esse tipo de comunidade acolhedora não passe de um paraíso perdido, que não está ao nosso alcance nesse mundo moderno em que nos encontramos. Para ele, essa dura realidade nos leva a buscar o que gosta-

---

<sup>4</sup> Entendemos aqui como personagens coprotagonistas aqueles que são muito próximos do protagonista, que participam efetivamente da maior parte narrativa, sendo quase tão importantes para o desenvolvimento dela quanto o protagonista. Os personagens coadjuvantes são considerados secundários, aqueles que têm uma participação mais reduzida na narrativa, mas ainda assim são importantes para o seu desenvolvimento.

ríamos que acontecesse por meio da imaginação. Esse anseio por apoio e suporte faz com que o leitor da saga de *Harry Potter* viva pela literatura uma prática que ele almeja para sua realidade. É provável que grande parte do sucesso obtido pela obra de J.K Rowling deva-se ao fato de o jovem leitor que entra nesse universo consiga se projetar no personagem principal do romance. As dificuldades enfrentadas por ele são concebidas como situações prováveis da realidade, aproximando assim a obra daquele que a lê. Harry é um menino que descobre, no início da narrativa, que pertence a um novo mundo, até então desconhecido por ele. O protagonista passa muito tempo tentando entender como funciona esse novo universo o qual ele passa a integrar. Tal situação pode ser familiar a diversos jovens, que tentam inserir-se em novos ambientes. Harry está constantemente descobrindo coisas novas sobre seu passado e podemos perceber o crescimento e amadurecimento dele durante toda a saga. Tais cenários podem dar ao leitor a chance de se identificarem com o personagem e sentirem afinidade com ele, aproximando mais a narrativa do leitor. Essa empatia com o personagem pode acontecer pelo fato de que o leitor tem a possibilidade de reconhecer no personagem características e condições reais, que estão presentes em seu cotidiano, e vê Harry como um exemplo de personalidade alcançável e com a qual pode se identificar.

Durante a análise que será realizada nesta pesquisa, seis temas-carrapicho serão explorados com mais profundidade. Todos eles possibilitam ao leitor a oportunidade de perceber as semelhanças presentes na literatura e no mundo contemporâneo.

#### **4 Análise dos temas-carrapicho**

Como já falamos anteriormente, a literatura pode ser utilizada como um instrumento de compreensão e de ensino do mundo. Candido (1995, p. 175) afirma que “a literatura confirma e nega, propõe e denuncia, apoia e combate, fornecendo a possibilidade de vivermos dialeticamente os problemas”. Ao nos depararmos com um problema na literatura, facilmente conseguimos fazer uma projeção dela à nossa realidade.

Durante a saga de *Harry Potter*, a correlação entre muitos temas da literatura e da realidade é perceptível. Para o estudo feito em relação às pinceladas-carrapicho de J.K. Rowling, foram utilizados os sete livros da saga *Harry Potter* escritos pela autora. Seis temas pontuais são observados durante a análise para a compreensão da projeção do leitor e da importância desses temas.

##### **4.1 Racismo, segregação e nazismo**

A primeira análise que fazemos aqui é como podemos perceber que a criação do personagem Lorde Voldemort, o principal vilão da saga *Harry Potter*, foi de certa forma influenciada pela existência de Adolf Hitler. Esse personagem tem como principal objetivo a busca pela vida eterna e acredita na superioridade de uma raça pura sobre todas as outras pessoas e criaturas. Ele, assim como os seus seguidores,

considera-se em uma posição mais elevada em relação aos demais bruxos e promove o preconceito e a segregação no mundo bruxo. É o que podemos constatar na seguinte passagem da obra

[...] A professora Burbage ensinava às crianças bruxas tudo a respeito dos trouxas<sup>5</sup> e como eles se assemelham a nós [...]. Não contente em corromper e poluir as mentes das crianças bruxas, na semana passada, a professora Burbage escreveu uma apaixonada defesa dos sangues-ruins<sup>6</sup> no Profeta Diário (ROWLING, 2007, p.17).

No trecho acima, vemos Voldemort mostrar aos seus seguidores o que pensa a respeito da união entre bruxos e trouxas. Logo após isso, ele assassina a professora a quem tinha como prisioneira, reforçando ainda mais a ideia de que para ele os bruxos são superiores.

Rowling chegou a admitir em uma conversa com vencedores de um sorteio promovido pela editora americana *Scholastic Corporation* que a Alemanha nazista que existiu durante a Segunda Guerra Mundial, entre os anos de 1939 e 1945, foi uma fonte de inspiração consciente para a criação do reinado de Lorde Voldemort. Quando perguntada se essa era histórica foi um modelo para essa trama e se buscava causar um impacto nas gerações mais jovens ela respondeu:

It was conscious. I think that if you're, I think most of us if you were asked to name a very evil regime we would think Nazi Germany. There were parallels in the ideology. I wanted Harry to leave our world and find exactly the same problems in the wizarding world. So you have the intent to impose a hierarchy, you have bigotry, and this notion of purity, which is this great fallacy, but it crops up all over the world. People like to think themselves superior and that if they can pride themselves in nothing else they can pride themselves on perceived purity. So yeah, that follows a parallel.<sup>7</sup>

Para que possamos entender melhor as semelhanças entre Adolf Hitler e Lorde Voldemort, é preciso que inicialmente façamos uma breve síntese da história do personagem.

Lorde Voldemort (nascido Tom Servoleo Riddle) era filho da bruxa Mérope Gaunt com um trouxa chamado Tom Riddle. Mérope era uma jovem descendente de Salazar Sonserina, um dos criadores da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts. Ela

<sup>5</sup> Na saga Harry Potter, os personagens chamados de trouxas são todos aqueles que não possuem poderes mágicos.

<sup>6</sup> Na saga Harry Potter, os personagens chamados de sangues-ruins são todos aqueles que possuem poderes mágicos, mas nasceram em uma família na qual não há antecedentes bruxos.

<sup>7</sup> Foi consciente. Eu acho que se você for, se à maioria de nós fosse solicitado que nomeassem um regime muito mal, nós pensaríamos na Alemanha Nazista. Houve paralelos na ideologia. Eu queria que Harry deixasse nosso mundo e encontrasse exatamente os mesmos problemas no mundo dos bruxos. Então você tem a intenção de impor uma hierarquia, você tem a intolerância, e essa noção de pureza, que é essa grande falácia, mas se cultiva em todo o mundo. As pessoas gostam de se considerar superiores e de que se não podem se orgulhar de nada podem se orgulhar da pureza percebida. Então sim, isso segue um paralelo. Tradução da autora.

passou sua infância e juventude vivendo com o pai e o irmão, ambos apresentavam um comportamento abusivo para com a moça, que sofria de distúrbios psicológicos causados pelos abusos sofridos. Ainda quando jovem, desenvolveu uma paixão obsessiva por um dos seus vizinhos, Tom Riddle, que por sua vez não correspondia aos sentimentos de Mérope. Ele jamais correspondeu aos sentimentos da jovem, que utilizou uma poção do amor para conquistar o rapaz. Dessa união forjada, que terminou quando a poção parou de ser administrada, surgiu Voldemort, criado em um orfanato após a morte da mãe, pouco tempo depois do parto.

Quando jovem, Tom Servoleo Riddle era considerado como um aluno brilhante, o melhor que a escola já havia visto. Além de muito inteligente, ele era extremamente charmoso e carismático e conseguia conquistar o que quisesse de quase todos. Depois de terminar os estudos, trabalhou em lugares que não exigiam muito da sua capacidade intelectual e por algum tempo pouco se soube de seu paradeiro (ROWLING, 2005).

Quando reapareceu, Tom respondia pelo nome Lorde Voldemort, um anagrama feito a partir de seu nome de batismo. É a partir daí que conseguimos identificar o vilão da saga agindo com os comportamentos genocidas que o aproximam do ditador nazista. Agindo com esse pseudônimo, ele não escondia mais seus verdadeiros objetivos: a busca pela imortalidade e a purificação da raça bruxa.

As atitudes tomadas por esse personagem da saga Harry Potter são facilmente encontradas na história e na contemporaneidade. Podemos encontrar um paralelo com o nazismo e Adolf Hitler na criação de Voldemort. Como sabemos, um dos princípios do nazismo é a crença na superioridade da raça ariana, que julgavam ser mais forte e inteligente do que aqueles que, segundo as ideias pregadas no nazismo, não se encaixavam no padrão que acreditavam ser o correto.

Esse é um dos primeiros traços de semelhança que podemos encontrar entre Lorde Voldemort e Adolf Hitler. Ambos buscavam uma raça pura que pudesse ser superior a qualquer outra e que lhes possibilitasse um poder supremo e soberano. Hitler, também chamado de *Führer*, era o líder da Alemanha Nazista que promoveu o Holocausto, causando a morte de milhões de pessoas, entre as vítimas estavam deficientes físicos e mentais, homossexuais, maçons, Testemunhas de Jeová e, o principal alvo, judeus.

As imagens bacterianas implicavam que os judeus deveriam ser tratados do mesmo modo que os germes: pela exterminação. Já em agosto de 1920, Hitler falara de combater a ‘tuberculose racial’ por meio da remoção do ‘agente causador, o judeu’. E não podia haver dúvidas sobre quem Hitler tinha em mente quando, quatro anos depois, em *Mein Kampf*, escreveu: ‘A nacionalização de nossas massas só terá sucesso quando, além de toda a luta positiva pela alma de nosso povo, seus envenenadores internacionais forem exterminados’. A noção de envenenar os envenenadores está presente em outro trecho famoso do livro, no qual Hitler sugeria que, se 12 mil a 15 mil ‘corruptores hebreus do povo’ tivessem sido submetidos a gás venenoso no início da Primeira Guerra, então ‘o sacrifício de milhões no front não teria sido em vão’. Esses trechos terríveis não são o começo de uma via de mão única para a ‘solução final’ (KERSHAW, 2010, p. 182-183).

Essa ideologia de Hitler de criar uma raça pura é semelhante à de Lorde Voldemort, que acreditava que apenas os bruxos sangue-puro<sup>8</sup> eram dignos de usar a magia. Os princípios distorcidos dessas duas figuras mostravam claramente o quanto eles próprios consideravam-se superiores aos demais membros da sociedade a qual pertenciam. Outra conexão que podemos estabelecer entre eles é o fato de que, na verdade, esse sentimento de supremacia que ambos exalavam não passava de hipocrisia. Kershaw (2010) esclarece que Hitler nasceu em *Braunau am Inn*, na Áustria, no dia 20 de abril de 1889. Dessa maneira, por mais que o ditador pregasse a superioridade da Alemanha e que a nação deveria ser “pura”, ele próprio não era alemão, tendo tornando-se um cidadão alemão apenas em 26 de fevereiro de 1932.

Assim como Hitler, Voldemort não fazia parte da categoria pura a qual tanto prezava. Ele prezava os sangues-puro, entretanto, não seguia a regra. Além de ter sido gerado por meio de uma poção do amor, Voldemort tinha um pai trouxa, o que o tornava um bruxo mestiço (uma mistura entre bruxos e trouxas).

Tal desprezo por pessoas que são consideradas inferiores tanto por Hitler como por Voldemort fez com que ambos criassem formas de isolá-los da sociedade, marginalizando-os. Kershaw (2010) fala extensamente sobre as Leis de Nuremberg, aprovadas por Hitler em 1935, que entre suas promulgações determinavam como judeus aqueles que tinham pelo menos três dos quatro avós judeus, mesmo que a religião não fosse praticada, tiravam deles a cidadania alemã, proibiam o casamento ou as relações sexuais entre judeus e alemães e também impediam que judeus tivessem como empregada uma mulher ariana com menos de 45 anos. Depois que essas leis passaram a ser postas em prática, os judeus eram obrigados a afixar em suas vestimentas uma estrela amarela com a palavra *judeu*, para que pudessem ser identificados com facilidade, bem como induzi-los a reduzir suas saídas públicas. Os judeus, assim como as outras vítimas da perseguição nazista que mais tarde também passaram a sofrer as consequências da Lei de Nuremberg, passavam por interrogatórios e eram registrados depois disso. Aqueles que descumpriam essas leis de alguma maneira eram punidos com a prisão ou com trabalhos forçados.

Assim como o *Führer*, Voldemort também agiu contra aqueles que considerava indignos de magia. Logo que ele e seus aliados assumiram o poder, foi criada a Comissão de Registro dos Nascidos Trouxas, que tinha como função interrogar e cadastrar todos aqueles que não eram considerados sangue-puro. Muitas vezes a tortura era utilizada para que obtivessem respostas e até mesmo bruxos considerados mestiços por terem uma mescla de antepassados bruxos e trouxas eram submetidos a esses interrogatórios, sendo diversas vezes condenados a perderem sua varinha mágica, uma vez que a aliança entre as duas raças era considerada uma transgressão.

---

<sup>8</sup> Sangue-puro são considerados aqueles que descendem apenas de outros bruxos, sem que haja uma mistura com o sangue dos trouxas.

O Ministério da Magia está procedendo a um senso de chamados ‘nascidos trouxas’ para melhor compreender como se tornaram detentores de segredos da magia. Pesquisas recentes feitas pelo Departamento de Mistérios revelam que a magia só pode ser transmitida de uma pessoa a outra quando os bruxos procriam. Portanto, nos casos em que não há comprovação de ancestralidade bruxa, os chamados nascidos trouxas provavelmente obtiveram seus poderes por meio do roubo ou uso de força. O Ministério tomou a decisão de extirpar esses usurpadores da magia e, com essa finalidade, enviou um convite para que se apresentem a uma entrevista com a recém nomeada Comissão de Registro dos Nascidos Trouxas (ROWLING, 2007, p. 167).

Outro fator de conexão entre eles é o fato de um símbolo em específico nos remeter à tirania de ambos. Hitler, assim como todos os seus aliados, exibia com orgulho a suástica. Esse símbolo é a representação de uma cruz com as hastes voltadas para a direita. Ainda que seja um símbolo comum em muitas culturas antes do nazismo, qualquer um que fosse visto expondo-o durante e após a Segunda Guerra Mundial seria reconhecido como simpatizante das ideias nacionalistas e antisemitas difundidas pelo ditador alemão.

Da mesma maneira, temos um símbolo associado a Voldemort, conhecido como Marca Negra. “[...] era um crânio colossal, aparentemente composto por estrelas de esmeralda e uma cobra saindo da boca, como uma língua” (ROWLING, 2001, p. 98). Esse símbolo servia para demonstrar apoio a Voldemort e somente seus seguidores eram capazes de produzi-lo. Rowling (2001) relata que, sempre que assassinatos eram cometidos em nome do Senhor das Trevas, essa marca era deixada no local, para espalhar ainda mais o medo e o terror entre a população. Depois que Voldemort teve sua queda, qualquer um que produzisse essa marca era julgado e penalizado, podendo inclusive cumprir tempo de prisão por conta disso.

É preciso que esclareçamos que a criação do personagem de Lorde Voldemort foi baseada na figura de Adolf Hitler, mas não devemos imaginá-lo como uma duplicata, pois ele é um personagem de ficção. Candido (S/D, p. 65) diz “nosso ponto de partida foi o conceito de que a personagem é um ser fictício; logo, quando se fala em cópia do real, não se deve ter em mente uma personagem que fosse igual a um ser vivo, o que seria a negação do romance”. É o tipo de personagem chamado pelo autor de “personagens construídos em torno de um modelo, que podem ser direta ou indiretamente conhecido, mas que apenas é um pretexto básico, um estimulante para o trabalho de caracterização” (CANDIDO, S/D, p. 67). O autor nos esclarece que, por mais que a criação de um personagem seja feita com base na existência de uma figura ou situação real, ele continua sendo parte do romance ao qual está inserido, e a sua construção depende muito mais da função que ele exerce na estrutura do romance do que da realidade exterior.

A intolerância contida na literatura é algo que acontece diariamente no mundo real e podemos nos espelhar em atitudes adotadas pelos personagens para combater esse tipo de comportamento. A analogia criada por Rowling pode servir como porta de entrada para o seu jovem leitor na busca por mais conhecimento em relação aos acontecimentos da Segunda Guerra Mundial e como a segregação não deve



ser incentivada, visto que serve apenas para causar danos à sociedade.

## 4.2 Depressão e dementadores

O tema seguinte colocado em análise é a simbologia presente na existência de criaturas no mundo mágico denominadas Dementadores. São seres espectrais sombrios que absorvem as boas energias e memórias daqueles que encontram. A primeira aparição que essa criatura faz na saga de Harry Potter é em *Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban*. Nessa obra, eles são descritos da seguinte forma:

Parado à porta, iluminado pelas chamas trêmulas na mão do professor, havia um vulto de capa que alcançava o teto. Seu rosto estava completamente oculto por um capuz. Harry baixou os olhos depressa, e o que ele viu provocou uma contração em seu estômago. Havia uma mão saindo da capa e ela brilhava, um brilho cinzento, de aparência viscosa e coberta de feridas, como uma coisa morta que se decompusera na água. [...] E então, a coisa encapuzada, fosse o que fosse, inspirou longa e lentamente, uma inspiração ruidosa, como se estivesse tentando inspirar mais do que o ar a sua volta. Um frio intenso atingiu todos os presentes. Harry sentiu a própria respiração entalar no peito. O frio penetrou mais fundo em sua pele. Chegou ao fundo do peito, ao seu próprio coração. Os olhos de Harry giraram nas orbitas. Ele não conseguiu ver mais nada. Estava se afogando no frio. Sentia um farfalhar nos ouvidos que lembrava água correndo. Estava sendo puxado para o fundo, o farfalhar aumentou para um ronco que aumentava. Então, vindos de muito longe, ouviu gritos, terríveis, apavorados, suplicantes. Ele queria ajudar quem gritava, tentou mexer os braços, mas não conseguiu. Um nevoeiro claro e denso rodopiava a volta dele, dentro dele (ROWLING, 2000, p. 66).

Os dementadores são os seres que atuam como guardas na Prisão de Azkaban, que é o local para onde são enviados os bruxos que cometeram algum crime. Eles se alimentam das boas lembranças que as pessoas têm, sugando-as de quem as possui, até que não haja mais nada de bom em quem entra em contato com eles e com apenas um beijo podem sugar a alma de suas vítimas. São criaturas de aparência horrenda, que causam terror e pânico aos que encontram com elas, como vemos descrito em Rowling (2000, p. 282): “Onde devia haver olhos, havia apenas uma pele sarnenta e cinza, esticada por cima das orbitas vazias. Mas havia uma boca... um buraco escancarado e informe, que sugava o ar com o ruído de uma matraca que anuncia a morte”.

Essas entidades servem como um simbolismo do transtorno da depressão, como a própria J.K. Rowling chegou a admitir em uma entrevista à Ann Treneman, do *The Times UK*<sup>9</sup>. Quando a semelhança entre os dementadores e a depressão foi mencionada durante a entrevista e o fato de que a descrição dessa criatura na obra se assemelha muito com as sensações causadas pelo transtorno, Rowling respondeu

<sup>9</sup> SALGUEIRO, Carolina; ABREU, Patrícia M. D. de; M. NETO, Antônio Carlos de. *JK Rowling, A Entrevista*. Disponível em: <<https://conteudo.potterish.com/jk-rowling-a-entrevista/>>. Acesso em: 12 set. 2018.

que “Foi inteiramente consciente. E inteiramente da minha própria experiência. A depressão é a coisa mais desagradável que já experimentei”.

A American Psychiatric Association (APA) coloca o transtorno depressivo maior no grupo de transtornos depressivos, representados na obra de Rowling pela criatura dos dementadores. Esse transtorno é definido dessa maneira APA (2014, p. 155):

O transtorno depressivo maior representa a condição clássica desse grupo de transtornos. Ele é caracterizado por episódios distintos de pelo menos duas semanas de duração (embora a maioria dos episódios dure um tempo consideravelmente maior) envolvendo alterações nítidas no afeto, na cognição e em funções neurovegetativas, e remissões interepisódicas. [...] Atenção especial é dada à diferenciação da tristeza e do luto normais em relação a um episódio depressivo maior. O luto pode induzir grande sofrimento, mas não costuma provocar um episódio de transtorno depressivo maior.

O fato é que as reações sentidas pelos personagens da saga de Harry Potter que têm um encontro com os Dementadores são muito semelhantes às aquelas descritas pelas pessoas que sofrem de depressão. As similaridades presentes nessa analogia proporcionam ao leitor certa compreensão desse mal e como podemos fazer para lidar com ele. Solomon (2014, p. 15) descreve que “na depressão, a falta de significado de cada empreendimento e de cada emoção, a falta de significado da própria vida se tornam evidentes. O único sentimento que resta nesse estado despido de amor é a insignificância”. Essas sensações são bastante próximas ao que é descrito por Rowling (2000) em que os relatos são de que o sentimento de frio e solidão e um vento maligno estão sempre presentes no local onde os dementadores estão.

Para combater essas criaturas malignas da obra de Rowling, é preciso que aquele que entra em contato com elas produza um feitiço chamado *Feitiço do Patrono*, que serve como um guardião que protege aquele que o produz.

O Patrono é um tipo de energia positiva, uma projeção da própria coisa de que o dementador se alimenta: esperança, felicidade, desejo de sobrevivência, mas ele não consegue sentir desesperança, como um humano real, por isso o dementador *não pode afetá-lo* (ROWLING, 2000, p.177).

Um fato relevante para que o Feitiço do Patrono possa ser produzido é que esse ato só será eficaz se aquele que o produzir conseguir ter em mente uma lembrança realmente feliz. Essa proposta, de criar um escudo contra os dementadores que só é eficaz com a presença de uma boa recordação, permite-nos criar a conexão de que é preciso bons pensamentos para a luta contra a depressão. Quem sofre do transtorno necessita de algo pelo qual deva lutar para que possa traçar um caminho para fora do problema.

Os jovens são o público-alvo da obra de Rowling e é importante reconhecermos que muitos deles ainda não têm uma visão clara sobre a depressão. É amplamente explicado por Herculano-Houzel (2005) o quão grande é a mudança no organismo de um adolescente, por exemplo. Além das mudanças físicas, o cérebro

é ocupado por uma produção de hormônios até então desconhecidos e, ainda que muitos jovens passem por esse período sem apresentarem problemas graves de saúde ou comportamento, muitos estão sujeitos a essas adversidades por uma questão fisiológica. É o que detalha a autora:

[...] a reorganização drástica do sistema de recompensa do cérebro, essencial para a motivação e sensação de bem-estar, pode explicar por que é tão comum surgirem na adolescência distúrbios como a depressão, o transtorno bipolar e os distúrbios obsessivos-compulsivos, todos associados à motivação (HERCULANO-HOUZEL, 2005, p. 209).

Em diversos momentos da obra de Rowling, os personagens são expostos aos dementadores, e a sensação é muito similar à falta de motivação a qual Herculano-Houzel (2005) descreve.

Absorto em seus pensamentos, ele não registrou imediatamente o fio anormal que começou a envolvê-lo como se penetrasse um nevoeiro. E foi se tornando mais forte a cada passo que dava: um frio que entrava por sua garganta e forçava seus pulmões. Então sobreveio aquela sensação sub-reptícia de desespero, uma desesperança que foi se expandindo dentro dele... Dementadores, pensou (ROWLING, 2007, p. 204).

Todas essas conexões criadas entre dementadores e depressão podem possibilitar ao leitor de Harry Potter que se familiarize com a existência de um mal tão comum em nossa sociedade e proporciona a ele chance de aprender a lidar com tal situação muitas vezes pela primeira vez por meio da literatura, de maneira que, quando forem se deparar com isso durante a vida, já tenham presenciado isso antes. Com isso, ele saberá a importância das boas lembranças e que a vontade de continuar a lutar pela felicidade são aspectos importantíssimos para a superação desse transtorno.

#### 4.3 Elfos domésticos e a escravidão

O terceiro item utilizado para análise é também a concepção de outra criatura, dessa vez o Elfo Doméstico. Os elfos são criaturas mágicas que servem de escravos para os bruxos. Ainda que eles possuam uma magia incrivelmente poderosa, por conta da tradição, eles se submetem às ordens de seus senhores, muitas vezes sofrendo maus-tratos.

A primeira vez que essa criatura aparece na obra de Rowling é em *Harry Potter e a Câmara Secreta*, na qual nos deparamos com o personagem Dobby, um dos elfos que exerce maior participação na narrativa. Ele rapidamente admite a Harry Potter que é obrigado a servir uma casa pelo resto de sua vida e até chama seus algozes de “família”. Quando Harry pergunta a ele o motivo de não fugir da casa que lhe causa tanto sofrimento, ele responde que “um elfo doméstico tem que ser libertado, meu senhor. E a família nunca vai libertar Dobby... Dobby vai servir a família até morrer, meu senhor” (ROWLING, 2000, p. 17).

Essa relação pode ser facilmente comparada com a prática da escravidão, ainda comum na nossa sociedade, que foi historicamente considerada extinta no final no século XIX, mas que ainda pode ser encontrada em outras práticas sociais contemporâneas que escravizam o indivíduo, obrigando-o a submeter-se aos desmandos dos superiores, conhecida hoje como a Escravidão Moderna.

A estimativa que se tem hoje é de que mais de 40 milhões de pessoas no mundo se encontram em situação escrava. A organização mundial *Walk Free Foundation* trabalha com pesquisas e arrecadações na intenção de acabar com a prática da escravidão em todas as formas e afirma que muitos estão em risco.

*An estimated 40.3 million people are victims of modern slavery across the world. Those highest at risk include those who are physically or linguistically isolated, culturally disoriented, subjected to crushing debts and have little to no knowledge of their rights*<sup>10</sup> (WALK FREE FOUNDATION, 2018).

O *The Global Slavery Index* (2018), organização que também combate a escravidão moderna, mostra que dessas 40.3 milhões de pessoas que se encontram em situação escrava, 71% são mulheres e 29% homens e o maior predomínio dessa situação acontece na Ásia e na África. Dessas pessoas, 15.4 milhões estão em situação escrava por meio de casamento forçado e 24.9 encontram-se em trabalho escravo. Os cinco produtos mais comuns originados de trabalho que são importados pelo G20 (grupo constituído pelas 19 maiores economias mundiais mais a União Europeia) são dispositivos eletrônicos (celulares e computadores), roupas, peixes, cacau e cana de açúcar.

Ao explicar do que se trata a escravidão moderna, a *Walk Free Foundation* (2018) esclarece que

Modern slavery refers to situations where one person has taken away another person's freedom — their freedom to control their body, their freedom to choose to refuse certain work or to stop working — so that they can be exploited. Freedom is taken away by threats, violence, coercion, abuse of power and deception. The net result is that a person cannot refuse or leave the situation<sup>11</sup>.

A analogia entre essa prática do mundo pós-moderno com a literatura é feita de forma explícita pela personagem Hermione Granger. Ao descobrir que elfos domésticos trabalham em Hogwarts, ela questiona se eles têm algum direito trabalhista e descobre que isso não acontece. “Trabalho escravo – disse a garota, respirando

<sup>10</sup> Aproximadamente 40.3 milhões de pessoas são vítimas de escravidão moderna pelo mundo. Os de maior risco incluem aqueles que são física ou linguisticamente isolados, culturalmente desorientados, subjugados com dívidas arrasadoras e têm pouco ou nenhum conhecimento de seus direitos. Tradução da autora.

<sup>11</sup> A escravidão moderna refere-se a situações na qual uma pessoa tirou a liberdade de outra – a liberdade de controlar seu corpo, sua liberdade de escolher recusar certos trabalhos ou parar de trabalhar – para que então ela possa ser explorada. A liberdade é tirada por meio de ameaças, violência, coerção, abuso de poder e trapaça. O resultado final é de que a pessoa não pode recusar ou sair dessa situação. Tradução da autora.

com força pelo nariz. – Foi isso que preparou este jantar. Trabalho escravo” (ROWLING, 2001, p.137).

De maneira geral, os trabalhos dos elfos na obra de Rowling são tarefas domésticas, de cuidado com a casa da família para a qual servem de escravos. Eles devem obedecer a todos os membros da família e manter os segredos deles. Já que são tratados como escravos, muitas vezes os elfos são menosprezados pelos bruxos, que se consideram superiores às criaturas que subjagam. Os elfos possuem magia, mas ela é diferente da que os bruxos detêm, já que a maioria deles só consegue produzir feitiços com uma varinha e, de acordo com Rowling (2001), a posse de uma é proibida a criaturas não humanas.

Para os elfos, a lei máxima é a ordem de seus senhores, eles devem obedecer cegamente a todas as ordens que recebem sem contestação (Rowling, 2007). Dessa maneira, eles, os bruxos, dominam as criaturas e os submetem a todo o tipo de trabalho e castigo. Como vimos em Rowling (2000), eles muitas vezes cometem autoflagelo como punição a atitudes que acreditam que serão desaprovadas pelos seus senhores.

Os elfos devem servir a família à qual pertencem pelo resto da vida, a menos que sejam libertados. “Harry sabia que a única maneira de libertar um elfo doméstico era presenteá-lo com roupas decentes” (ROWLING, 2001, p. 105). A tortura psicológica sofrida pelos elfos é tão grande que muitos deles ficam extremamente tristes quando são demitidos, pois consideram isso uma falha no próprio caráter.

Assim como os elfos sofrem com o trabalho escravo na literatura, essa situação também é real e muito presente na sociedade moderna em que estamos inseridos. Da mesma maneira que muitos bruxos ignoravam a situação dos elfos na literatura, também a maioria dos cidadãos da nossa sociedade é desatenta ao estado em que milhões de indivíduos se encontram. Na obra de Rowling (2001), a personagem Hermione cria o F.A.L.E. (Fundo de Apoio à Libertação dos Elfos) para conscientizar os outros bruxos das condições em que os elfos vivem e buscar a liberdade dos que estão sofrendo com a escravidão. Na nossa sociedade, instituições como a *The Global Slavery Index* e a *Walk Free Foundation* batalham para que os milhões de pessoas em condições escravas, sofrendo humilhações e crueldade sejam retiradas desse casulo desumano ao qual são impostas.

#### 4.4 Imprensa no mundo mágico e no mundo real

A imprensa é uma ferramenta muito importante no mundo moderno, e o processo de distribuição de informações que ela executa está cada vez mais rápido e essencial à vida dos cidadãos. Por mais que sua função seja crucial para a compreensão da realidade, em muitos casos, a informação completa não é repassada, podendo haver uma ocultação total ou parcial dos fatos. A notícia assemelha-se com os acontecimentos, mas comporta a realidade por completo, como vemos no excerto abaixo:

A relação entre a imprensa e a realidade é parecida com aquela entre um espelho deformado e um objeto que ele aparentemente reflete: a imagem do espelho tem algo a ver com o objeto, mas não só não é o objeto como também não é sua imagem; é a imagem de outro objeto que não corresponde ao objeto real (ABRAMO, 2003, p. 24).

Essa distorção da realidade da qual Abramo (2003) fala acontece com frequência nos dias atuais e também é muito presente na literatura. Assim como na nossa sociedade, no mundo mágico, a imprensa também tem um papel importante sobre as decisões tomadas pelos governantes e a forma com o que povo é levado a encarar os problemas existentes. Em *Harry Potter*, também temos uma imprensa tendenciosa e sensacionalista, que, além de criar situações inexistentes, muitas vezes manipula a população a tomar determinado lado em um embate para favorecer a si mesma e àqueles que a sustentam, ainda que o posicionamento que sugere não seja condizente com o que realmente acontece. Trata-se, portanto, de um processo similar ao que ocorre com as chamadas *fake news*, disseminadas especialmente nas redes sociais, a fim de manipular a opinião pública com base em inverdades.

Em *Harry Potter e o Cálice de Fogo*, deparamo-nos com uma imprensa parcial de forma mais contundente. A obra nos traz a personagem Rita Skeeter, uma das correspondentes do mais importante jornal bruxo, *O Profeta Diário*. A jornalista nos é apresentada ao ser designada a cobrir um grande torneio internacional que acontece em Hogwarts. Um trecho da obra que exemplifica perfeitamente o comportamento tendencioso da jornalista é o seguinte:

– Então, Harry... o que fez você decidir entrar no Torneio Tribuxo? – Hum...  
– disse Harry outra vez, mas foi distraído pela pena. Embora não estivesse falando, ela continuava a correr pelo pergaminho e seguindo-a o garoto pôde ler uma nova frase: Uma feia cicatriz, lembrança de um passado trágico, desfigura o rosto, de outra forma encantador, de Harry Potter, cujos olhos... (ROWLING, 2001, p. 225).

A estratégia utilizada por Skeeter, descrita no trecho citado, é muito comum na grande imprensa, que, em alguns casos, preza mais pela venda e propagação de informações que rendam uma agitação na mídia do que pela reprodução do real. O leitor ou espectador, na maioria das vezes, não tem conhecimento de que essa prática está sendo adotada no momento em que busca informações, conforme nos explica Abramo (2003, p. 24): “A maior parte dos indivíduos, portanto, move-se num mundo que não existe, e que foi artificialmente criado para ele justamente a fim de que ele se mova nesse mundo irreal”.

Ao induzir essa outra realidade salientada pelo autor, a imprensa manipula seus leitores ou ouvintes. Abramo (2003) enfatiza que muitas vezes as informações são substituídas pela opinião do veículo de comunicação e às pessoas resta servir e assumir as conjecturas impostas como notícia.

Outro pretexto para a manipulação é a motivação política, sobre a qual Abramo (2003, p. 44) esclarece:

Assim, é sustentável a afirmação – pelo menos em caráter de hipótese de trabalho – de que os órgãos de comunicação se transformaram em novos órgãos de poder, em órgãos político-partidários, e é por isso que eles precisam criar a realidade onde exercer esse poder, e para recriar a realidade precisam manipular as informações.

Rowling ilustra isso em diversos momentos de sua obra, em especial ao final de *Harry Potter e o Cálice de Fogo*, no qual o personagem Cornélio Fudge, que exerce o cargo de Ministro da Magia, sendo assim o chefe de estado do mundo bruxo, tenta desacreditar os depoimentos de Harry Potter e de Alvo Dumbledore, diretor da Escola de Hogwarts, utilizando como argumento uma reportagem publicada por Rita Skeeter no Profeta Diário, na qual a repórter deprecia o protagonista da saga. Após esse fato, diversas publicações são feitas pelo jornal como uma maneira de reforçar a imagem do ministro e levar a comunidade a acreditar que Fudge é um bom governante, como vimos em Rowling (2003, p. 253): “As novas medidas do Ministério receberam o apoio entusiástico dos pais dos alunos de Hogwarts”. Nesse momento, temos, novamente, uma clara ilustração de um fenômeno tão conhecido na era atual, as chamadas *fake news*, que são notícias falsas divulgadas com o intuito de manipular as pessoas. Na literatura, vemos o personagem do Ministro da Magia utilizar-se do poder que a máquina pública lhe proporciona para usar a mídia para fortalecer a sua posição de poder, algo recorrente na sociedade em que vivemos.

Ao mesmo tempo em que percebemos a manipulação que o principal jornal bruxo executa, somos apresentados à revista O Pasquim, que não é considerado pelos bruxos como um veículo de comunicação que deva ser levado a sério, já que diversas vezes publica artigos que são considerados tolos. “– Alguma coisa que preste aí? – perguntou Rony, quando Harry fechou a revista. – Claro que não – respondeu Hermione antes que Harry pudesse responder. – O pasquim só tem bobagens, todo mundo sabe disso” (ROWLING, 2003, p. 160).

A descrença com essa revista passa a mudar de forma quando uma entrevista minuciosa com Harry é publicada por ela, em um momento de instabilidade do mundo bruxo, fazendo dela a oposição ao jornal Profeta Diário. A comunidade está vigilante perante a possibilidade da volta de Voldemort e começa a desconfiar da imparcialidade do jornal e passa a perceber como ele é tendencioso.

A maioria dos leitores da obra de Rowling são jovens, e muitos deles sequer têm conhecimento de como a imprensa exerce um papel tão fundamental na sociedade. Ao exemplificar e revelar essa prática por meio da literatura e das instituições presentes na saga de *Harry Potter*, a obra muitas vezes proporciona ao leitor um primeiro contato com a prática da manipulação de informações.

O jovem pode perceber, por meio da leitura, que é preciso prestar atenção nas informações que lhe são passadas e que não podemos tomar uma informação como verdade absoluta apenas pelo fato de ela ter sido publicada por um veículo de informação de grande circulação. A literatura possibilita-lhe uma leitura de mundo tendo como exemplo as vivências dos personagens e a forma com que eles lidaram com o posicionamento político da imprensa, buscando sempre uma melhor compreensão dos fatos que nem sempre são transmitidos por ela.

#### 4.5 Ditadura, Golpes de Estado

O próximo tema submetido à análise é como a representação da ditadura foi feita na obra de Rowling. Durante a saga de *Harry Potter*, temos dois momentos claros de que essa prática foi realizada. O primeiro foi em *Harry Potter e a Ordem da Fênix*, na qual a personagem de Dolores Umbridge, com respaldo do Ministério da Magia, arquitetou um golpe para tomar o poder da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts. O segundo momento é em *Harry Potter e as Relíquias da Morte*, quando o personagem de Voldemort toma o poder do Ministério da Magia.

Ao pensarmos em um Golpe de Estado, muitas vezes, podemos nos direcionar ao fato de que apenas indivíduos externos ao governo realizam tal ato, porém Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998, p. 546) deixam claro que isso não é um ato padronizado:

Esta característica [a participação de elementos do aparelho estatal] diferencia o Golpe de Estado, igualmente, da sublevação entendida como insurreição não organizada, que tem escassas ou nenhuma probabilidade de triunfar na tentativa de derrubar a autoridade política do Estado moderno.

Com isso, é possível entender que é provável que os responsáveis por um Golpe de Estado podem estar dentro do próprio governo e queiram tomar o posto daquele que está no poder. Para que um Golpe de Estado aconteça, há uma ação repentina, porém calculada com antecedência, que cria um falso governo.

Seus protagonistas tanto podem ser um governo como uma assembleia, bem assim autoridades já alojadas no poder. São características do golpe de Estado: a surpresa, a subitaneidade, a violência, a frieza do cálculo, a premeditação, a ilegitimidade (BONAVIDES, 2000, p.259).

Na obra de Rowling, um Golpe de Estado é protagonizado pela personagem de Dolores Umbridge. No começo do ano letivo de 1995, sob ordens do Ministério da Magia, ela começou a exercer um cargo de professora na Escola de Hogwarts. Ocupando essa posição, ela passava informações sobre o que acontecia na escola ao Ministério da Magia. O ministro da época, Cornélio Fudge, tinha divergências com o diretor de Hogwarts, Dumbledore. O posicionamento de uma funcionária do ministério dentro do corpo docente da escola deixa claro que o próprio ministro influenciaria nas decisões tomadas na escola. Em seu primeiro pronunciamento como professora, Umbridge deixa claro a todos que está lá por ordens do Ministério e se reportará a ele e não ao diretor da escola e que não estimulará o progresso, a menos que isso favoreça o próprio ministro. “– Vou lhe dizer o que isso significa – disse Hermione agourentamente. – Significa que o Ministério está interferindo em Hogwarts” (ROWLING, 2003, p. 177).

Pouco tempo depois disso, os alunos descobriram que a nova professora havia sido posicionada nesse cargo por meio do Decreto Educacional nº 22 do Ministério da Magia, assegurando que “na eventualidade do atual diretor não conseguir apresentar um candidato a uma vaga de professor, o Ministério selecione uma pes-



soa habilitada” (ROWLING, 2003, p. 252). No mesmo momento, é divulgada a criação do Decreto Educacional nº 23, que torna Umbridge a Alta Inquisidora de Hogwarts, dando-lhe poderes para inspecionar os outros professores da escola e certificar-se de que eles estejam cumprindo os padrões exigidos pelo Ministério da Magia.

Além desses dois decretos, mais seis foram instituídos em Hogwarts sob as ordens de Fudge e Umbridge. Em *Harry Potter e a Ordem da Fênix*, vemos que esses decretos proibiam a existência de qualquer tipo de grupo com mais de três membros, permitia que a Alta Inquisidora tivesse autoridade suprema em relação às punições dos alunos, inclusive física, proibiam que os professores dessem quaisquer informações aos alunos que não fossem relacionadas às aulas e inclusive proibiam a circulação de uma revista que se opunha ao ministério.

Todas essas decisões do Ministério da Magia foram colocadas em prática com o intuito de tirar Dumbledore do cargo de diretor e tornam-se ainda mais graves já que a Escola de Hogwarts é um internato e a única que ensina magia aos jovens do Reino Unido.

Com um regime tão fechado, que pouco ensinamento proporcionava aos alunos, era de se esperar que houvesse alguma forma de revolta por parte deles. Foi dessa maneira que surgiu a Armada de Dumbledore, a AD, um grupo de estudantes, liderado por Harry Potter, que se encontravam às escondidas para praticar os feitiços que eram proibidos por Umbridge, que temia a criação de um exército para agir contra o Ministério da Magia a mando de Dumbledore, razão pela qual essas aulas foram banidas da escola. A passagem a seguir apresenta as palavras da personagem Hermione, a propor que estudassem as técnicas de Defesa secretamente:

– Eu tive a ideia... que seria bom se as pessoas que quisessem estudar Defesa Contra as Artes das Trevas, e quero realmente dizer estudar, sabem, e não as bobagens que a Umbridge está fazendo com a gente... – (A voz de Hermione de repente se tornou mais forte e mais confiante.) Porque ninguém pode chamar aquilo de Defesa Contra as Artes das Trevas. (‘Apoiado, apoiado’, disse Antônio Goldstein, e Hermione pareceu se animar.) – Bom, eu pensei que seria bom se nós, bom, nos encarregássemos de resolver o problema (ROWLING, 2003, p. 280).

Durante meses, os jovens se encontraram em uma sala secreta da escola para estudarem e praticarem, uma vez que sabiam que, em um futuro próximo, haveria a possibilidade de precisarem enfrentar Lorde Voldemort. Em Rowling (2003, p. 616), vemos que os membros desse grupo estavam realmente dispostos a combater o mal imposto a eles:

– Estivemos todos juntos da AD – disse Neville em voz baixa. – A ideia era combater Você-Sabe-Quem [Lorde Voldemort], não? E esta é a primeira oportunidade que temos de fazer alguma coisa de verdade... ou será que aquilo tudo foi uma brincadeira ou o quê?

Assim como vemos jovens lutando contra o fascismo<sup>12</sup> presente na literatura, temos exemplos claros de que isso também acontece na nossa sociedade. Da mesma forma que os membros da Armada de Dumbledore lutaram contra a tirania de Lorde Voldemort, houve grupos que enfrentam o extremismo e a repressão. Militantes que se assemelham muito a AD foram os Piratas de *Edelweiss*. Eles eram um grupo de jovens que se iniciou em reação contrária à Juventude Hitlerista, uma organização obrigatória da Alemanha Nazista, que treinava os jovens de acordo com os interesses do governo. Em pouco tempo, o número de membros dessa resistência já passava de 5 mil. No começo, eles juntavam-se para usar roupas coloridas e tocar músicas proibidas pela ditadura de Hitler e isso tornava-os criminosos (HISTORY CHANNEL, 2018).

Com o decorrer da Segunda Guerra Mundial, as atividades dos Piratas ficaram mais radicais, humanitárias e perigosas: eles ajudavam desertores do exército, refugiados de campos de concentração, sabotavam depósitos militares, colocavam água com açúcar nos tanques dos veículos nazistas, pichavam nas paredes frases contra o nazismo, descarrilavam vagões de trens repletos de munição e abasteciam com explosivos os grupos de resistência. Também distribuíam panfletos de propaganda que incentivavam os soldados a desertar e voltar para as suas famílias (HISTORY CHANNEL, 2018).

Outro grupo que lutou contra o fascismo de Hitler foi chamado de Rosa Branca. De acordo com DW Brasil (2018), o cérebro do grupo era formado por jovens entre 21 e 25 anos, que faziam panfletos mostrando a revolta que tinham pelo fato da sociedade estar aceitando o nazismo e a guerra.

O objetivo dos panfletos era abalar a confiança dos alemães no Führer, despertar ao menos um mínimo de dúvidas sobre a veracidade da propaganda feita pelo regime e alimentar eventuais células de resistência no próprio povo alemão. O movimento surgiu menos de uma ideologia política e mais da indignação com a forma como os alemães aceitavam o nazismo e a guerra feita em seu nome (DW BRASIL, 2018).

Os dois grupos aqui citados foram criados por jovens que acreditavam que a segregação e a ditadura causavam males à sociedade e eram capazes de destruir uma nação. Muitos deles foram condenados à morte pelo governo da Alemanha Nazista, mas isso não impediu que a luta dos movimentos continuasse.

Durante a saga de *Harry Potter*, temos mais um exemplo de golpe de estado, que acontece em *Harry Potter e as Relíquias da Morte*. Em sua busca para tomar o poder e sobrepor-se ao protagonista da narrativa, o vilão Lorde Voldemort, juntamente com seus seguidores, arquitetava um plano para assumir a autoridade no

---

<sup>12</sup> Fascismo é, de acordo com o Dicionário Online Michaelis (2018), “o sistema ou regime político e filosófico, antiliberal, imperialista e antidemocrático, centrado em um governo de caráter autoritário, representado pela existência de um partido único e pela figura de um ditador, fundado na ideologia de exaltação dos valores da raça e da nação em detrimento do individualismo, como o estabelecido na Itália por Benito Mussolini (1883-1945), em 1922, cujo emblema era, simbolicamente, o fascio, isto é, o feixe de varas dos lictores romanos”.

mundo mágico e o cargo de maior poder no Ministério da Magia.

Para que isso acontecesse, Voldemort precisava de alguém que se submetesse a suas ordens e ocupasse o cargo no lugar do Ministro da Magia da época, Rufo Scrimgeour. Vemos em Rowling (2007) que, para isso, um dos seguidores de Voldemort enfeitiçou Pio Thicknesse, que ocupava o alto cargo de chefe do Departamento de Execução das Leis da Magia. A intenção de assassinar o ministro era clara e a única maneira possível para que ele assumisse o poder, já que a escolha do Ministro da Magia é feita democraticamente.

– É um começo – disse Voldemort –, mas Thicknesse é apenas um homem. Scrimgeour precisa estar cercado por gente nossa para eu agir. Um atentado malsucedido à vida do ministro me causará um enorme atraso (ROWLING, 2007, p. 12).

Dias depois dessa conversa, o plano é executado e Voldemort, por meio da figura de Thicknesse, assume o Ministério da Magia. A versão oficial, publicada pelo Profeta Diário (que também estava sob o domínio de Voldemort àquela altura) era de que Scrimgeour, antigo ministro, havia renunciado ao cargo. Tendo todo o poder em mãos, atrocidades e assassinatos foram cometidos sem que houvesse o temor de punição aos que realizavam tais atos. Mudanças começaram a aparecer nesse período. Convocações para que os nascidos trouxas passassem por um cadastro e comprovação de que pertenciam a alguma família bruxa, obrigatoriedade da frequência das crianças bruxas na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts (que antes era opcional) e o ensino da Arte das Trevas em Hogwarts foram algumas das alterações feitas depois do golpe. Com o passar do tempo, as pessoas começaram a compreender o que realmente acontecia com o Ministério da Magia e que as mudanças tão drásticas eram por ordens de Voldemort e do Golpe de Estado cometido em nome dele (ROWLING, 2007).

Os fatos que se deram na literatura exemplificam o que Sacramento (2018, p. 89) destaca ao falar sobre os acontecimentos de um Golpe de Estado:

No decorrer de um Golpe de Estado podemos verificar os seguintes episódios: a suspensão do poder legislativo; a prisão de qualquer indivíduo que se oponha a esta iniciativa, ou de qualquer membro do partido do governo derrubado; o intenso apoio de determinados sectores da sociedade civil; instauração de um regime de exceção com a devida suspensão de direitos civis, o cancelamento de eleições e decretação de estado de sítio, estado de emergência ou lei marcial, e a instituição de novos meios jurídicos como decretos, atos institucionais e uma nova constituição para legalizar e legitimar o novo poder estabelecido.

A maneira como a literatura ilustra como se dá um Golpe de Estado proporciona ao leitor de *Harry Potter* a oportunidade de ver por dentro como essa conspiração acontece. Se o leitor consegue compreender esses fatos, ele pode ampliar a sua leitura de mundo, fazendo com que ele busque mais informações a respeito do poder que determinados cargos possuem e como atitudes ilegais e perversas são tomadas

em nome desse poder.

#### 4.6 O preconceito com o diferente

O sexto e último item analisado é o preconceito existente com o diferente dos padrões impostos. Esse assunto é recorrente na saga quando se fala a respeito dos personagens que não nasceram dentro da comunidade bruxa e descobriram seus poderes depois de alguns anos. Os nascidos trouxas sofrem preconceito e discriminação por muitos bruxos que se consideram sangues-puros. As discriminações sofridas por esses personagens são muito semelhantes com as situações de *bullying* que vemos cada vez mais presentes na nossa sociedade contemporânea.

As atitudes que são consideradas bullying em nossa sociedade não devem ser consideradas apenas como brincadeiras ou como agressões passageiras. Tais ações, muitas vezes, refletem o preconceito que o agressor tem em relação à vítima de seus ataques.

Ora, o *bullying*, tal como conceituado, não é, de maneira alguma, uma simples manifestação da violência sem qualquer fator determinante. Na verdade, o *bullying* se aproxima do conceito de preconceito, principalmente quando se reflete sobre os fatores sociais que determinam os grupos-alvo, e sobre os indicativos da função psíquica para aqueles considerados como agressores (ANTUNES; ZUIN, 2008, p. 36).

O preconceito é um comportamento social de determinados grupos sociais e é caracterizado por Jahoda e Ackerman (1969 apud ANTUNES; ZUIN, 2008, p. 37) como “uma atitude de hostilidade nas relações interpessoais, dirigida contra um grupo inteiro ou contra os indivíduos pertencentes a ele, e que preenche uma função irracional definida dentro da personalidade”.

Durante a saga de Harry Potter, um determinado grupo de pessoas sofre esse preconceito de maneira mais acentuada, são os chamados nascidos trouxas, já que eles nasceram em uma família que não possui poderes mágicos. Dessa maneira, certos personagens que nasceram em famílias que se consideram como sangue puramente bruxo proferem ofensas e dão um tratamento diferente aos que não nasceram dentro da comunidade bruxa. É o que lemos no seguinte excerto:

– É praticamente a coisa mais ofensiva que ele podia dizer – ofegou Rony, voltando. – Sangue ruim é o pior nome para alguém que nasceu trouxa, sabe, que não tem pais bruxos. Existem uns bruxos, como os da família de Malfoy, que se acham melhores do que todo mundo porque têm o que as pessoas chamam de sangue puro (ROWLING, 2000, p. 90).

Atitudes como essas, referidas no trecho acima, ilustram ações que são espelho de muitas encontradas em nossa sociedade. Uma das personagens que mais sofre essa discriminação na obra de Rowling é Hermione Granger, uma das melhores amigas do protagonista da saga. Assim, ela facilmente recebe a simpatia do leitor, antes mesmo dos atos de preconceito serem proferidos a ela. Quando ela começa a

sofrer esses ataques, o leitor rapidamente se indis põe com essas atitudes e passa a analisar como o preconceito prejudica a existência das minorias.

O personagem de Harry Potter costuma posicionar-se contra atitudes preconceituosas e isso influencia o leitor para seguir essa posição. Uma pesquisa publicada pelo *Journal of Applied Social Psychology*, em 2015, chamada *The greatest magic of Harry Potter: Reducing prejudice* (“A maior magia de Harry Potter: reduzir o preconceito” em tradução literal), mostra que os leitores que se identificaram com a obra de Rowling apresentam um nível maior de compreensão e empatia em relação a outras pessoas.

A pesquisa foi feita em três partes, a primeira com 34 estudantes italianos de ensino fundamental, a segunda com 117 estudantes do ensino médio da Itália e a terceira com estudantes universitários do Reino Unido. No primeiro estudo, Vezzali, Stathi, Giovannini, Capozza e Trifiletti (2015) concluíram que a leitura das histórias de Harry Potter melhora as atitudes dos leitores em relação aos imigrantes.

Na segunda parte da pesquisa, Vezzali, Stathi, Giovannini, Capozza e Trifiletti (2015, p. 112) chegaram à conclusão de que “this study provides support to the hypothesis that reading the novels of Harry Potter is associated with improved attitudes toward a stigmatized group such as homosexuals among a sample of high school students<sup>13</sup>”. Aqui vemos a comprovação de que, por ver frequentemente como pequenos grupos sofrem injustiças na literatura, os leitores de *Harry Potter* são capazes de transportar o sentimento da necessidade da busca pela igualdade para o cotidiano. Ao ver atitudes como a que Harry tomou em *Harry Potter e a Câmara Secreta*, ao libertar o elfo doméstico Dobby, servem como estímulo ao leitor, para que ele também aja diante da desigualdade.

This study provides support to the hypothesis that reading the novels of Harry Potter is associated with improved attitudes toward a stigmatized group such as homosexuals among a sample of high school students.

No terceiro e último estudo, feito com estudantes universitários, a conclusão alcançada pelos pesquisadores foi a de que aqueles que menos se identificavam com o personagem de Voldemort era capaz de sentir mais empatia e identificação com os refugiados, assim a leitura da obra foi por eles associada com o melhoramento das atitudes dos leitores em relação a um grupo ao qual não pertencem.

Com essa parte do estudo, houve a possibilidade de percebermos que os leitores que reconhecem as atitudes errôneas do vilão da saga são prejudiciais à sociedade como um todo e conseguem sensibilizar-se com a situação de determinados grupos que sofrem discriminação por parte de uma parcela de pessoas que se julga superior aos outros, como acontece no preconceito direcionado aos refugiados.

Durante as análises, buscamos entender como é proporcionada ao leitor de *Harry Potter* a possibilidade de projetar-se nos personagens e nas situações presen-

---

<sup>13</sup> Esse estudo dá suporte às hipóteses de que ler as novelas de Harry Potter está associado com a melhora nas atitudes em relação a grupos estigmatizados como os homossexuais, em uma amostra de estudantes do ensino médio. Tradução da autora.

tes durante a saga e como podemos tirar proveito da literatura para compreender a sociedade moderna e as situações presentes nela. Diante desse estudo, vimos que a literatura pode influenciar no posicionamento que o leitor tem diante dos diferentes cenários que enfrenta durante a vida e que o desenvolvimento da empatia cresce quando há a influência da leitura. Percebemos que é possível utilizar a literatura como ferramenta de construção do ser humano e que o leitor apropria-se dela como um suporte de orientação diante das conjunturas que lhe são apresentadas.

## 5 Considerações finais

Nosso foco, durante esse artigo, foi tentar entender como os temas subjacentes ao universo ficcional de *Harry Potter* relacionam-se à realidade contemporânea, levando os leitores a identificarem-se com os personagens e seus conflitos.

Para entendermos isso, voltamo-nos às teorias que elucidam a forma como acontece a interação que o leitor tem com o texto e à importância de que haja apenas indicações no texto, para que o leitor possa preencher as lacunas e criar as conexões entre a literatura e a realidade, os chamados temas-carrapicho. Com isso, o leitor pode imprimir no texto as experiências que já teve e dessa maneira ele não só é modificado pelo texto como também o transforma.

Também procuramos ilustrar a era da Pós-Modernidade, na qual a narrativa de *Harry Potter* acontece e foi criada. Vimos que se trata da chamada “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001), na qual se dissolvem as imposições e o totalitarismo presente anteriormente na sociedade. Compreendemos que esse é um momento de muitos avanços tecnológicos, mas precisamos tomar cuidado com a maneira com que lidamos com esse progresso.

Com base em tudo isso, fizemos a análise de seis temas-carrapicho pontuais que proporcionam ao leitor uma projeção da literatura para o mundo real. No primeiro tema que analisamos vimos a influência que a existência de Adolf Hitler serviu como base para a criação do principal vilão da saga de *Harry Potter*, o bruxo Lorde Voldemort. No segundo tema de análise vimos que a criação dos personagens denominados Dementadores serviram para criar uma analogia a depressão. Com isso, conseguimos ver a possibilidade que é proporcionada ao leitor em perceber a semelhança entre as sensações que as criaturas da literatura e as que são descritas por aqueles que sofrem do transtorno da depressão.

No terceiro tema de análise vimos a semelhança da condição escrava vivida pelos personagens dos elfos domésticos e escravos modernos da nossa sociedade. Vimos como alguns grupos tentam lutar contra essa prática e como a maioria das pessoas sequer sabe que isso acontece, fatos que acontecem tanto na literatura como na nossa sociedade atual. O quarto tema analisado foi a forma com que a imprensa pode manipular e distorcer as informações que passa aos leitores, podendo ter um grande estímulo político para tomar essas atitudes.

Nosso quinto tema de análise foi como buscar a compreensão de como acontece um Golpe de Estado e as consequências que ele pode acarretar. A maneira como a opressão é presente durante e após o golpe e como grupos buscam agir contra esse

ato de opressão, gerado pela busca do poder.

O último tema de análise foi o preconceito com o diferente e como ele está presente não só na nossa sociedade como também na literatura. Vimos que os leitores de *Harry Potter* tornam-se menos propensos a tomarem atitudes preconceituosas diante de grupos marginalizados, como refugiados e homossexuais.

Acreditamos que os objetivos traçados nessa pesquisa foram alcançados, uma vez que queríamos entender como determinados temas presentes na saga de *Harry Potter* relacionam-se com assuntos frequentes do cotidiano dos leitores da narrativa.

Finalmente, para futuras pesquisas, sugerimos que uma pesquisa seja feita com adultos que foram leitores de Harry Potter na juventude e como a série influenciou na vida deles. Uma busca pela compreensão de como as marcas deixadas pela literatura pode ajudar o leitor na sua trajetória de vida.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação da grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **DSM-5: Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais**. 5 ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

ANTUNES, Deborah Christina; ZUIN, Antonio Álvaro Soares. **Do bullying ao preconceito: os desafios da barbárie à educação**. Psicologia e Sociedade, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p.33-41, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.observatoriodocuidado.org/handle/handle/359>>. Acesso em: 04 out. 2018.

BAKHTIN, Mikhail. **Notas sobre literatura, cultura e ciências humanas**. São Paulo: Editora 34, 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.  
\_\_\_\_\_. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. 11. ed. Brasília: Editora Unb, 1998.

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. 10. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2000.

CANDIDO, Antonio. A personagem do romance. In: CANDIDO, Antonio et al. **A personagem de ficção**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, S/D. p. 51-80.

\_\_\_\_\_. O direito à literatura. In: CANDIDO, Antonio. **Vários escritos**. 3. ed. São Paulo: Duas Cidades, 1995. p. 169-191. Disponível em: <<https://culturaemarxismo.files.wordpress.com/2011/10/candido-antonio-o-direito-c3a0-literatura-in-vc3a1rios-escritos.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2018.

DW BRASIL. 1942: Resistência antinazista “Rosa Branca” distribui panfletos. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/1942-resist%C3%A2ncia-antinazista-rosa-branca-distribui-panfletos/a-583317>>. Acesso em: 30 set. 2018.

EDWARDTL. J. K. **Rowling at Carnegie Hall Reveals Dumbledore is Gay; Neville Marries Hannah Abbott, and Much More**. Disponível em: <<http://www.the-leaky-cauldron.org/2007/10/20/j-k-rowling-at-carnegie-hall-reveals-dumbledore-is-gay-neville-marries-hannah-abbott-and-scores-more/>>. Acesso em: 1 set. 2018.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**: em três artigos que se completam. 27. ed. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1992.

HERCULANO-HOUZEL, Suzana. **O cérebro em transformação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

HUNT, Peter. **Crítica, teoria e literatura infantil**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

HISTORY CHANNEL. **Os adolescentes que se rebelaram contra Hitler e viraram heróis**. Disponível em: <<https://seuhistory.com/noticias/os-adolescentes-que-se-rebelaram-contr-hitler-e-viraram-herois>>. Acesso em: 30 set. 2018.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. 7. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura**: Uma teoria do efeito estético Vol. 1. São Paulo: Editora 34, 1996.

\_\_\_\_\_. **O ato da leitura**: Uma teoria do efeito estético Vol. 2. São Paulo: Editora 34, 1999.

KERSHAW, Ian. **Hitler**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

KLEIMAN, Angela. **Texto e leitor**: aspectos cognitivos da leitura. 7. ed. Campinas: Pontes, 2000.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

KOCH, Ingedore Villaça; BENTES, Anna Christina; CAVALCANTE, Mônica. **Intertextualidade**: diálogos possíveis. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2008.

LAJOLO, Marisa. **Do mundo da literatura para a leitura do mundo**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2002.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

MICHAELIS. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em: 09 out. 2018.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

RAUPP, Luciane Maria Wagner. **Os carrapichos no universo ficcional de Lobato: do projeto de nação ideal às adaptações dos anos 2000**. 2013. 332 f. Tese (Doutorado) - Curso de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto



Alegre, 2013.

ROWLING, J. K. **Harry Potter e a Câmara Secreta**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e a Ordem da Fênix**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e a Pedra Filosofal**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e as Relíquias da Morte**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e o Cálice de Fogo**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e o Enigma do Príncipe**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

\_\_\_\_\_. **Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SACRAMENTO, Mafalda Félix do. **Os Golpes de Estado como principal meio de subversão**: Uma análise comparativa com outros sistemas subversivos. Disponível em: <[http://www.ispsn.org/sites/default/files/magazine/articles/N4\\_art8.pdf](http://www.ispsn.org/sites/default/files/magazine/articles/N4_art8.pdf)>. Acesso em: 28 set. 2018.

SALGUEIRO, Carolina; ABREU, Patrícia M. D. de; M. NETO, Antônio Carlos de. **JK Rowling, A Entrevista**. Disponível em: <<https://conteudo.potterish.com/jk-rowling-a-entrevista/>>. Acesso em: 12 set. 2018.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

SOLOMON, Andrew. **O demônio da meia noite**: uma anatomia da depressão. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

The Global Slavery Index. **Unrevealing the numbers**. Disponível em: <<https://www.globalslaveryindex.org/2018/findings/highlights/>>. Acesso em: 21 set. 2018.

VEZZALI, Loris; STATHI, Sofia; GIOVANNINI, Dino; CAPOZZA, Dora; TRIFILETTI, Elena. The greatest magic of Harry Potter: Reducing prejudice. **Journal Of Applied Social Psychology**, Reggio Emilia, n. 45, p.105-121, 2015. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jasp.12279>>. Acesso em: 04 out. 2018. Walk Free Foundation (Org.). **Understand modern slavery**. Disponível em: <<https://www.walkfreefoundation.org/>>. Acesso em: 21 set. 2018.

# Perfil sociodemográfico e obstétrico de puérperas internadas em uma maternidade do Vale do Paranhana

Aline Graziela Müller<sup>1</sup> | Clarissa Bohrer da Silva<sup>2</sup>

---

## Resumo

Este estudo teve como objetivo descrever o perfil sociodemográfico e obstétrico de puérperas internadas em uma maternidade. Trata-se de um estudo transversal, de abordagem quantitativa, realizado com 115 puérperas atendidas em um hospital do Vale do Paranhana, referência em atendimento obstétrico. Os dados foram coletados de agosto a outubro de 2018, a partir da aplicação de questionário de caracterização. Foi realizada análise descritiva. Os resultados mostraram uma prevalência de puérperas na faixa etária de 18 a 27 anos, com ensino fundamental incompleto, que conviviam com esposo ou companheiro e com renda mensal familiar entre 1 e 2 salários mínimos, além do predomínio de partos cesáreos. Conclui-se que há uma necessidade de melhorias no atendimento no que diz respeito às orientações na assistência pré-natal e puerperal e que busquem maior promoção, apoio e proteção à saúde materna e infantil.

**Palavras-chave:** Enfermagem. Educação em saúde. Período pós-parto. Cuidado pré-natal.

## Abstract

*This study aimed to describe the sociodemographic and obstetric profile of postpartum women admitted to a maternity ward. This is a cross-sectional study, with a quantitative approach, carried out with 115 postpartum women attended at a hospital in the Vale do Paranhana, which is reference in obstetric care. The data were collected from august to october of 2018, through the application of characterization questionnaire. Descriptive analysis was performed. The results showed a prevalence of postpartum women with the age range from 18 to 27 years, with incomplete elementary school, who lived with a spouse or partner and with a monthly Family income between 1 and 2 minimum wages, in addition to the predominance of cesarean sections. The conclusion is that there is a need for improvements in care with regard to guidance in prenatal and puerperal care and seeking greater promotion, support and protection for maternal and child health.*

**Keywords:** Nursing. Health education. Postpartum period. Prenatal care.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Enfermagem das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. [grazy@sou.faccat.br](mailto:grazy@sou.faccat.br)

<sup>2</sup> Professora Orientadora do curso de Enfermagem das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. [clabohrer@gmail.com](mailto:clabohrer@gmail.com)

## 1 Introdução

A qualidade da atenção pré-natal impacta diretamente nos indicadores de saúde, contribuindo para a redução das taxas de morbidade e de mortalidade materna e perinatal. Nesse sentido, o acompanhamento de pré-natal pode auxiliar na vigilância aos fatores de risco que trazem complicações à gestação, além de permitir a sua detecção e tratamento oportuno, favorecendo os desfechos perinatais e maternos (DOMINGUES; PINTO; PEREIRA; 2018).

Além de aprimoramento das estratégias de captação precoce das gestantes, torna-se necessária a conscientização e a mobilização da população sobre a importância do acompanhamento do pré-natal adequado, com orientações em saúde para a família envolvida nesse período (MAYOR et al, 2018). Soma-se a isso a importância de um registro mais acurado no prontuário para que os profissionais exercitem uma melhor comunicação.

Da mesma forma, a atenção à saúde no puerpério imediato tem importância pois reflete na recuperação da mulher, tendo como característica para uma assistência de qualidade a humanização, na qual os profissionais têm o dever de acolher o binômio mãe-bebê e prestar a eles um atendimento que supra as suas necessidades. Durante o puerpério imediato, que ocorre entre o 1º e o 10º dia, a mulher tem necessidades de atenção que devem ser observadas, sendo também o período em que a relação mãe-filho está em desenvolvimento e necessita ser incentivada, por isso a importância de orientações anteriores para evitar o acúmulo de informações (BRASIL, 2012).

O estudo de Coimbra et al (2003) aponta que, mesmo sendo importante uma atenção de qualidade, que atenda às necessidades de cada indivíduo, algumas situações tornam a puérpera mais vulnerável, como a baixa escolaridade. Tal situação, se não investigada e considerada na atenção promovida pelos profissionais de saúde, pode resultar que particularidades importantes não sejam percebidas e atendidas de maneira adequada conforme prevê o Ministério de Saúde (MS) (BRASIL, 2012).

Independente das dificuldades enfrentadas para o acesso ao pré-natal, as gestantes quando, bem atendidas e cuidadas, percebem a importância dessa assistência e das ações desenvolvidas pelo enfermeiro, reconhecendo os benefícios que esse atendimento traz para o binômio mãe e filho (ALMEIDA; OLIVEIRA; COELHO, 2016).

Desse modo, na necessidade de que deva ser considerada as singularidades de cada mulher na atenção ao pré-natal e puerpério, este estudo objetivou descrever o perfil sociodemográfico e obstétrico de puérperas internadas em uma maternidade.

## 2 Método

Trata-se de um estudo descritivo transversal de caráter quantitativo, realizado em um hospital público do Vale do Paranhana, sul do Brasil, no período de agosto a outubro de 2018. Realizou-se com as puérperas internadas na maternidade, com abordagem no seu leito durante o período de internação, respeitando a privacidade das participantes.

A amostra foi selecionada por conveniência, contando com a participação de 115 puérperas, conforme cálculo amostral. Teve-se como critério de inclusão estar em período de 24 horas ou mais de puerpério. Os critérios de exclusão foram: menores de 18 anos, mulheres com restrições de sua saúde ou do bebê. Foi utilizado um questionário de caracterização das puérperas que integra os dados sociodemográficos e antecedentes obstétricos.

Os dados foram digitados no programa Excel e analisados no Statistical Package for the Social Sciences, versão 21.0, sendo descritos em frequência absoluta e relativa.

Respeitaram-se os aspectos bioéticos em pesquisas com seres humanos, de acordo com a Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde. As participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, e o projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FACCAT (CAAE nº 93846218.4.0000.8135).

### 3 Resultados

A tabela 1 descreve o perfil sociodemográfico das participantes.

**Tabela 1 - Características sociodemográficas das puérperas. Vale do Paranhana, RS, Brasil, 2018. N= 115**

<b>Características</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Idade – média (desvio padrão)	27,02 ( $\pm 6,62$ )	
Até 27 anos	67	58,3
Mais que 27 anos	48	41,7
<b>Situação Conjugal</b>		
Convive com esposo/companheiro	101	87,8
Solteira/separada/divorciada/viúva	14	12,2
<b>Escolaridade</b>		
Ensino Fundamental incompleto	32	27,8
Ensino Fundamental completo	26	22,6
Ensino Médio incompleto	25	21,7
Ensino Médio completo	27	23,5
Ensino Superior incompleto	3	2,6
Ensino Superior completo	2	1,7
<b>Renda mensal média</b>		
Um salário mínimo ou menos	27	23,5
Entre 1 e 2 salários mínimos	70	60,9
Mais de 2 salários mínimos	18	15,7

Fonte: Elaborado pela Acadêmica.

As características obstétricas das puérperas estão descritas na tabela 2. 10,4% (N=12) apresentaram gravidez de alto risco, tendo como justificativa “pressão alta durante a gestação” (N=5), seguido de “risco de aborto” (N=3).

**Tabela 2 - Características obstétricas das puérperas. Vale do Paranhana, RS, Brasil. 2018. N= 115**

<b>Características</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Número de gestações		
1	31	27,0
2 ou mais	84	73,0
Gravidez atual planejada		
Não	68	59,1
Sim	47	40,9
Tipo de parto atual		
Vaginal	50	43,5
Cesariana	65	56,5
Número de consultas de pré-natal parto atual		
Menos de 6 consultas	8	7,0
6 ou mais consultas	107	93,0
Participou de grupos de gestante na gestação atual		
Não	91	79,1
Sim	24	20,9

Fonte: Elaborado pela Acadêmica.

#### **4 Discussão**

Houve uma prevalência de puérperas entre 18 e 27 anos. Dados semelhantes foram encontrados no estudo de Spindola, Penna e Progianti (2006), no qual houve um número significativo de puérperas até 25 anos. Quanto ao estado civil, a prevalência de mulheres que convivem com o esposo/companheiro mostra semelhança com o estudo de Nascimento (2003) com relação estável dos pais.

Quanto à escolaridade, as gestantes têm, em sua maioria, o ensino fundamental incompleto (27,8%; N=32); seguido de 22,6% (N=26) com ensino fundamental completo, corroborando com o estudo de Leite et al (2009). Destaca-se que o baixo grau de escolaridade é considerado um fator de risco obstétrico pelo MS (BRASIL, 2012).

Quanto à renda mensal da família, a maioria vivia com um valor entre 1 e 2 salários mínimos, tinham companheiro (87,8%; N= 101) e mais de um filho (73%; N= 84). Essas características denotam uma situação econômica a qual pode ser resultan-

te da baixa escolaridade.

A gravidez não ser planejada foi relatada por 59,1% (N=68) das entrevistadas, corroborando com os estudos de Coelho et al (2012) e Prietsch et al (2011), os quais apontam que esse fato tem grande associação com a baixa escolaridade e a renda mensal, podendo estar relacionado, em grande parte, com a falta de informações, embora haja incentivos e ofertas de diversas formas contraceptivas pelas unidades básicas de saúde.

O parto cesáreo foi prevalente (56,5%), corroborando com o estudo de Nascimento (2003), mesmo sendo recomendado pela OMS que apenas 15% das pacientes passem por esse procedimento cirúrgico, devido aos benefícios do parto vaginal (BRASIL, 2012).

Quanto à realização do pré-natal, 93% (N=107) das participantes realizaram mais de 6 consultas, atendendo ao preconizado pelo MS (BRASIL, 2012). Em contrapartida, a maioria (79,1%; N=91) não participou de grupos de gestantes, quando o MS destaca a importância de ações educativas no período do pré-natal, como uma forma efetiva de promoção de conhecimento, visando a uma melhor compreensão de todos os processos que envolvem uma gestação (BRASIL, 2005).

É importante destacar que hospital cenário do estudo realiza grupos de gestantes abertos para todas as mulheres que têm esse serviço como referência obstétrica. Porém, assim como destacado pelo estudo de Domingues, Pinto e Pereira (2018), há uma necessidade de considerar que essa prática seja ofertada também pelos serviços de Atenção Primária à Saúde (APS), sendo uma estratégia apropriada para ações educativas de promoção da saúde no pré e no pós-natal. Além disso, os grupos de gestantes resultam na vantagem de assegurar uma intervenção direta, atingindo um número maior de mulheres com baixo custo. Nesse sentido, há a necessidade expandir essa oferta, obedecendo aos princípios de integralidade e de acessibilidade preconizados no SUS.

## 5 Conclusões

Houve uma prevalência de puérperas na faixa etária de 18 e 27 anos, com ensino fundamental incompleto, que conviviam com esposo ou companheiro e com renda mensal familiar entre 1 e 2 salários mínimos. Em relação ao perfil obstétrico, houve predominância do tipo de parto cesáreo, mais de um filho e não ter planejado a gravidez. Verificou-se que a maioria das participantes do estudo não apresentou patologias durante a gravidez, mas, das que referiram algum problema na gestação, a hipertensão e risco de aborto foram os mais frequentes.

A partir dos resultados do presente estudo, foi possível observar a necessidade de melhorias no atendimento no que diz respeito às orientações na assistência pré-natal e puerperal por parte da equipe de saúde, buscando maior promoção, apoio e proteção à saúde materna e infantil. Almeja-se contribuir para o cuidado de enfermagem a esse público, a fim de promover melhores práticas e incitar a reflexão de acadêmicos, docentes e profissionais da saúde acerca do seu papel diante dessa demanda. Nesse sentido, busca-se incentivar a construção de novos repertórios e

práticas de saúde que busquem apoiar e orientar essas mulheres acerca da pré-natal, parto e puerpério.

Considera-se que a realidade de outros locais/instituições da região pode se constituir de modo diferente. Nesse sentido, sugere-se realizar estudos semelhantes em outros hospitais, bem como um estudo mais detalhado de acompanhamento dessas puérperas, a fim de monitorar o aleitamento materno, destacando suas dificuldades.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

DOMINGUES, Flávia; PINTO, Flávia S; PEREIRA, Valdina M. **Grupo de gestantes na atenção básica: espaço para construção do conhecimento e experiências na gestação.** Revista da Faculdade de Ciências Médicas de Sorocaba, V 20, n 3, p. 150-154, 2018.

MAYOR, M.S.S, et al. Avaliação dos Indicadores da Assistência Pré-Natal em Unidade de Saúde da Família, em um Município da Amazônia Legal. **Revista Cereus.** V10, n 1, 2018.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Atenção ao pré-natal de baixo risco.** Brasília: Ministério da Saúde, 2012.

COIMBRA, Liberata C, et al. Fatores associados a inadequação do uso da assistência pré-natal. **Revista de Saúde Pública.** V 37, n 4, p. 456-462, 2003.

ALMEIDA, S.F.; OLIVEIRA, R.A.F.; COELHO, E.O.E. **A importância do acompanhamento do pré-natal pelo profissional enfermeiro.** REMAS, V. 6, n. 2, 2016.

SPINDOLA, Thelma; PENNA, Lúcia H G; PROGIANTI, Jane M. Perfil epidemiológico de mulheres atendidas na consulta do pré-natal de um hospital universitário. **Revista da Escola de Enfermagem da USP,** V 40, n 3, p. 381-388, 2006.

NASCIMENTO, Luis F C. Perfil de gestantes atendidas nos períodos pré-natal e perinatal: estudo comparativo entre os serviços público e privado em Guaratinguetá, São Paulo. **Revista Brasileira de Saúde Materno-Infantil,** V3, n2, p. 187-194, 2003.

LEITE, Franciéle M C; et al. Perfil sociodemográfico e obstétrico de puérperas internadas em uma maternidade de alto risco no município da Serra, ES. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde,** V 11, n 1, p. 22-26, 2009.

COELHO, Edméia A C; et al. Associação entre gravidez não planejada e o contexto socioeconômico de mulheres em área da estratégia Saúde da Família. **Revista Acta Paulista de Enfermagem,** V 25, n 3, p. 415-422, 2012.

PRIETSCH, Silvio O M; et al. Gravidez não planejada no extremo sul do Brasil: prevalência e fatores associados. **Revista Caderno de Saúde Pública**, V 27, n 10, p. 1906-1916, out/2011.

Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. Área Técnica de Saúde da Mulher. **Pré-natal e Puerpério: atenção qualificada e humanizada – manual técnico**. Brasília: Ministério da Saúde, 2005.





# Simulador Web para sistema auxiliar de alocação de leitos hospitalares

Débora Cristina Engelmann<sup>1</sup> | Marcelo Cunha de Azambuja<sup>2</sup>

## Resumo

Este artigo apresenta o desenvolvimento de um simulador *web* para alocação de leitos hospitalares. A aplicação tem como objetivo simular o contexto de alocação de leitos e permitir ao usuário fazer consultas no sistema utilizando linguagem natural. Ele possibilitará a avaliação de um sistema de apoio a decisão para alocação de leitos em hospitais que deverá ser feita por profissionais da área. A aplicação foi desenvolvida utilizando o Angular como *front-end* e como *back-end* o Firebase, abrangendo de maneira completa o cenário-alvo deste trabalho.

**Palavras-chave:** Alocação de leitos. Hospital. Angular. Firebase.

## Abstract

This article presents the development of a web simulator for hospital bed allocation. The application aims to simulate the bed allocation context and allows the user to query the system using natural language. It will enable the evaluation of a decision support system for bed allocation in hospitals that must be done by professionals in the area. The application was developed using Angular as a front-end and Firebase as back-end, completely covering the target scenario of this work.

**Keywords:** Bed allocation. Hospital. Angular. Firebase.

## 1 Introdução

As demandas atuais em hospitais e as restrições financeiras crescentes tornam o planejamento e a alocação eficiente de leitos hospitalares cada vez mais difíceis (MATOS e RODRIGUES, 2011). Os leitos dos hospitais são um recurso escasso e, portanto, o planejamento e a alocação desempenham um papel importante no planejamento geral dos recursos hospitalares (TEOW, EL-DARZI, *et al.*, 2012).

O gerenciamento efetivo desses recursos sempre foi um desafio para os gerentes, considerando que as configurações hospitalares são caracterizadas por incertezas dinâmicas. Nas últimas décadas, os gerentes de hospitais têm estudado formas de melhorar o uso de recursos hospitalares e manter altas taxas de ocupação sem criar caos no serviço de emergência ou longas filas de espera (GRÜBLER, COSTA, *et al.*, 2018).

---

<sup>1</sup> Graduada em Sistemas para Internet pelas Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. E-mail: deboraengelmann@sou.faccat.br

<sup>2</sup> Doutor em Ciência da Computação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação da PUCRS. Orientador do trabalho. E-mail: marcelo.azambuja@gmail.com

Levando em consideração a importância de oferecer aos pacientes um atendimento de acordo com o que precisam para que seja possível preservar a vida, optou-se por desenvolver um agente inteligente capaz de auxiliar na alocação de leitos em hospitais. Porém, para a avaliação e testes desse agente inteligente, surgiu a necessidade de se desenvolver um simulador *web* que possibilite o cadastro dos dados necessários para a alocação, permitindo uma simulação de um ambiente real.

Os hospitais têm como forte característica serem ambientes altamente dinâmicos nos quais pequenos erros podem causar grandes prejuízos para a saúde dos pacientes. Por isso, salienta-se a importância de testar o agente primeiramente em um simulador, uma vez que a simulação pode ajudar em decisões prevendo o impacto de uma mudança de processo em potencial antes de colocá-la em prática real na organização (KELLNER, MADACHY e RAFFO, 1999).

Este artigo encontra-se dividido em sete seções. A seção 2 apresenta referencial teórico referente aos temas abordados no trabalho. A seção 3 apresenta alguns dos trabalhos relacionados já desenvolvidos nessa área. A seção 4 trata sobre a metodologia adotada, evidenciando os métodos e tecnologias empregadas no desenvolvimento do simulador. A seção 5 aborda como foi o processo de desenvolvimento e testes da aplicação. A seção 6 expõe os resultados. E, por fim, na seção 7 tem-se a conclusão do trabalho, mostrando a relevância e pontos importantes, juntamente com possíveis trabalhos futuros.

## **2 Referencial teórico**

### **2.1 Domínio Hospitalar**

Durante a pesquisa, foi realizada uma visita técnica ao Hospital Nossa Senhora da Conceição<sup>3</sup>, em Porto Alegre - RS, para verificar o cenário real da alocação hospitalar, com a finalidade de desenvolver o domínio de planejamento de acordo com o que ocorre em um cenário real. Como resultado desta visita, efetuou-se uma entrevista semiestruturada, com um dos profissionais responsáveis pela alocação de leitos, através da qual foi possível obter informações relevantes.

Com base nas informações obtidas na entrevista, foi elaborado um diagrama (Figura 1) com as principais regras de alocação identificadas na fala do profissional.

---

<sup>3</sup> <https://www.ghc.com.br/default.asp?idMenu=unidades&idSubMenu=1>



fim de promover um uso mais eficiente dos leitos disponíveis (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2017). A assistência a esse profissional é o foco do agente inteligente que será testado com o simulador desenvolvido neste projeto.

Com o objetivo de obter uma melhor distribuição das internações, utilizaram-se conhecimentos referentes as principais patologias tratadas no hospital para que fosse construída uma tipologia de leitos intra-hospitalares, mais adequada à demanda hospitalar, evitando a lógica de distribuição de leitos por especialidades (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2017). Esta forma de Gestão de Leitos possibilita otimizar o uso dos leitos e, conseqüentemente, reduzir o tempo médio gasto no hospital diminuindo a superlotação.

## 2.2 Alocação de leitos

O objetivo do gerenciamento de recursos em hospitais é maximizar a utilização de recursos e evitar a sobrecarga hospitalar. Nesse contexto a alocação de leitos é considerada uma das principais áreas críticas do processo. Uma característica inerente dos hospitais é a incerteza dinâmica, uma vez que precisam acomodar pacientes submetidos a procedimentos eletivos (com agendamento) e situações de emergência que exigem várias especialidades em uma ampla gama de departamentos com diversas restrições (GRÜBLER, COSTA, *et al.*, 2018).

A taxa de ocupação de leitos no hospital e especialmente no nível de especialidade, muda devido à variação inerente da oferta e demanda por dia da semana e hora do dia (TEOW, EL-DARZI, *et al.*, 2012). Isso faz do gerenciamento de leitos uma parte importante do planejamento e controle da capacidade operacional, além de uma atividade envolvida com o uso eficiente dos recursos (PROUDLOVE, GORDON e BOADEN, 2003).

Em outros contextos que não envolvem saúde, a função de operação/produção de uma organização está preocupada com atividades como agendamento e fluxo de trabalho, com a finalidade de permitir o rendimento necessário para atender a demanda e minimizar os trabalhos em andamento maximizando a utilização dos recursos (PROUDLOVE, GORDON e BOADEN, 2003).

Sistemas de gerenciamento de leitos baseados em tecnologias da informação procuram fornecer ao pessoal hospitalar as informações necessárias para avaliar as medidas de desempenho com base na atividade do departamento, assim, podem aumentar a eficácia dos recursos, otimizar os caminhos clínicos estabelecidos, reduzir o tempo de internação e os custos associados (MATOS e RODRIGUES, 2011).

## 2.3 Metodologia, tecnologias e ferramentas

### 2.3.1 Arquitetura: *framework angular*

O *framework* JavaScript Angular, utilizado nesse trabalho para o desenvolvimento do *front-end*, divide-se em blocos chamados de *NgModules*, que fornecem um contexto de compilação para os componentes. Uma aplicação sempre tem, pelo

menos, um módulo raiz que permite a autoinicialização e normalmente tem vários outros módulos de recursos (ANGULAR, 2018).

Praticamente toda a programação em uma aplicação Angular é feita em um componente, com exceção das regras de negócio que são programadas em um Serviço. Os Componentes fazem o papel da *view*, encapsulando os módulos *Metadata*, *DataBinding* e *Template*. Essa última é a *view* de um determinado componente e contém algumas marcações do Angular junto com marcações HTML que, após processadas, são exibidas no navegador (FONSECA JR, FONSECA e RANGEL, 2018).

O Angular trabalha com o conceito *Single Page Applications* (SPA), porém nada impede que se tenham diversas telas em uma aplicação. O responsável pela navegação no Angular é o *Router*. Esse módulo de roteamento permite incluir serviços especializados tais como o controle de acesso (FONSECA JR, FONSECA e RANGEL, 2018).

### 2.3.2 Modelo Adaptado do PU Ágil

O PU (Processo Unificado) Ágil é um processo de desenvolvimento de *software* iterativo que visa a construção de sistemas orientados a objetos. Possui um grande conjunto opcional de atividades e artefatos, dentre os quais devem ser escolhidos para serem usados aqueles que melhor se adequam à necessidade do projeto a ser desenvolvido. Tem como ideia central a utilização de iterações curtas com duração fixa em um processo de desenvolvimento iterativo, evolutivo e adaptativo (LARMAN, 2004).

Conforme Larman (2004), as iterações são organizadas em quatro fases principais: i. Concepção, momento em que se estuda a viabilidade do projeto buscando a informação necessária para fundamentar as decisões; ii. Elaboração, momento em que a preocupação é voltada para implementar iterativamente a arquitetura central e mitigar os problemas de alto risco; iii. Construção, momento em que os elementos restantes de menor risco são implementados iterativamente e é iniciada a preparação para a implantação; iv. Transição, momento de fazer os testes beta e a implementação.

Um aspecto-chave do PU ágil é que a finalidade da modelagem (como os rascunhos em UML) é principalmente entender, não documentar. Sendo assim, todas as atividades e os artefatos (como modelos, diagramas, documentos) são opcionais, cabendo à equipe decidir o que precisa ser desenvolvido para que o problema seja entendido (LARMAN, 2004).

### 2.3.3 Método Kanban

O método Kanban tem origem japonesa, originalmente criado por Taiichi Ohno, da Toyota. Ele fornece um registro visual do fluxo de trabalho e tem como objetivo apresentar uma atividade de trabalho em processo. No Kanban, tem-se uma fila de tarefas a serem realizadas, salientando-se que uma tarefa só é iniciada quando há capacidade de processá-la (MARIOTTI, 2012).

O Kanban (físico ou digital) é uma ferramenta utilizada na técnica de controle do fluxo de produção de um *software*, como parte do método de gestão de projeto de *software* adotado dentro de uma metodologia ágil, que pode envolver ainda vários métodos e técnicas para análise, projeto, codificação, testes, implantação e manutenção de *software*.

As ferramentas Kanban começaram a ser utilizadas com o surgimento e a progressiva adoção de métodos ágeis, tais como XP e Scrum. Nesses métodos, as equipes posicionam quadros em paredes visíveis da sala de projetos, preenchendo-os com cartões que sinalizam os itens de trabalho selecionados para uma dada iteração. Normalmente, os cartões são posicionados conforme seu estado presente, não iniciado, em andamento e finalizado (ARRUDA, 2012). Ele atua fornecendo visibilidade nos processos, deixando explícitos os problemas e prendendo o foco da equipe em qualidade (MARIOTTI, 2012).

### 2.3.4 Tecnologias

A seguir, estão descritas as tecnologias utilizadas neste projeto.

Adquirido pelo Google em 2014, o Firebase é uma plataforma dedicada e *Software Development Kit* (SDK) para a construção de aplicativos móveis e web. Oferece um serviço de banco de dados, recursos de autenticação do usuário, ferramentas de hospedagem (*hosting*), Google Cloud Messaging (notificações gratuitas e ilimitadas, com suporte para iOS, Android e na web), um serviço de análise profundamente integrado, que foi construído pela mesma equipe que é responsável pelo Google Analytics (LUCENA, 2016).

Um dos pontos principais do Firebase é o banco de dados NoSQL, que oferece duas opções, o Realtime Database e Cloud Firestore, a primeira é a versão original oferecida pelo Firebase, enquanto a segunda é a versão mais recente ainda em Beta e que optou-se por utilizar nesse trabalho (RUSCICA, 2018).

O Cloud Firestore é um banco de dados NoSQL baseado no conceito de documentos e coleções que permite armazenar, sincronizar e consultar dados facilmente para aplicativos móveis e da Web em um escala global (ANJARI e BUDI, 2018). O Firestore, assim como o Realtime Database, não possui um esquema, portanto não há limitações intrínsecas ao tipo de dados que podem ser inseridos pelo usuário, embora possam ser simulados parcialmente por meio de regras de segurança (RUSCICA, 2018).

O Cloud Functions permite a execução de código em um *back-end* baseado na nuvem em resposta a eventos acionados por alguns recursos do Firebase ou solicitações HTTPS. A codificação é feita utilizando o Nodejs e o código é armazenado e executado na nuvem do Google em um ambiente gerenciado (MORONEY, 2017).

O Dialogflow é uma plataforma para o desenvolvimento de *bots*<sup>4</sup> de bate-papo baseados em conversas em linguagem natural. Usa intenções e contextos para

---

<sup>4</sup> Programas de computador que interagem com usuários usando linguagem natural (SHAWAR e ATWELL, 2007)

modelar o comportamento do *bot*. Ao receber as informações fornecidas pelo usuário, o sistema verifica se corresponde a uma intenção predefinida e também pode distinguir as intenções de acordo com o contexto atual identificado pelas entradas anteriores. Também se pode usar um recurso chamado “*Default Fallback intent*”, que permite manipular entradas de usuário que não têm intenção correspondente. Os casos de correspondência de uma intenção podem criar e excluir contextos. Esse sistema de intenções e contextos permite o desenvolvimento de *chatbots* com fluxos grandes e complexos (DUTTA, 2017).

O Angular é um *framework* de desenvolvimento *web* que foi criado em uma parceria da Google com a Microsoft. Baseia-se em *TypeScript*, uma linguagem oriunda da Microsoft que faz uso do conceito de *Single Page Applications* - SPA ou aplicações de uma única página além de trabalhar diretamente com outras linguagens e recursos como *EcmaScript 5* e *EcmaScript 6* e *Dart* (FONSECA JR, FONSECA e RANGEL, 2018). Para facilitar o desenvolvimento, é possível utilizar o Angular CLI<sup>5</sup>, uma ferramenta que serve para inicializar, desenvolver, sustentar e manter aplicações, com ele é possível gerar através de linha de comando arquivos já com o código base.

O Git é um sistema de controle de versão distribuído de código aberto criado por Linus Torvalds para controlar as mudanças do código do kernel do Linux (CHACON e STRAUB, 2014). GitLab é uma solução de hospedagem Git. Foi lançado pela primeira vez em outubro de 2011 sob a Licença MIT de código aberto implementada por mais de 50.000 organizações. Mais tarde, em 2013, Dmitriy Zaporozhets fundou o Gitlab.com, onde trabalhou no projeto em tempo integral (BAARSEN, 2014). Ele fornece gerenciamento de repositório Git com controles de acesso de controle fino, revisões de código, rastreamento de problemas, *feeds* de atividades, *wikis* e integração contínua. Ele permite que os desenvolvedores armazenem o código em seus próprios servidores e é um *software* livre, distribuído pela Licença MIT (GITLAB, 2018).

O Visual Studio Code (VSCoDe) é um editor de código-fonte simplificado com suporte para operações de desenvolvimento como depuração, execução de tarefas e controle de versão. Está disponível para Windows, macOS e Linux. Foi lançado pela Microsoft em 2015, é um *software* livre e de código aberto, embora o download oficial esteja sob uma licença proprietária. Ele vem com suporte interno para JavaScript, TypeScript e Node.js e possui um rico ecossistema de extensões para outros idiomas (como C++, C#, Python, PHP, Go) e *runtimes* (como .NET e Unity). O VSCoDe é atualizado mensalmente com novos recursos e correções de *bugs* (VISUAL STUDIO CODE, 2018).

### 3 Trabalhos relacionados

Foram localizados na literatura diferentes trabalhos relacionados à alocação de leitos em hospitais, cada um com uma abordagem diferente. Dentre eles, os trabalhos a seguir podem ser citados como alguns dos mais recentes.

Um estudo feito usando conscientização da situação no manejo do leito foi

---

<sup>5</sup> <https://cli.angular.io/>



apresentado em (GRÜBLER, COSTA, *et al.*, 2018). Eles usaram um sistema híbrido que combina técnicas conhecidas de redes neurais artificiais e teoria de valores multiatributo para a tomada de decisão, automatizando o processo de alocação de leitos. Seu sistema foi avaliado em um hospital em Porto Alegre - Brasil.

Outra abordagem foi apresentada em (TEOW, EL-DARZI, *et al.*, 2012), cujos autores procuraram fornecer à gerência hospitalar uma visão que permitisse o desenvolvimento de estratégias para reduzir a superlotação de leitos, melhorando assim a assistência ao paciente. Para fazer isso, eles extraíram os dados do hospital e usaram abordagens estatísticas e de mineração de dados para identificar padrões por trás da superlotação. Esse estudo foi realizado em um hospital terciário em Cingapura.

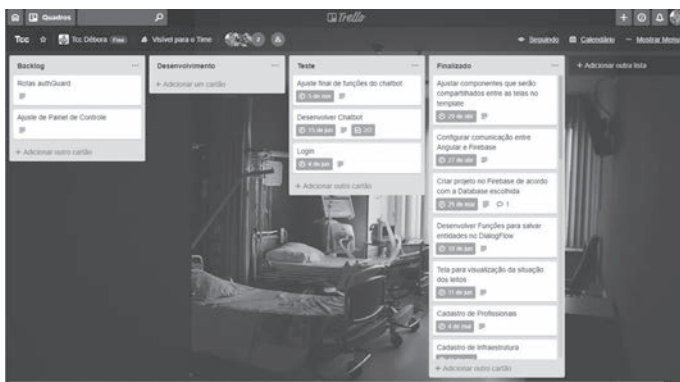
Também relacionada à alocação de leitos, foi realizada uma revisão da literatura em (MATOS e RODRIGUES, 2011), cujos autores procuraram identificar estudos que avaliassem o uso de sistemas de apoio à decisão quando aplicados no manejo hospitalar de pacientes internados. Esta revisão de literatura foi realizada no PubMed e no ISI Web of Knowledge e identificou duas abordagens diferentes: a primeira baseada no uso de modelos matemáticos para apoiar o planejamento e a alocação de leitos hospitalares e outra abordagem consistente no uso de tecnologias da informação para apoiar a colocação em tempo hábil.

## 4 Metodologia

### 4.1 Concepção

Pensando em resolver o problema descrito, foi iniciado o processo de criação do simulador web. Como metodologia de desenvolvimento, foi utilizado um modelo adaptado do PU ágil, por ser compatível com o projeto, em conjunto com o método Kanban, que fornece visibilidade nos processos, deixando explícito os problemas e etapas do projeto. As atividades do Kanban foram dispostas na ferramenta Trello, possibilitando a organização das tarefas em um quadro de forma simples e clara, como demonstrada na Figura 2.

**Figura 2 – Quadro de tarefas**



Fonte: Elaborado pelo autor

Após a escolha da metodologia, foi necessário definir os principais objetivos da ferramenta, para garantir que ela solucionasse o problema proposto. A análise e a identificação dos requisitos partiram da ideia de entregar uma solução que possa ser acessada em computadores independentemente do sistema operacional. Para cumprir esse objetivo, decidiu-se criar uma aplicação *web* para que seja possível acessá-la através de um browser. Como *framework* de desenvolvimento, optou-se pelo Angular, devido ao conhecimento prévio do desenvolvedor em relação à ferramenta.

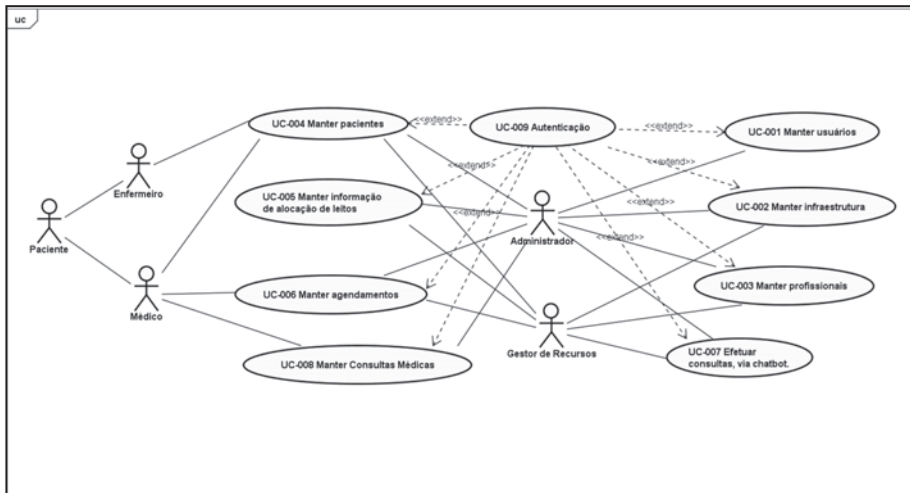
## 4.2 Elaboração

Inicialmente, foi feita uma pesquisa bibliográfica para levantamento de requisitos, usando como base outros trabalhos que tratavam de assuntos relacionados à alocação de leitos em hospitais. Desenvolveu-se um diagrama de casos de uso e um de domínio para um melhor entendimento do cenário de simulação que estava sendo montado.

Porém, durante essa pesquisa, foi identificado que cada hospital possui uma realidade diferente. Cada um dos trabalhos analisados descreve um ambiente que conta com regras diferentes de alocação de leitos e diferentes necessidades de priorização. Mesmo com os diagramas prontos, o cenário de simulação ainda não estava totalmente montado, devido à diversificação de informação encontrada nos trabalhos relacionados e ao escasso conhecimento do analista acerca do assunto. Por esse motivo, optou-se por fazer uma visita técnica a um hospital a fim de entender como funciona na realidade o processo de alocação de leitos e poder, assim, melhorar o modelo proposto.

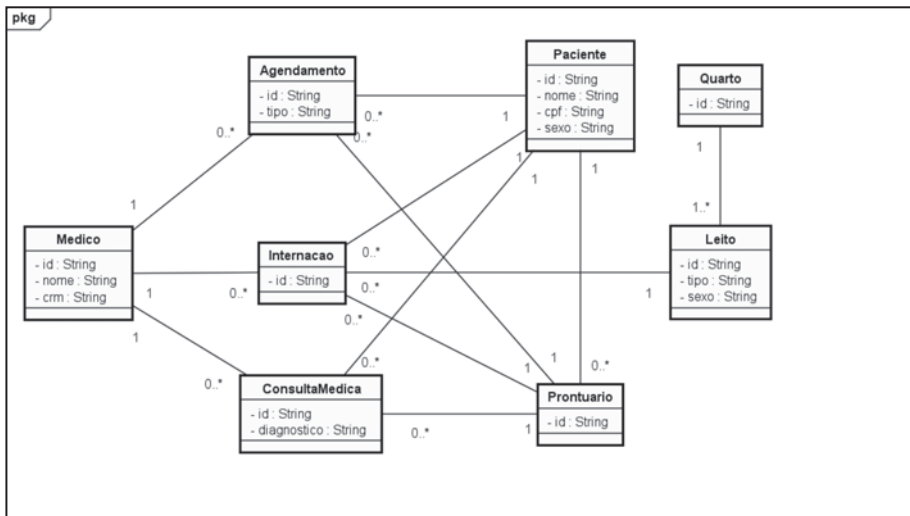
Realizou-se uma visita técnica ao Hospital Nossa Senhora da Conceição em Porto Alegre – RS no dia 22 de maio de 2018, ocasião na qual se fez uma entrevista. A partir das informações coletadas na visita técnica e nas entrevistas realizadas, desenvolveram-se novos diagramas de casos de uso e de domínio de acordo com as novas informações obtidas conforme Figura 3 e Figura 4.

**Figura 3 – Diagrama de casos de uso alterado**



Fonte: Elaborado pelo autor

**Figura 4 – Diagrama de domínio alterado**



Fonte: Elaborado pelo autor

Dessa forma, é possível analisar melhor as informações coletadas. Essa etapa, assim como todas as outras, foi documentada na ferramenta Trello e executada de acordo com o método Kanban dentro da metodologia PU ágil adaptada para o desenvolvimento da ferramenta.

A análise facilitou o entendimento do problema antes mesmo de a construção ser iniciada. A modelagem tem por finalidade representar o sistema com algum tipo de notação gráfica, através do uso da *Unified Modeling Language* (UML). Os

diagramas ajudam a entender e esclarecer as funcionalidades do sistema e podem ser usados como uma base para discussão dos pontos fortes e fracos do *software*.

### 4.3 Construção

Seguindo a metodologia escolhida, após as fases descritas anteriormente, partiu-se para a construção da ferramenta. No desenvolvimento, foi utilizado o padrão base do Angular, que como descrito anteriormente é baseado principalmente em Módulos, Componentes, Templates e Services. Fez-se uso também do módulo de rotas a fim de permitir a navegação entre as páginas, levando em consideração a complexidade do sistema. Para facilitar o desenvolvimento, fez-se uso do Angular CLI.

## 5 Desenvolvimento e testes

### 5.1 Desenvolvimento

No desenvolvimento, foi utilizada a IDE Visual Studio Code. Essa IDE facilitou o processo de desenvolvimento por ser uma solução robusta com algumas funções que tornam as tarefas mais simples, como, por exemplo, a integração com o GIT, que, com poucos cliques, é implementada no projeto. Como repositório *on-line*, foi utilizado o GitLab.com, que permite alocar de forma gratuita um projeto privado usando uma chave *Secure Shell* (SSH).

Como *back-end*, foi utilizado no projeto o Firebase, que é um SDK com vários recursos. Para a persistência dos dados dentro do Firebase, optou-se pelo *Cloud Firestore*. Além do armazenamento dos dados, foram utilizados no projeto outros serviços, como controle de autenticação e *hosting*. Para o desenvolvimento do *chatbot*, optou-se pelo uso do Dialogflow, que possui fácil integração com o Firebase por meio do Cloud Functions, além de se integrar facilmente com páginas HTML.

Por meio da ferramenta Trello, foi possível controlar o andamento das tarefas do desenvolvimento, o qual foi norteadado pelo uso do método Kanban e de uma adaptação da metodologia PU ágil definida para o projeto.

### 5.2 Testes

No desenvolvimento de *softwares*, há situações em que acontecem eventos inesperados. Isso porque, no desenvolvimento, há uma preocupação com o fluxo normal de execução e, muitas vezes, o usuário não segue esse fluxo.

Para minimizar essas situações, foram utilizados no projeto testes de unidade e integração. Os projetos criados com o Angular CLI ficam imediatamente prontos para serem testados visto que o Angular CLI faz o *download* e instala tudo o que é necessário para testar um aplicativo Angular com a estrutura de teste do Jasmine (ANGULAR, 2018).

O Jasmine é uma estrutura de testes do *Behavior Driven Development* para

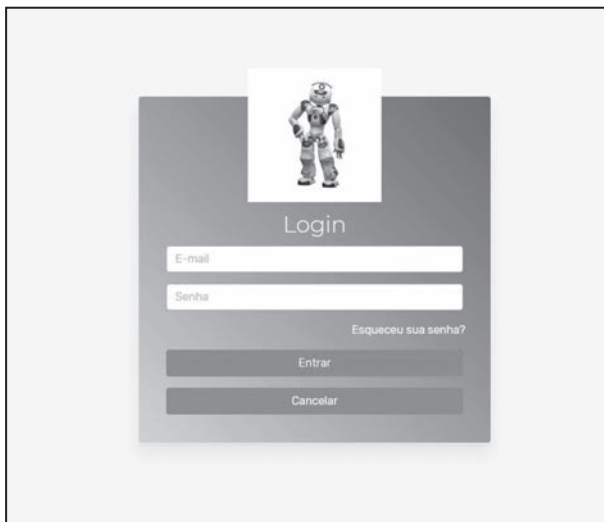
JavaScript. Ele é adequado para sites, projetos do Node.js ou em qualquer lugar em que o JavaScript possa ser executado, já que não depende de navegadores, de *Document Object Model* (DOM) ou de qualquer estrutura JavaScript (JASMINE, 2018).

Após o término do desenvolvimento de cada história de usuário, ela era submetida em uma lista do Trello, para serem testadas, as funcionalidades foram testadas uma a uma, isso fez com que vários erros de programação seguissem para a implementação.

## 6 Resultados

Como resultado do presente trabalho, foi construído um simulador web para alocação de leitos hospitalares, onde o usuário pode fazer consultas no sistema através de linguagem natural utilizando um *chatbot*. A aplicação foi desenvolvida especificamente para servir de simulador para um projeto que visa auxiliar os profissionais responsáveis pela alocação de leitos na tomada de decisão. A seguir serão apresentadas algumas das telas desenvolvidas. Na Figura 5, pode-se visualizar a tela de *login* e na Figura 6 a tela de recuperação de senha.

**Figura 5 – Tela de *Login***



Fonte: Elaborado pelo autor

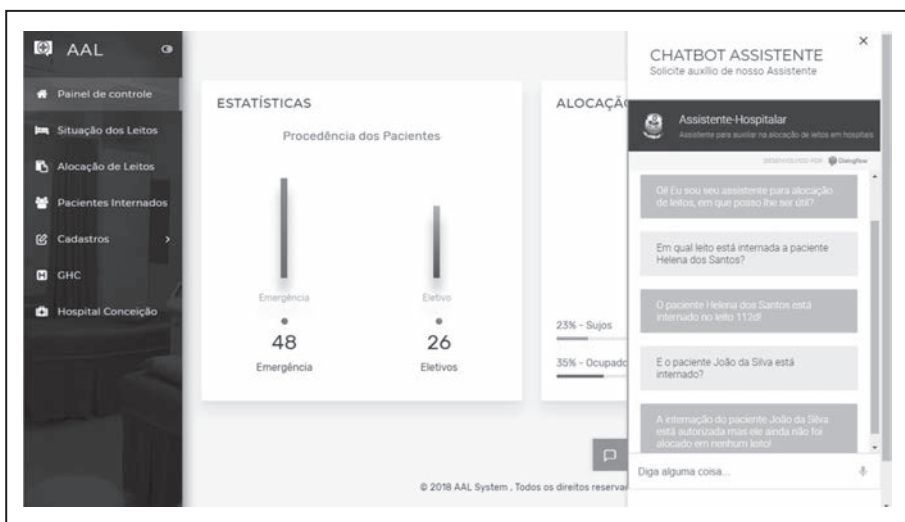
Figura 6 – Tela de recuperação de senha



Fonte: Elaborado pelo autor

Depois de logado na aplicação, o usuário tem acesso ao menu, à tela principal e ao chat em que consegue conversar com o *chatbot*. Na tela principal, são apresentados alguns dados estatísticos sobre as internações em forma de gráfico e a janela do chat pode ser minimizada e acessada a partir de qualquer outra tela do sistema exceto login e de recuperação de senha. Na Figura 7, é apresentada a visão da tela principal do sistema com um exemplo de conversa com o chatbot.

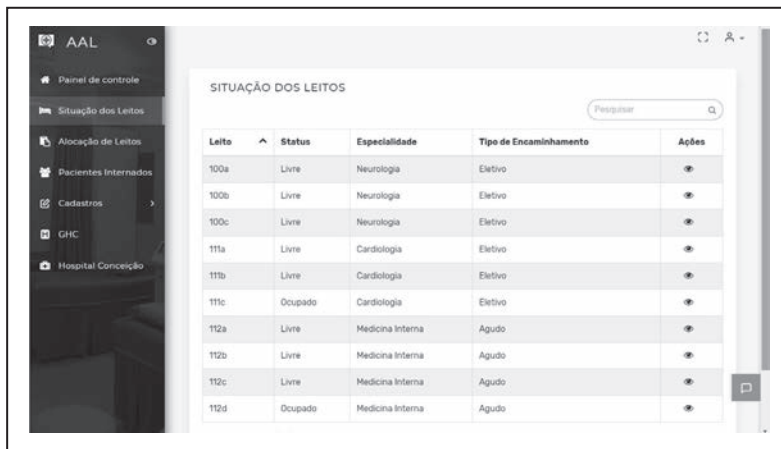
Figura 7 – Tela principal e conversa com chatbot



Fonte: Elaborado pelo autor

Através do menu *Situação dos leitos*, é possível visualizar a lista de leitos cadastrados bem como seus detalhes conforme apresentado na Figura 8.

**Figura 8 – Tela de situação dos leitos**

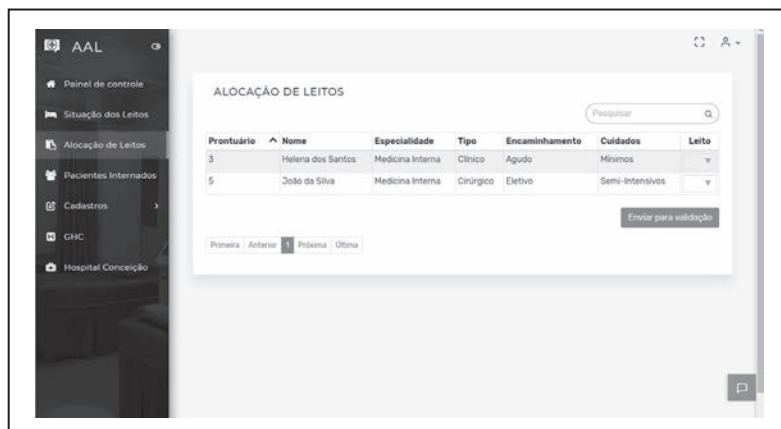


Leito	Status	Especialidade	Tipo de Encaminhamento	Ações
100a	Livre	Neurologia	Eletivo	
100b	Livre	Neurologia	Eletivo	
100c	Livre	Neurologia	Eletivo	
111a	Livre	Cardiologia	Eletivo	
111b	Livre	Cardiologia	Eletivo	
111c	Ocupado	Cardiologia	Eletivo	
112a	Livre	Medicina Interna	Agudo	
112b	Livre	Medicina Interna	Agudo	
112c	Livre	Medicina Interna	Agudo	
112d	Ocupado	Medicina Interna	Agudo	

Fonte: Elaborado pelo autor

O menu de *Alocação de Leitos* pode ser considerado o principal do simulador. É onde são listados os pacientes que já tiveram a alta autorizada por algum médico, porém ainda não foram alocados em um leito. Conforme consta na Figura 9, nessa tela é possível escolher em qual leito o paciente será alocado e enviar o plano de alocação de leitos para um validador, que faz parte do sistema de apoio à decisão, que será avaliado através do presente simulador.

**Figura 9 – Tela de alocação de leitos**



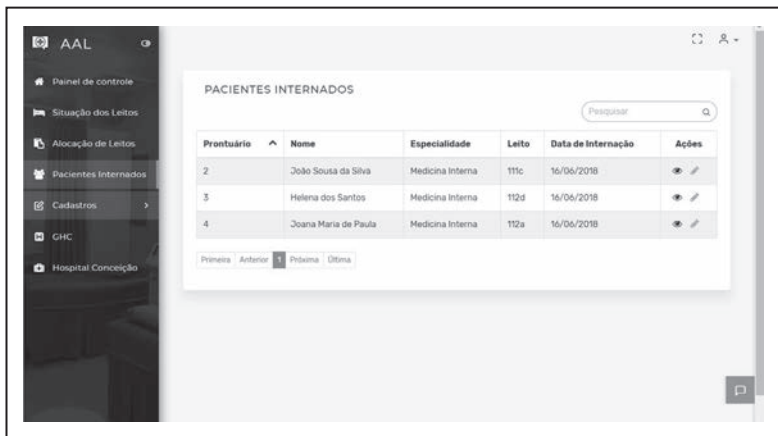
Prontuário	Nome	Especialidade	Tipo	Encaminhamento	Cuidados	Leito
3	Helena dos Santos	Medicina Interna	Clinico	Agudo	Mínimos	
5	João da Silva	Medicina Interna	Cirúrgico	Eletivo	Semi-Intensivos	

Fonte: Elaborado pelo autor

Por meio do menu *Pacientes Internados*, é possível visualizar a lista de pacien-

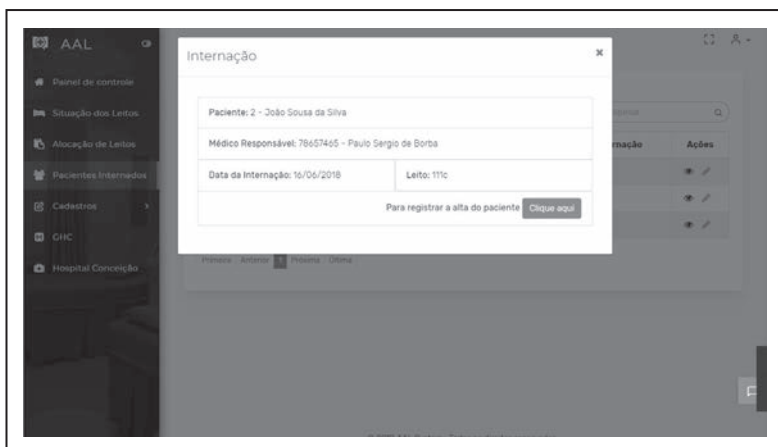
tes internados bem como visualizar detalhes sobre cada paciente e registrar a alta, como mostram as Figuras 10 e 11.

**Figura 10 – Tela de pacientes internados**



Fonte: Elaborado pelo autor

**Figura 11 – Tela de pacientes internados (registro de alta)**

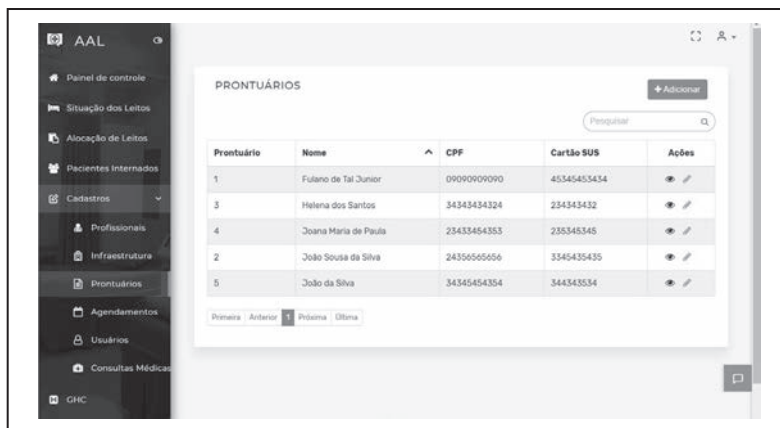


Fonte: Elaborado pelo autor

O menu Cadastros dá acesso aos vários tipos de cadastro com os quais o simulador conta. São eles: Profissionais, Infraestrutura, Prontuários, Agendamentos, Usuários e Consultas Médicas. Todos seguem o mesmo padrão, possibilitando a inclusão, edição, visualização de detalhes dos registros, pesquisa de registros pelos dados contidos em qualquer coluna e em alguns casos a exclusão de registros. As Figuras 12 e 13 a seguir mostram a tela de Prontuários e de Cadastro de Prontuários respectivamente.

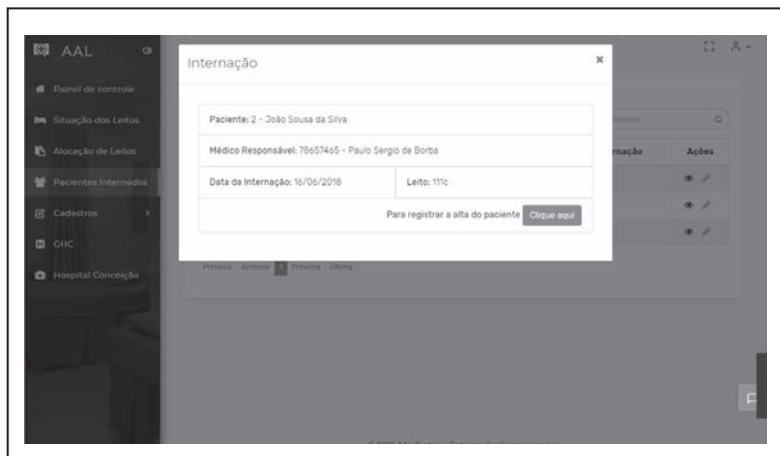


**Figura 12 – Tela de Prontuários**



Fonte: Elaborado pelo autor

**Figura 13 – Tela de Cadastros de Prontuários**



Fonte: Elaborado pelo autor

## 7 Conclusão

Este artigo documentou a criação do simulador *web* para alocação de leitos hospitalares. A aplicação foi construída com o uso de tecnologias atuais e o desenvolvimento foi norteado pelo uso de uma metodologia apropriada. O simulador *web* tem por objetivo auxiliar na avaliação de um sistema de apoio a decisão para alocação de leitos.

O objetivo do trabalho era criar uma aplicação capaz de simular o contexto de alocação de leitos hospitalares e permitir ao usuário fazer consultas no sistema utilizando linguagem natural, a fim de possibilitar uma avaliação feita por profissionais da área de um sistema de apoio a decisão para alocação de leitos. Tendo isso em

vista, foram priorizadas algumas histórias de usuário e postergadas outras, como, por exemplo, o controle de acesso de acordo com a função do usuário. Optou-se por indicar o desenvolvimento de controle de acesso como possível trabalho futuro, bem como o ajuste dos cálculos estatísticos para serem apresentados nos gráficos do Painel de Controle, que atualmente conta com valores fixos.

Essa decisão foi tomada tendo em vista que o objetivo principal do simulador não seria prejudicado com a falta dessas funcionalidades. O simulador está publicado *on-line* e pode ser acessado através do endereço <https://tcc-debora.firebaseio.com/>.

Submetido: 24 abr. 2019.

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ANGULAR. Architecture overview. **Angular**, 2018. Disponível em: <<https://angular.io/guide/architecture>>. Acesso em: 20 out. 2018.

ANGULAR. Testing. **Angular**, 2018. Disponível em: <<https://angular.io/guide/testing>>. Acesso em: 22 out. 2018.

ANJARI, L.; BUDI, A. The Development of Smart Parking System based on NodeMCU 1.0 using the Internet of Things. **IOP Conference Series: Materials Science and Engineering**, v. 384, p. 012033, 2018.

ARRUDA, L. V. **Desenvolvimento Ágil de Software**: uma análise sintética a partir da metodologia Kanban. VII CONNEPI. Palmas - TO: [s.n.]. Outubro 2012. p. 1.

BAARSEN, J. V. **GitLab Cookbook**. Birmingham: Packt Publishing Ltd., 2014.

CHACON, S.; STRAUB, B. **Pro git**. 2.ed. [S.l.]: Apress, 2014.

DUTTA, D. **Developing an Intelligent Chat-bot Tool to assist high school students for learning general knowledge subjects**. Georgia Institute of Technology. [S.l.]. 2017.

FONSECA JR, L. C.; FONSECA, M. R.; RANGEL, H. A. D. L. An applied study on Angular framework 2. **Unisanta Science and Technology**, v. 7, p. 18--25, 2018.

GITLAB. About us. **GitLab**, 2018. Disponível em: <<https://about.gitlab.com/about/>>. Acesso em: 29 ago. 2018.

GRÜBLER, M. S. et al. A Hospital Bed Allocation Hybrid Model Based on Situation Awareness. **CIN: Computers, Informatics, Nursing**, 16 Fev 2018. 1.

JASMINE. A JavaScript Testing Framework. **Github**, 2018. Disponível em: <<https://github.com/jasmine/jasmine>>. Acesso em: 22 out. 2018.

KELLNER, M. I.; MADACHY, R. J.; RAFFO, D. M. Software process simulation modeling: why? what? how? **Journal of Systems and Software**, v. 46, p. 91-105, 1999.

LARMAN, C. **Utilizando UML e padrões**: uma introdução à análise e ao projeto orientados a objetos e ao processo unificado. [S.l.]: Bookman, 2004.

LUCENA, F. Firebase é a nova aposta da Google em uma plataforma móvel unificada. **Tudo Celular**, 2016. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n72091/google-lanca-nova-versao-do-firebase.html>>. Acesso em: 24 ago. 2018.

MARIOTTI, F. S. Kanban: o ágil adaptativo. **Engenharia de Software Magazine**, v. 1, n. 45, p. 11-16, 2012. Disponível em: <<http://www.devmedia.com.br/revista-engenharia-de-software-magazine-45/23559>>.

MATOS, J.; RODRIGUES, P. P. **HEALTHINF 2011 - Modeling Decisions for Hospital Bed Management - A Review**. Proceedings of the International Conference on Health Informatics. Valencia, Espanha: Anais...[S.l.]: HEALTHINF. 2011. p. 504-507.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Manual de implantação e implementação**: núcleo interno de regulação para Hospitais Gerais e Especializados [recurso eletrônico] / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Hospitalar e de Urgência. Brasília: Ministério da Saúde, 2017. ISBN 978-85-334-2576-7. Disponível em: <<http://portalarquivos2.saude.gov.br/images/PDF/2018/marco/28/Manual-NIR---Versao-digital-RGB.PDF>>.

MORONEY, L. Cloud Functions for Firebase. In: MORONEY, L. **The Definitive Guide to Firebase: Build Android Apps on Google's Mobile Platform**. Berkeley, CA: Apress, 2017. p. 139--161.

PROUDLOVE, N. C.; GORDON, K.; BOADEN, R. Can good bed management solve the overcrowding in accident and emergency departments?. **Emergency Medicine Journal**, v. 20, n. 2, p. 149-155, 2003.

RUSCICA, D. **Implementazione, sviluppo ed evoluzione di Applicazioni Web basate su Firebase**: Implementation, development and improvement of Firebase-based WebApps. Politecnico di Torino. [S.l.]. 2018.

SHAWAR, B. A.; ATWELL, E. Chatbots: are they really useful? **Ldv Forum**, v. 22, p. 29--49, 2007.

TEOW, K. L. et al. Intelligent analysis of acute bed overflow in a tertiary hospital in Singapore. **Journal of Medical Systems**, v. v. 36, n. 3, p. 1873-1882, 2012.

VISUAL STUDIO CODE. Code editing redefined. **Visual Studio Code**, 2018. Disponível em: <<https://code.visualstudio.com/>>. Acesso em: 26 ago. 2018.

# Vínculos – a percepção de vínculos familiares em contraventores que cumprem prestação de serviço à comunidade

Tatiana Kunst<sup>1</sup> | Simone Isabel Jung<sup>2</sup>

## Resumo

Para o desenvolvimento, o ser humano necessita de um meio que o acolha e de pessoas que supram suas necessidades básicas desde o seu nascimento. Nesse sentido, este estudo teve o intuito de compreender como ocorreram as formações dos vínculos familiares em indivíduos que cometeram contravenções sociais, bem como descrever as suas percepções sobre seus vínculos maternos e paternos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa com sete homens adultos que cumprem pena por meio de medida socioeducativa. Os participantes responderam a uma ficha sociodemográfica e a uma entrevista semiestruturada. Os dados foram analisados pelo método de Bardin, gerando 7 categorias e 15 subcategorias. Os resultados acenaram para a necessidade da figura paterna e materna como diferenciais na formação psíquica. Todos os entrevistados descreveram a figura materna como base de apoio e referência de forte importância. Nas interações paternas refletiu-se uma lacuna no contato afetivo. A tendência antisocial apareceu na infância dos entrevistados com pequenas transgressões, fugas e conflitos escolares que culminaram no delito ao qual cumprem pena. Assim, entende-se a importância de um trabalho terapêutico que contemple a criança e sua família no intuito de auxiliar na prevenção dos delitos na adultez. O estudo levou ao entendimento do sujeito que cometeu um ato ilícito como alguém que, em algum momento, deixou de receber o suporte necessário ao seu desenvolvimento psíquico, o que ratifica os dados encontrados na literatura.

**Palavras-chave:** Vínculos. Comportamento materno. Comportamento paterno. Cumprimento da lei. Comportamento antissocial

## Abstract

*For development, human beings need a welcoming environment and people who provides their basic needs from birth. In this perspective, these study aimed to understand how the family bonds formation occurred in individuals who committed social misdemeanors, as well as to describe their perceptions about their maternal and paternal bonds. This is a qualitative research with seven adult men who serve sentences through socio-educational measures. Participants answered a sociodemographic form and a semi-structured interview. The data were analyzed by the Bardin method, generating 7 categories and 15 subcategories. The results pointed to the need for the father and mother figure as differentials in psychic formation. All the interviewed described the mother figure as a base of support and reference of great importance. In the paternal interactions there was a gap in affective contact. The antisocial tendency appeared in the childhood of the interviewed with minor transgressions, escapes and school conflicts that culminated in the offense to which they serve their sentence. Therefore, it is understood the importance of a therapeutic work that contemplates the child and his family in order to assist in the prevention of crimes in adulthood. This study led to the understanding of*

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Psicologia da FACCAT. E-mail: tatianakunst@hotmail.com

<sup>2</sup> Psicóloga, Doutora em Psiquiatria (UFRGS), Docente do Curso de psicologia da FACCAT e orientadora deste Trabalho de Conclusão de Curso. E-mail: simoneisabeljung@gmail.com

*the individual who committed an illicit act as someone who, at some point, failed to receive the needed support for his psychic development, which confirms the data found in the literature.*

**Keywords:** Bonds. Maternal behavior. Paternal behavior. Law enforcement. Antisocial behavior.

## 1 Introdução

A contemporaneidade mostra muitas facetas de adoecimento social, pois, de acordo com o que comenta Waldmani (2016), nos tempos passados, os óbitos estavam relacionados a doenças infecciosas e, atualmente, estão relacionados a outros males. Segundo o Ministério da Previdência Social do Brasil, os transtornos mentais e comportamentais estiveram entre as doenças com maior incidência no ano 2010. A OMS (2018) alerta que o Brasil tem a nona maior taxa de homicídios das Américas. Uma pesquisa veiculada nas Nações Unidas no Brasil (ONUBr, 2018) mostra que um em cada 20 adultos, aproximadamente 250 milhões de pessoas com idades entre 15 e 64 anos, já tiveram contato com o uso de drogas no mundo, ressaltando-se que o uso de substâncias psicoativas foi reconhecido como um problema de saúde pública (ONUBr, 2018).

Considerando esses dados, podemos refletir sobre as questões de adoecimento social do indivíduo contemporâneo. O limite, no sentido léxico, conforme Ferreira (2008), é descrito como uma fronteira, uma linha que, real ou imaginária, delimita e separa um território de outro. Além disso, pode ser considerado como uma função psíquica que provoca uma restrição. No entanto, nem sempre é negativa. Quando bem instaurada psicologicamente, torna-se organizadora na estrutura do ser humano e contribui para o equilíbrio do desenvolvimento, no que tange a capacidade de lidar com frustrações e situações adversas (KERNIER; CUPA, 2012). Se ocorrem dificuldades em respeitar limites, algum fenômeno anterior pode ter acontecido. Podemos pensar nas vinculações que o sujeito precisa para a sua construção sadia.

A família é a célula social inicial na vida do ser humano. É a partir dela que os grupos sociais se organizam com suas regras e é dela que precedem as condições de sobrevivências básicas físicas e psíquicas. As falhas nas funções familiares podem causar danos graves para o desenvolvimento da personalidade. As funções maternas e paternas são fundamentais para o amadurecimento psíquico, já que promovem o processo de construção subjetiva do indivíduo (RIBEIRO *et al.*, 2017).

Durante muito tempo, o desenvolvimento da criança foi negligenciado, sem que se prestasse atenção às suas necessidades no que se refere ao desenvolvimento saudável, pois a ideia de paternidade ou maternidade era muito diferente dos conceitos atuais. Livrar-se de uma criança poderia ser um ato muito simples e sem qualquer responsabilização legal. As Santas Casas de Misericórdia (hospitais) funcionavam como um mecanismo para o descarte e acabavam por evitar a morte de muitos bebês rejeitados (FALEIROS; FALEIROS, 2008).

Salienta Leite (1997) que os professores, os naturalistas, os pastores e os pintores eram quem demonstravam maior interesse pelas crianças, tanto na convivência quanto na observação da infância, não havendo preocupações, por parte da família,

com relação a demonstrações de sentimentos de afeto. Os vínculos familiares de carinho eram inexistentes, já que a mãe entregava os filhos pequenos a uma criada para serem cuidados. Quando se tornavam maiores e incômodos, eram despachados às escolas internas e cabia ao professor o processo de educação e disciplina. O afeto das relações familiares era negligenciado, portanto a criação dos filhos não era um papel atribuído aos pais (LEITE, 1997). Esse cenário evidencia a vulnerabilidade a que as crianças eram expostas, marcando suas infâncias com abandono, maus tratos e violência. Ariès (1986) assinala que até por volta do século XII não havia representação para a infância, uma vez que as crianças eram distinguidas dos adultos apenas pelo tamanho. Eram tratadas como miniaturas de adultos, pois, na medida em que conseguiam sobreviver sem a ajuda constante da mãe ou da ama, estavam aptas a ingressar na sociedade dos adultos. Morriam em grande número e eram insignificantes como os animais domésticos. Apenas no século XVII que as crianças passaram a ser retratadas junto às famílias, o que as diferenciava dos adultos eram as calças curtas, nos meninos. Para as meninas, não existia diferenciação, sendo vestidas como mulherezinhas (ARIÈS, 1986).

Atualmente, concebemos que é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do Poder Público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referente à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária (ECA, 1990).

Já houve, um dia, um processo cultural de descaso com a criação dos filhos. E a contemporaneidade: será que esse descaso ainda está presente? Será que, de fato, estamos dando atenção às relações maternas, para que as mães e os pais tenham condições de acolher e integrar um bebê? A integração é imprescindível para que o bebê possa primeiro “ser um bebê” e, a partir disso, desenvolver-se sadiamente, para então, mais tarde, ter a capacidade de interagir triangularmente com o pai e o mundo (WINNICOTT, 1990).

Na ideia de que a falta de limites e cuidados está inserida na contemporaneidade, esse estudo se propôs a pesquisar sobre a percepção de vínculos familiares de homens que cometeram contravenções sociais. Entende-se que a contravenção social é a ofensa à lei e, de fato, mostra-se como a materialização aparente da falta de limite.

## **2 Vínculo: conceito histórico**

Podemos compreender vínculo como um tema permanente de estudos desde os primórdios até a contemporaneidade. Segundo Ferreira (2008), vínculo é aquilo que estabelece uma ligação afetiva ou moral, com capacidade de unir, atar. Entre membros de uma família, pode-se entender como um relacionamento lógico de segurança e previsibilidade, visto que a criação de vínculos é a base sustentadora para o desenvolvimento da personalidade. Diz respeito a reconhecer o outro e por ele ser reconhecido (FERREIRA 2008).

Descreve Pichon-Rivière (1991) que o vínculo consiste na maneira peculiar

como o sujeito interage com o outro, de forma a estabelecer uma estrutura particular de comunicação. Os diferentes modelos de vínculos, formados nas relações familiares, reforçam os tipos de condutas, que são manifestações instintivas entre o objeto interno (si mesmo) e objeto externo (o outro). O autor reforça que o vínculo está em contínuo movimento e está interligado com a conduta de reciprocidade da relação.

Na mitologia grega, as relações de amor e ódio estavam presentes em personagens que imortalizaram essa dualidade de sentimentos e atravessaram o tempo com suas vivências que igualmente são reconhecidas hoje em dia. O amor do vínculo materno é o que é, culturalmente, mais difundido como uma adaptação primária para a sobrevivência, comparando-se à sede e à fome. Para Carvalho (2008), esse mecanismo de criação de vínculo seria decorrente da evolução humana, pois a proximidade com o outro, na posição de adulto, fomentaria a proteção e o desenvolvimento.

Na atualidade, ao percebermos as mutações nos relacionamentos sociais, é visto que ingredientes que representavam uma relação direta com a solidez da compreensão de constituição familiar (como pudor, vergonha e repressão), agora dão espaço a outros ingredientes (como prazeres físicos, culto ao corpo, jornadas de trabalho majoradas e facilidades de consumo), que têm a função de encobrir a repulsa ao sofrimento e à frustração. São novos elementos sociais que não tinham influência na vida cotidiana, mas que agora estão inseridos na cultura e interferem nas relações pessoais e na construção de vínculos familiares (COSTA, 1999).

De acordo com Casadore e Hashimoto (2012), os vínculos de apego formados com as pessoas pelos espaços em que o sujeito transita, no dia a dia, tornaram-se frágeis e superficiais, perdendo-se a noção de compartilhamento. Nesse entendimento, temos que considerar que:

A composição contemporânea se dá a convivência, análoga à caracterização cultural do consumo, do imediatismo e do passageiro que enaltece, justamente, a satisfação rápida e garantida. Traz, junto consigo, a fragilidade dos vínculos e a insegurança, os desejos conflitantes de ligação e liberdade entre os seres humanos e, mais especificamente, a tensão que perpassa a escolha egocêntrica que, ao mesmo tempo, também é atingida pelo mal-estar atual do estado de desamparo (CASADORE; HASHIMOTO, 2012, p.182).

## 2.1 Vínculos familiares: a função materna e paterna

No período de gestação, o primeiro vínculo já começa a se formar por meio da percepção da relação entre o feto e a mãe. O recém-nascido, em condições normais, espera pela satisfação das suas necessidades vitais, que são permeadas pelos laços afetivos e vão se desenvolvendo e se modificando com o passar do tempo. O fortalecimento do vínculo envolve, de um lado, a capacidade de maternagem e, de outro, o reconhecimento do bebê pelo afeto despendido, em uma relação emocionalmente intensa (ZIMERMAN, 2009).

Os cuidados maternos, no período inicial de dependência absoluta, represen-

tam uma força primitiva, como primeira forma de comunicação em que a mãe deve antever as necessidades e proporcionar o ambiente favorável que responde, supre e se mostra estável para constituição do desenvolvimento do *self*. Nesse período da maternagem, a mãe e o bebê formam uma só unidade (WINNICOTT, 2000). Para que tudo corra bem, Winnicott (2000) aponta a presença do pai como suporte para o bem-estar da mãe e do bebê para que a formação do vínculo não sofra interferência. O pai, nesse período, colabora para ajudar a mãe a ser mãe, em um processo de fusão com o bebê. O pai assume o papel de mãe substituta, que dá continência, sustentando as necessidades da mãe, oferecendo-lhe o amparo para a construção do vínculo com o bebê. A mãe precisa sentir-se protegida para poder proteger o filho. Assim como a mãe oferece sustentação ao bebê, cabe ao pai proporcionar sustentação à mãe, manejando o ambiente com segurança para que o sentido da família seja instaurado na vida da criança.

Quando suprida a dependência absoluta, ocorre a nova condição de dependência relativa, em que a criança já é capaz de participar da comunicação, expressando com maior clareza suas necessidades, de suportar dosadas desilusões e de criar expectativas sobre as respostas do ambiente. O bebê passa a ser desiludido da onipotência e da pertença ao corpo da mãe. Por meio da permissão materna, o pai poderá entrar na relação dual e, em pequenas doses, ao longo do amadurecimento, transformá-la em triangular. O colo do pai vai apresentando-se como a representação do externo, o pai indica a existência do mundo, com regras e delimitação de espaços. Esse colo mais rígido simboliza a firmeza, a dureza e a ordem do ambiente externo (ROSA, 2011). Seguindo mais além na linha do amadurecimento, se tudo correu bem, o bebê entrará na fase do uso do objeto. Para tanto, precisará considerar o objeto como algo em si mesmo, externo a ele, ou seja, destruí-lo subjetivamente e fundar a realidade (WINNICOTT, 2000; DIAS, 2000).

Cabe mencionar que, para Winnicott (2000), a agressividade é natural aos seres humanos, sendo inerente a sua natureza. Entretanto, a agressividade só fará parte do amadurecimento do indivíduo de forma saudável, tornando-se parte dele, se lhe forem dadas condições de experienciá-la de acordo com a sua necessidade e urgência. Dessa forma, é a atitude e o manejo do ambiente, em relação à agressividade do bebê, que determinará a maneira como este irá lidar com sua tendência agressiva (WINNICOTT, 2000; DIAS, 2000).

Se o ambiente fornece cuidados satisfatórios e se mostra capaz de reconhecer, aceitar e integrar essa manifestação do humano, a fonte de agressividade – que, no início, é motilidade e parte do apetite – torna-se integrada à personalidade total do indivíduo e será elemento central em sua capacidade de relacionar-se com outros, de defender seu território, de brincar e de trabalhar. Se não for integrada, a agressividade terá que ser escondida (timidez, autocontrole) ou cindida, ou ainda poderá redundar em comportamento antissocial, violência ou compulsão à destruição (DIAS, 2000, p.12-13).

Portanto, no momento em que a família não consegue cumprir o seu papel, pode ocorrer uma falha ambiental no desenvolvimento sadio da psique em que ocor-



re a não integração do bebê. Assim, é dever da mãe aceitar a destrutividade do bebê, sobreviver a ela e não o retaliar, permitindo que ele possa estabelecer relações com a realidade objetiva e mais tarde entrar na fase do concernimento, quando se responsabilizará por suas atitudes. Para tanto, o bebê necessita do suporte paterno firme e afetivo, que permite à criança não temer a destruição materna e vivenciar seus impulsos em sua plenitude, possibilitando a oportunidade de conhecê-los e, posteriormente, controlá-los. Por sua vez, a mãe, protegida pela presença paterna, suporta e sobrevive aos ataques da criança até que ela amadureça e possa entrar no ciclo benigno, quando encontra meios de reparar os danos e se responsabilizar por seus atos (WINNICOTT, 2000; ROSA, 2011).

Para o pai da Psicanálise, a agressividade é um comportamento primitivo que se manifesta de forma não controlada, como autodefesa, para impor um desejo (FREUD, 1969). Para o autor, o papel do pai na constituição simbólica do sujeito é fundamental. Freud descreveu o Complexo de Édipo como pilar de castração e inserção da norma, pela consequência da imposição da lei em relação à ameaça provocada pelo pai. Inúmeros textos desse autor desvinculam a função do pai como apenas reprodutiva e a colocam como alguém que é simbolicamente desejado e mais tarde é morto para gerar o indivíduo adulto. Na fase Edípica, ocorre a introjeção do pai, que proíbe o incesto e instaura a lei. O pai é a figura que vai interditar a relação com a mãe e promover o amadurecimento psíquico (RIBEIRO *et al.*, 2017).

## 2.2 Quando a construção do vínculo falha

A tendência inata ao desenvolvimento abarca igualmente a tendência à agressão. Winnicott (1999) considerou que o amor e o ódio são os elementos em que se baseiam a construção das relações humanas. Cada vez que ocorre uma falha no ambiente e esse passa a não oferecer, de forma estável, a satisfação esperada pelo bebê, ocorre uma marca de desconfiança, por parte deste, em estabelecer relações. Muitos são os fatores que podem contribuir para as falhas na construção de vínculos, como a idade da mãe na primeira gestação, a existência de transtornos mentais graves nos pais, uso de álcool, drogas, episódios de violência, negligência, rejeição, entre outros (WELLAUSEN; BANDEIRA, 2010).

Essas falhas no ambiente impedem o acesso do bebê ao que é esperado, por ele, como necessário. O momento, na fase do desenvolvimento, em que ocorre o registro da falha, gera a patologia que Winnicott (1999) dividiu em três classes: psicose, depressões e neuroses. No momento em que a criança estabelece o vínculo sadio de esperança em relação ao pai e à mãe, passa a testar, de todas as formas, o seu poder de destruição, impondo a sua vontade, já que o amor primitivo ainda tem um caráter destrutivo. A criança pequena ainda não consegue suportar a frustração, portanto procura fazer o que lhe dá prazer. Quando as suas referências deixam de existir, a criança deixa de se sentir livre para expressar seus sentimentos e passa a angustiar-se com a busca pela segurança, que é encontrada no comportamento antissocial.

De acordo com Winnicott (1999), o comportamento antissocial caracteriza-se por uma falha ambiental (materna, paterna ou de ambos), em que a criança que

percebia os cuidados suficientemente bons sofre uma perda desses cuidados, no momento da linha do amadurecimento em que já possui condições de distinguir que a falha ou a omissão é algo externo. Dessa maneira, o comportamento antissocial torna-se um mecanismo de conduta de reivindicação ao mundo. É esperado o reconhecimento de uma dívida em que a sua referência de segurança desapareceu e causou desamparo. A tendência antissocial, nesse cenário, pode ser vista como um insucesso no desenvolvimento, visto que o desvio de conduta representa um pedido de recuperação, na sociedade, de algo que foi perdido.

Cada vez que o ambiente concede à criança um desenvolvimento saudável, permite-lhe experimentar a sensação de onipotência. Essa possibilidade promove a entrada em contato com o mundo externo. Se esse fenômeno não acontece, a criança não pode experimentar livremente a sua destrutividade e os estímulos de ódio, fazendo com que os impulsos agressivos fiquem retidos. Não há a percepção de uma figura que contenha os impulsos destrutivos de desintegração da personalidade (ROSA, 2011).

Podemos considerar que a formação do conceito de *self* e *falso self* remetem ao período inicial de infância, em que ocorrem as bases para as relações futuras. Em indivíduos regressivos, o *falso self* transforma-se em uma ferramenta de atuação para defesa como forma de sobrevivência, modificando o ambiente com distorções da realidade, causando comportamento reativo. No indivíduo, o *self* é constituído como espontâneo e criativo quando proporciona a capacidade de simbolização juntamente com a realidade (WINNICOTT, 1982).

Seguindo as ideias de Winnicott, as falhas ambientais referidas mostram que existe uma correlação entre o comportamento antissocial na infância, a delinquência no período da adolescência e, mais tarde, a psicopatia no adulto. A conduta de personalidade transgressora caracteriza-se por um padrão de comportamento de desrespeito e de desconsideração pelas regras sociais e pelos direitos do outro. Viu-se que a agressividade é inerente ao desenvolvimento humano, e o indivíduo busca a sua continência instintivamente. Se o limite não é encontrado no seio da família ou imposto de forma a ferir a espontaneidade do ser, esse passa a ser buscado na sociedade (WINNICOTT, 2000). Trata-se de um apelo de satisfação imediata com expectativa de resposta. A conduta criminosa aparece como um pedido de socorro, por meio de violação de regras. É a busca pelo controle do ambiente (BOAMORTE, 2012).

Outro autor que estuda os vínculos e suas falhas é Pichon-Rivière (1991). Ele refere-se à constituição de vínculos como uma estrutura em construção, em contínuo movimento, que envolve tanto o indivíduo quanto o objeto de desejo. A estrutura que envolve essa relação é entendida como normal, porém interpretada como patológica na medida em que sofre alterações no processo evolutivo. Quando o sujeito decide, inconscientemente, não ter compromisso com o vínculo, ocorre um movimento de defesa contra o vínculo, em uma tentativa de regresso a posições mais primitivas. O autor (1991, p. 35) refere que:

a teoria do vínculo consegue dar um salto qualitativo de uma teoria psicanalítica predominantemente intrapsíquica para uma psiquiatria social, que considera o indivíduo como resultante dinâmico-mecanicista não da ação dos instintos e dos objetos interiorizados, mas sim do interjogo estabelecido entre o sujeito e os objetos internos e externos, em uma predominante relação de interação dialética.

### 2.3 Contravenções: prestação de serviço comunitário

De acordo com as normas de Direito, o Estado rege os fundamentos da organização da sociedade para regular as relações entre os indivíduos. A lei é, no Direito Penal, a fonte geradora de obrigações e de orientações de comportamento. É uma obrigação imposta com a função de nortear, controlar comportamentos e ações com a pretensão ressocializadora, retributiva ou punitiva. Por meio da aplicação da lei e suas sanções, o Estado deseja promover a penalização e a reparação do mal causado a outrem. O crime, de acordo com o Código Penal, em seu conceito formal, é definido como “a infração da lei”, observando-se que, sem a descrição formal, nenhum fato pode ser considerado crime. Para que haja crime, é preciso que haja uma conduta que configure previamente o delito. As contravenções e os delitos obedecem aos mesmos princípios formais, no entanto pode-se entender que as contravenções e os delitos são condutas que apresentam menor gravidade do que os crimes (JESUS, 2001).

Atualmente, o excesso de violência frente às superlotações dos presídios brasileiros não favorece a aplicabilidade da lei em sua essência. Comenta Picolotto (2015) que o Estado não consegue garantir a ressocialização dos indivíduos nem a punição adequada dentro do sistema prisional em que reina a lei da selva. A realidade que presenciamos promove a violência e a brutalidade. O encarceramento não viabiliza a reparação do dano, tampouco a reabilitação social.

A prestação de serviço comunitário, que está previsto no artigo 46 do Código Penal Brasileiro, na Lei nº 9.714/98, mostra-se como uma alternativa frente à crescente criminalidade e superlotação do sistema prisional. Esse tipo de pena pode ser aplicado aos que cometeram infrações com baixo potencial ofensivo. Podem-se destacar as contravenções como: lesões corporais leves, desacatos, ameaças, infrações de trânsito, dentre outras que obtiveram uma sentença de condenação superior a seis meses de privação de liberdade. O cumprimento desse tipo de pena não pode caracterizar o trabalho forçado, devendo ser prestado de forma gratuita por um período determinado e em caráter benéfico à comunidade ou a entidades públicas. A função social desse tipo de sentença está vinculada à oportunidade de o indivíduo promover uma retratação social, bem como sua ressocialização (JESUS, 2001).

Os indivíduos que participaram desta pesquisa, que estão cumprindo pena na forma de prestação de serviço à comunidade, ultrapassaram os limites de convivência determinados pelas normas de conduta regidas pelo Estado. Por esse fator, tornaram-se elementos deste estudo.

### 3 Método

#### 3.1 Delineamento da pesquisa

Esta é uma pesquisa qualitativa, com viés descritivo exploratório. Trata-se de uma investigação em que o pesquisado é visto como uma ferramenta essencial no processo, permitindo uma aproximação com o entrevistado para observar a sua realidade (CRESWELL, 2010).

#### 3.2 Participantes

Os participantes deste estudo foram sete homens, com idades entre 21 e 59 anos, que cumprem pena de serviços comunitários por terem cometido algum tipo de contravenção prevista na lei brasileira. Os mesmos estavam vinculados a um Centro de Referência de Atendimento Especializado (CREAS) na região do Vale do Paranhana. Os demais dados sociodemográficos estão apresentados no quadro 1.

**Quadro 1: Dados sociodemográficos**

Participante	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
Idade	21	23	21	32	34	52	59
escolaridade	F I	F I	M I	S I	S I	F I	S C
Profissão	Chapeador	Industriário	Serviços Gerais	Gerente Comercial	Mecânico	Pedreiro	Advogado
Número de filhos na família de origem	3	13	5	4	4	2	2
Ordem na prole	1º filho	Caçula	3º filho	3º filho	3º filho	1º filho	Caçula

Fonte: Elaborado pela autora

Nota: F I fundamental incompleto; M I médio incompleto; S I superior incompleto; S C superior completo.

#### 3.3 Instrumentos

Para a realização desta pesquisa, foram utilizados os seguintes instrumentos: 1) ficha sociodemográfica e 2) entrevista semiestruturada, que serviram como ferramentas para promover a interação simbólica e o entendimento sobre o problema de pesquisa. As perguntas da entrevista foram abertas para que os pesquisados pudessem expor livremente as suas percepções, usando suas próprias palavras, sem se limitarem a um rol de alternativas (PRODANOV; FREITAS, 2013).

### 3.4 Procedimento de coleta dos dados

Após a aprovação do projeto de pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa das Faculdades Integradas de Taquara (CEP-FACCAT), via plataforma Brasil, e a autorização da pesquisa, por meio da assinatura da Carta de Anuência fornecida pela instituição, foram marcadas as entrevistas, que ocorreram nas dependências do CREAS ao qual os participantes estavam vinculados. As entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas de forma literal.

As orientações da Resolução nº 510/2016, do Conselho Nacional de Saúde (2016), que regulamentam sobre as pesquisas com seres humanos, foram seguidas, garantindo que os instrumentos utilizados não representam riscos à saúde física ou psicológica dos participantes. Todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e esclarecido – TCLE.

### 3.5 Procedimento de análise dos dados

Os dados colhidos foram analisados com base na técnica de análise de conteúdo de dados qualitativos proposta por Bardin (2011), desenvolvida em três etapas: 1) Pré-análise, em que ocorreu a organização dos materiais coletados, com leitura fluante dos dados. 2) Exploração do Material, fase em que os dados foram codificados e categorizados. 3) Tratamento dos resultados, fase na qual os dados levantados foram interpretados de acordo com os objetivos da pesquisa.

## 4 Apresentação e discussão dos resultados

Após a análise dos dados, foram encontradas 7 categorias e 15 subcategorias dispostas na tabela abaixo e descritas posteriormente com, pelo menos, um exemplo.

**Quadro 2: Categorias e subcategorias**

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
CATEGORIA A FIGURA MATERNA	A1 Presença na infância A2 Papel desempenhado pela mãe A3 Relação atual
CATEGORIA B FIGURA PATERNA	B1 Presença na infância B2 Qualidade de contato e sentimentos B3 Alcoolismo
CATEGORIA C ADVERSIDADES	C1 Dificuldades financeiras C2 Violência conjugal C3 Trabalho precoce
CATEGORIA D LIMITES	D1 Violência física D2 Castigos e Broncas D3 Falta de limites

*(Continua)*

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
CATEGORIA E REDE DE APOIO	E1 Família
CATEGORIA F COMPORTAMENTO ANTISSOCIAL	F1 Brigas e fugas da escola F2 Transgressões no âmbito residencial F3 Conflitos com a polícia
CATEGORIA G RESPONSABILIZAÇÃO	G1 Motivo da pena G2 Sentimentos

Fonte: Elaborado pela autora

#### 4.1 Categoria A – Figura materna

Na Categoria A, foram agrupadas as falas dos entrevistados sobre a figura materna, sendo subdividida em três subcategorias. A subcategoria A1 trata da presença materna na infância dos participantes. Todos relataram ter tido contato com a mãe. P1: *“minha mãe, porque nós estávamos mais tempo com ela”*. O bebê, quando vem ao mundo, tem a capacidade de amadurecimento por meio de um processo natural. No entanto, é dependente da capacidade do ambiente, representado pela mãe, de atender às suas necessidades. Como explica Winnicott (2015), o bebê não existe sozinho: a dependência absoluta do início da vida implica a devoção da mãe, a preocupação materna primária em trazer tranquilidade e se identificar com o filho. Apesar do relato dos participantes sobre a presença da mãe na infância, não se têm dados para avaliar a qualidade dessa presença.

Na subcategoria A2, foi abordada a percepção dos entrevistados sobre a figura materna e o papel desempenhado por ela na estrutura familiar. Todos os participantes referiram sobre uma figura de apoio e referência forte com função importante reconhecida. Exemplificando: P1 *“A sempre quando eu precisava ela estava ajudando”*. P2 *“Minha mãe né, ela sempre batalhou minha mãe é uma guerreira”*. E P3 acrescenta: *“minha mãe sempre foi um pai e uma mãe né, sempre tem braço firme”*. Para Ceccarelli, (2007), as variações nas configurações afetivas familiares podem causar derrapagens psíquicas nos processos identificatórios. Assim, à medida que a mãe exerce ou é levada a exercer o papel paterno, uma possibilidade que se apresenta é a de que o acesso ao simbólico, à lei exercida pelo pai, deixar de existir e, com ele, a castração que socializa o indivíduo. O deslocamento do pai de seu lugar, como apresentado na família de alguns participantes, pode implicar a sua ausência como orientador que serve de modelo para os filhos com a probabilidade de influenciar, mais tarde, a transgressão das leis.

A subcategoria A3 revela a relação atual dos entrevistados com a figura materna. O relacionamento pontuado pelos participantes mostra tanto proximidade quanto distanciamento: P3 *“A gente sempre se dá bem até hoje né, a gente tem discussão, a gente dá uma discutida de vez em quando né. A gente se dá super bem...”*; P2. *“Não eu tenho contato só que eu não procuro ela ainda sabe?”*; P4 *“Temos, mas não com muita afinidade assim”*. O fato de alguns dos participantes revelarem ambivalência e distanciamento da figura materna na atualidade faz pensar na possibilida-

de de que a presença materna na infância não foi suficiente para o estabelecimento de uma relação de qualidade entre mãe e filho.

#### 4.2 Categoria B – Figura paterna

Nessa categoria, foram pautadas as referências dos participantes em relação à figura paterna nas vivências familiares, subdividida em três subcategorias. De-thiville (2012) ressalta sobre o mal entendido na compreensão da função paterna. Os papéis de pai e mãe não se tratam de uma divisão de tarefas, mas de posições psíquicas diferentes que são essenciais ao desenvolvimento. Para Zimerman (2009), ao pai cabe a função de capa protetora que mantém a estabilidade e promove a sensação de totalidade do ambiente, enquanto, para a mãe, cabe o papel de suprir as necessidades básicas e imediatas de sobrevivência.

A subcategoria B1 descreve a presença da figura paterna na infância dos participantes: P4 *“A gente chegava em casa e ele era mais tranquilo, sabe”*. P6, *“se dava bem até antes dele morrer sempre se demos bem, sempre fomos uma família unida”*. O pai tem um importante papel na relação familiar e se torna um objeto de desejo, ao passo que fomenta suas qualidades, torna-se um modelo de identificação distinto dos outros homens (AMIRALIAN, 2012). A partir disso, a criança se enriquece e constrói os seus ideais. Para os demais participantes, a figura do pai foi descrita com maior severidade. P5 *“meu pai sempre foi muito rígido, de instruir sempre foi muito sério”* e P7 *“meu pai era mais difícil assim, não tinha nem como, não tinha como falar com ele”*. Os outros entrevistados mencionaram a ausência paterna: P2 *“meu pai deixou a gente cedo. Perdi meu pai com 13 pra 14 anos. Muitas vezes eu não tinha pai.”* P3 *“Meu pai mesmo não, não, nunca morou com a gente.”* P1 *“É eu tinha seis anos quando se separaram. Morava eu minha irmã e minha mãe, meu pai sempre morou separado né”*. Mostra Rosa (2011) que a qualidade da presença paterna no ambiente está relacionada com a problemática do desenvolvimento psíquico. A imaturidade da personalidade do pai, que reflete na impossibilidade de se envolver intimamente com as questões que afligem a criança ou o adolescente e principalmente a sua omissão na relação com os filhos, são exemplos de como o pai pode falhar em seu papel e afetar a vida da prole. Além disso, as falhas paternas no início do desenvolvimento do indivíduo em não proporcionar com sua presença o *holding* necessário para que a mãe cuide das necessidades do bebê, como no caso da maioria dos participantes do estudo, leva a invasões ambientais que interrompem a continuidade de ser do bebê (WINNICOTT, 2000).

A subcategoria B2, a qualidade do contato com o pai, reflete uma lacuna na interação familiar que pode ser percebida nas falas seguintes: P1, *“Que eu me lembre não né, dele sentar e brincar nunca”*. P2 *“ele foi ruim para mim”*. P3 *“eu nunca me criei com ele, quem me criou foi o meu padrasto, eu considero muito ele entendeu”*. P5 *“o pai não era de pegar no colo assim abraçar”*. Os entrevistados, em sua maioria, referiram, portanto, um contato pouco afetivo com seus pais. O contato corporal entre o bebê e o pai serve como referência na organização psíquica da criança, pois estrutura o desenvolvimento do ego. O pai é o primeiro outro percebido fora da

relação simbiótica mãe—bebê (GOMES; RESENDE, 2004). Pelo menos um dos entrevistados, como visto anteriormente, trouxe o padrasto como referência de figura paterna.

O alcoolismo paterno foi apontado por vários dos participantes e se constituiu na subcategoria B3. Não foram encontrados dados sobre o uso de outras substâncias químicas pelos pais dos participantes. Para P1, *“É ele vinha bêbado.”*; P2 *“por que meu pai bebia muito era alcoólatra”*; P5 *“Meu pai tomava uns traquinhas de vez em quando”*. O alcoolismo é uma doença que afeta não só o próprio indivíduo, mas também aqueles com quem vive e a sociedade no seu todo. A família é a primeira vítima, sofrendo as consequências diretas na dinâmica relacional, tornando-se o lar simultaneamente patológico e patogênico, sobretudo para os filhos (ALVES, 2003).

#### 4.3 Categoria C – Adversidades

Nesta categoria, foram encontrados e compilados os elementos que dificultam a estabilidade do ambiente, divididas nas subcategorias dificuldades financeiras, violência conjugal e trabalho precoce. Segundo Bowlby (2004), a criação do vínculo se dá por meio de um ambiente estável que se configura com a previsibilidade dos acontecimentos para garantir a sobrevivência. Ocorre, por parte dos que estão vinculados, um padrão de reconhecimento que geram os costumes em se relacionar com o meio. Temos como relatos da subcategoria C1- adversidades financeiras: P2 *“meu irmão mais velho sustentou eu e meus irmãos. Eu passei dificuldades. Faltavam as coisas dentro de casa né”*. Para P3, *“A gente sempre foi de uma família humilde. Eu sei o caminho que eu passei, muita dificuldade né”*. P5: *“E aí uma miséria né faltava dinheiro, aquela coisa assim.”* Para P7, *“Tinha dureza né, eles levavam serviço para casa, para aumentar a renda”*. Alguns autores referem a baixa renda associada ao comportamento antissocial em adolescentes vivendo na pobreza e pouco valorizados pelos pais. Sugerem que os adolescentes podem buscar reconhecimento pessoal e ascensão econômica por meio de atividades delinqüenciais grupais (BORDIN; OFFORD, 2000), o que foi evidenciado no relato dos participantes do estudo.

A subcategoria C2 retrata sobre as brigas conjugais que causam instabilidade nos acontecimentos do ambiente. P1: *“Não gostava que o pai e a mãe brigavam, né. Eles brigavam muito até se separarem”*. Para P2, *“por que ele brigava muito com minha mãe às vezes ele estava bêbado sabe, ele queria as coisas e às vezes não tinha - queria surrar minha mãe”*. P5: *“seguido via eles discutirem, assim brigavam, até o tempo que eu sai de casa”*. Quanto ao ambiente familiar agressivo e violento, não se pode deixar de mencionar a influência da violência doméstica e do abuso físico sobre o comportamento antissocial (BORDIN; OFFORD, 2000). Um ambiente em que a incerteza prevalece, ou seja, nunca se sabe se estará calmo ou em plena “tempestade”, como nos casos entrevistados, pode levar a uma busca incessante de confiabilidade e de previsibilidade por meio de comportamentos disruptivos. A adaptabilidade pode ser entendida como uma estrutura com funcionamento organizado apto a suprir um resultado esperado. Mesmo que a estrutura do ambiente mude o seu funcionamento, é esperado do ambiente que seja capaz de suprir o mesmo resultado. Nesse mo-



delo, o bebê instintivamente se adapta ao comportamento do meio (BOWLBY, 2004).

A subcategoria C3 descreve o início de trabalho precoce dos participantes e as implicações desse fato. P5: *“Eu já com oito anos já vendia pastel, picolé na rua assim com oito, nove anos, estudava de manhã e vendia pastel assim de tarde”*; *“o que me doía assim era que eu passava na casa dos meus amigos e eles jogando vídeo game, daí eu parava tipo assim, parava e jogava um pouco, e me dava um remorso por que eu tinha perdido uma hora, daí já não conseguia vender”*. O sentido atribuído ao trabalho pelos adultos, num contexto de carência, forja a justificativa da inserção precoce no trabalho e nega os prejuízos às crianças. Ao assumir responsabilidades de adulto, a criança abre mão dos aspectos lúdicos que estruturam o seu mundo psíquico (CAMPOS; FRANCISCHINI, 2003).

#### 4.4 Categoria D - Limites

Como forma de educação, contenção e estabelecimento de limites, houve relatos de broncas e castigos sem e com violência física, subdivididos em três subcategorias. A subcategoria D1 revela os limites recebidos com violência física. P1: *“uma pessoa intolerante assim, ela já ia aplicando castigo e logo dando umas palmadas na gente, ela não queria saber”*. P2: *“Ah, a mãe surrava né, bah ai a nós apanhava. Daí meu pai ficou mais agressivo começou a bater na gente, não com uma cinta ou um chinelo, ele surrava com pau”*. P6: *“Eu me lembro quando eu apanhava, eu apanhei muito, eles passavam o laço em nós”*. P6: *“passava o relho em nós”*. Mostram-nos Bordin e Offord (2000) que os castigos violentos na infância estão associados ao descumprimento de regras na adolescência e na fase adulta da vida. A prática da violência física é exercida pelos pais como um método para ser utilizado na correção de mau comportamento. É uma forma de impor limites, ou, ainda, como maneira de garantir o poder absoluto sobre a atitude dos filhos (CARMO; HARADA, 2006).

Também houve relatos, como o de P3, em que os limites vinham por meio de castigos com perdas de atividades prazerosas e broncas, que foram compilados na subcategoria D2- Castigos e broncas: *“Levava uma bronca, né às vezes um castigo, dois, três dias que não podia sair, não podia ir jogar futebol”*. Por outro lado, a subcategoria D3 descreve a falta de limites e orientações, como mencionado por P4 ao se referir ao pai: *“o problema era que ele era tranquilão demais, esse era o problema. Por exemplo quando decidi ali que ia me casar eu poderia ter recebido algumas orientações teria sido mais fácil, sabe. Quando tu aprende por conta, sabe como é que tu aprende, porém leva mais tempo para resolver certas coisas chegar em certo lugar”*. P4 refere também: *“Acho que todo o processo no meu caso eu não tinha muita orientação por parte da família”*. O indivíduo exerce um impulso de busca do objeto, ou seja, alguém que possa encarregar-se de cuidar dele; já a negligência, falta da presença do objeto, igualmente aos castigos violentos, apresentam alta correlação com comportamentos infratores (MONDIN, 2008). Percebe-se, portanto, nos entrevistados, que tanto a severidade e violência na imposição de limites quanto a falta deles proporcionaram possibilidades para o aparecimento dos comportamentos antissociais.

#### 4.5 Categoria E – Rede de apoio

As relações familiares interferem na capacidade das pessoas em controlar os seus impulsos e se adequarem às normas reguladoras do comportamento social. É por meio dessas relações de vínculo que se constituem as referências para o amadurecimento e elaboração da convivência social (ZIMERMAN, 2009).

Esta categoria constitui-se nos comentários das seguintes redes de apoio na família: avós, irmãos, tios, primos e esposa. P1: *“Dar uma mão sempre, tipo a minha vó essa que me cuidava, ela gosta de dar abraço”*. P2, *“hoje eu tenho uma esposa que me acompanha em tudo o que eu faço né, a gente bebe a gente curte né mas sem droga. Ela é minha segunda base né, eu tenho minha família e tenho ela, quando eu acho que um não tá eu corro para o outro né, procuro ajuda um no outro. E meus irmãos todos eles né querem meu bem, por mais que as vezes a gente faz errado as coisas né”*. P6: *“Com meus tios com meus primos, minha avó mãe da minha mãe né, foi a que conheci né. Só convivi com o lado da minha mãe né, daí o lado do meu pai eu não conheço ninguém né. Sempre a família se reunia né, a turma toda, era tio, primo, tia”*. As redes de apoio oferecem sustentação instrumental e emocional à pessoa, em suas diferentes necessidades, proporcionando equilíbrio em situações de estresse (DESSEN, 2000). Assim, podemos observar que mesmo havendo relatos de apoio dos familiares, este por si só, não foi suficiente para os entrevistados evitarem a contravenção.

#### 4.6 Categoria F – Comportamento antissocial

Os comportamentos desenvolvidos na infância manifestam as características de personalidades adquiridas durante o desenvolvimento. Muitas vezes, traduzem as angústias e os medos infantis. O desvio de conduta, na ótica winnicotiana, refere que, por trás da rebeldia social, podemos encontrar sinais de uma privação emocional nos primeiros estágios do desenvolvimento do sujeito em decorrência de uma carência ambiental. Caracteriza a tendência antissocial como uma privação, em que algo traumático acontece no ambiente da criança no momento do seu desenvolvimento em que já consegue perceber que algo lhe foi tirado. Descreve o comportamento originado, nesse fenômeno, como antissocial. O ato antissocial é uma solicitação de ajuda da criança, na tentativa de voltar a ter esperança na reparação do ambiente (WINNICOT, 1999).

A categoria F refere-se, portanto, aos comportamentos antissociais, subdivida em três subcategorias. Na subcategoria F1, foram compilados os comentários sobre o comportamento escolar, como fugas, brigas, desrespeito: P1 relatou: *“Brigava bastante na escola, professora xingava, mandava para a diretora, daí fugi da escola uma vez ainda fui embora, daí chamavam a mãe de novo”*. A subcategoria F.2 revela as transgressões no âmbito residencial: “P3, *“Bah, bah foram bastante, ah tocava rojão na casa dos vizinhos, funda, essas coisas, tocar pedra nos cachorros”*. P2: *“A nós aprontávamos um monte de coisa, de pequeno tinha uns dez (10) onze (11) anos, incomodava bastante os outros na rua”*

Os conflitos com a polícia foram registrados na subcategoria F3. P1: *eu fugia da polícia*. P6: *“Eu sempre gostei, eu desde 12 anos sempre gostei de usar arma, que lá na minha região sempre usavam, né, aí eu vim embora pra cá e sempre usei.*

Entendem Galo e Williams (2005) que adolescentes em conflito com a lei representam pessoas expostas a fatores de risco pessoais, familiares, sociais, escolares e biológicos. A falta da autoridade materna ou paterna pode impulsionar a pessoa a buscar uma autoridade social (PICOLOTTO, 2015).

O adolescente, de forma natural, passa por uma fase adaptativa de comportamentos transgressores, como mecanismo organizador das apropriações físicas e psicológicas deste estágio (GONÇALVES; GROSSI, 2015). Entretanto, no caso dos entrevistados, as transgressões nessa fase parecem ter sido um estágio inicial da conduta transgressora na adultez. Dessa forma, podemos pensar que uma intervenção terapêutica e social, na fase da infância e adolescência, teria oportunizado aos entrevistados a possibilidade de seguir por outro caminho.

#### 4.7 Categoria G – Pena ou prestação de serviços

As responsabilidades em função de estar em desacordo com a lei podem gerar punições, pois a lei é uma ferramenta normatizadora de conduta exercida pelo Estado. No entanto, conforme explica Winnicott (1999), o indivíduo pode construir, como forma de defesa, uma ótica equivocada em relação à responsabilidade de seus atos. O autor refere que existe uma relação direta entre a tendência antissocial e a privação, afinal quando a tendência antissocial se manifesta, já ocorreu a privação. Dessa forma, para o transgressor, há o entendimento inconsciente de que ocorreu uma perda de algo bom que foi retirado por um período maior ao que ele pode tolerar. Portanto, a atitude antissocial pode se desenvolver por meio do roubo, em que o indivíduo busca o “algo bom” em algum objeto que representa a mãe idealizada que lhe é de direito; também pela destrutividade, em que a criança procura uma provisão do ambiente para assegurar a estabilidade ambiental (WINNICOTT, 2000).

Essa categoria abarca a percepção dos participantes em relação ao ato infracional, subdividida em duas subcategorias. Os atos infracionais, subcategoria G1 motivo, foram tráfico de drogas para P2 e P3. Relata P3: *“Eu vendia droga, era traficante né, porque, eu tava fazendo sempre coisa errada né, daí eu coloquei na cabeça, traficar não dá dinheiro, aí comecei a assaltar”*. Crime financeiro para o participante P4: *“negócio de marketing multinível de pirâmides financeiras e tal, aí eu acabei na época eu tinha um negócio próprio que estava mais ou menos, não estava indo tão bem e nem muito mal, aí eu conheci um empresário que se salvou, ele estava endividado, ele tinha mais de cem mil reais em dívidas e ele se salvou através de um negócio de indicações para a TelexFree”*. P1, P5 e P7 se envolveram em crimes de trânsito. Relata P5: *“eu me envolvi em um acidente de trânsito em dois mil e sete (2007), fui condenado, todo mundo é justo né, no presídio ninguém é bandido lá, mas enfim fui condenado pela justiça. O amigo meu bateu atrás de mim e me jogou pro mato, ele bateu num carro na contramão, e esse que ele bateu morreu, e aí nos acusaram*

por estar fazendo racha, então eu entrei como réu junto né”. O participante P6 está enquadrado na categoria porte de arma sem licença.

A subcategoria G2 relata sentimentos sobre a infração realizada. Compreende tanto a responsabilidade sobre os delitos quanto a falta desta. O ato infracional se trata de um sinal de esperança, um pedido de ajuda para que o meio reconheça e indenize o mal causado. O infrator faz uma busca externa e, quando fracassa em seu intento, continua com a busca em outro lugar para manter a esperança de encontrar o que foi tirado. Não existe uma consciência de culpa, mas uma compulsão pela re-tratação do mundo que causou o dano (ROSA, 2011). Dessa forma, P4 mencionou: *“não sou um criminoso, mas coisas ficaram muito mal explicadas e eu fiquei, vamos dizer assim, taxado, né como um contraventor isso, nossa”*. Nessa fala, o participante, mesmo tendo causado prejuízos financeiros a outras pessoas, não percebe a gravidade de seus atos e se entende como vítima: *“então eu acredito que tenha me prejudicado mais do que elas, eu fui vítima do meu subconsciente”*. Descreve que foi convidado a participar de um negócio com retorno muito rápido: *“Aí ele ganhava mais de seiscentos (600) mil reais e ele me falou assim e pa pa pa, trabalha aí na tua cidade retorno rápido, e eu precisava muito de dinheiro, aí eu falei vamos fazer, então”*. Não percebeu a proporção do retorno e o quanto poderia ser prejudicial a outras pessoas. O P3 segue na mesma linha: *“quando do nada tu tem que pagar serviço comunitário, do nada a polícia te para na rua já fazendo um tendê, sabe, essas coisas, um transtorno”*. Já o P, refere-se à responsabilização por seus atos e à culpa por sua realização: *“Pesa na consciência da gente, mas às vezes a gente faz as coisas sem pensar quem é que nunca errou?”*. O arrependimento foi outro sentimento apresentado pelos participantes. P4: *“se eu voltasse pros dezoito (18) anos quando eu chegasse na idade que eu estou hoje, nossa, com certeza eu ia arrebentar, sabe então agora eu estou tendo que recuperar o tempo perdido.”*; P1: *“Depois que fez o erro daí o cara pensa né que fez, que não precisava fazer daquele jeito né”*.

## 5 Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo compreender a percepção a respeito de vínculos familiares em indivíduos que infringiram as normas de conduta impostas pelo Estado, além de identificar as funções maternas e paternas desempenhadas na infância pelos seus genitores. Os principais dados colhidos na investigação estão relacionados à figura materna como referência positiva, pois todos os participantes relataram ter tido contato com a mãe na infância. Foi atribuído, pelos participantes, o papel da mãe como presença maior de contato afetivo, bem como de quem ditava as regras e cumpria com as obrigações financeiras, ocupando assim o papel da referência paterna. Entretanto, o fato de alguns dos entrevistados revelarem contato distante ou desentendimentos com a mãe na atualidade pode significar falhas na qualidade da relação mãe e filho na infância.

Quanto ao contato com o pai, apareceram dados que denunciaram uma relação permeada pelo distanciamento e severidade na relação afetiva. Nos achados desta categoria, foi percebido o comportamento violento sendo agravado pela pre-

sença da dependência alcoólica paterna. Lembra Rosa (2011) que o pai não é alguém para ser temido, com poderes éticos e morais recebidos hierarquicamente, pois a figura do pai, para inserir a ideia de normas e limites, precisa antes ter construído o vínculo com o filho por meio de ações de proteção, intervenção e sustentação das relações familiares, que contribuem com a construção psíquica do indivíduo, algo que não aconteceu na vida da maioria dos participantes do estudo.

Vale ressaltar que os entrevistados referiram-se à figura paterna como de difícil acesso, distante ou mesmo ausente. Essa percepção corrobora a ideia de que a constituição psíquica se dá pela presença da figura materna e paterna que agem concomitantemente com seus papéis na estruturação do indivíduo. A falta de algum destes pode configurar lacunas, que mais tarde podem se refletir nas interações sociais e no descumprimento de suas normas.

A previsibilidade do ambiente com modelo de funcionamento organizado, que estrutura o bebê em identificar seus vínculos para se sentir protegido e seguro, conforme ressalta Bowlby (2004), apareceu de forma negligenciada nos dados. Os entrevistados afirmaram ter tido o contato familiar, no entanto presenciado dificuldades com brigas conjugais, em questões financeiras e trabalho precoce. Acreditamos que essas vivências de imprevisibilidade podem ser geradoras de desamparo e falta de confiança no ambiente. E ainda, que a dor e o sofrimento gerado por essas vivências foram atuadas (*acting out*) pelos participantes, já na infância, com pequenas transgressões, fugas e conflitos escolares que culminaram no delito pelo qual cumprem pena. Assim, entende-se a importância de um trabalho terapêutico que contemple a criança e sua família no intuito de prevenir os delitos na adultez.

Houve relatos de castigos com violência física como prática para impor regras e sanar o mau comportamento. Nas questões de limites para instaurar normas, percebemos que esses eram os mecanismos mais utilizados, não havendo dados sobre diálogo ou reflexões sobre a atitude feita, para que houvesse conscientização sobre o ocorrido. Essa conduta possivelmente contribuiu para os atos infratores, pois propõem um modelo identificatório caracterizado pela intrusão e violência na resolução de conflitos.

As redes de apoio, segundo Zimerman (2009), interferem na construção da interação social em que o indivíduo tem maior contato com as normas reguladoras do comportamento social. Embora todos os participantes da pesquisa tenham relatado alguma forma de apoio da família estendida, referindo-se a avós, tios e primos presentes, os delitos realizados conduzem a pensar na probabilidade de que a rede não foi suficiente para suprir as faltas iniciais.

A teoria proposta por Winnicott descreve o comportamento antissocial como uma defesa em que o sujeito passa a reivindicar o reconhecimento do mundo a uma dívida de algo que lhe foi tirado. Nesse contexto, o autor explica que esse modelo se trata da tentativa de recuperação de algo que foi perdido (WINNICOTT,1999). Esse ponto foi descrito em fugas, brigas e desrespeito no meio escolar. Houve referências, de acordo com os atos infracionais, da tentativa de possuir um objeto por meio de roubo, que foi entendido como um esforço inconsciente de reaver algo simbolicamente bom e necessário que era de posse e lhe foi roubado. A tendência antissocial

ficou mais clara com os dados de alguns participantes que mostraram a percepção da pena como algo indevido, pois se entendem como alguém inocente que está sofrendo injustiça, portanto não há responsabilidade sobre o ato cometido. Uma possibilidade é que esses indivíduos irão repetir os atos infratores até o momento em que conseguirem encontrar a possibilidade de refletir sobre o que realmente buscam com esses atos, ou seja, até encontrarem um ambiente suficientemente bom que os acolha e propicie *holding* e uma nova vivência.

Cabe assinalar também que a descrição da presença materna como figura fundamental e de apoio na infância, bem como a ambivalência e a falta de proximidade na atualidade com a mãe, indique que os participantes tiveram inicialmente um ambiente – não perfeito - mas suficientemente bom que, entretanto, lhes foi tirado por algum motivo, levando-os provavelmente ao comportamento antissocial. Portanto, este trabalho remete ao entendimento do sujeito que cometeu um ato ilícito como alguém que, em algum momento, deixou de receber o suporte necessário ao seu desenvolvimento psíquico, o que ratifica os dados encontrados na literatura. Entendemos que este trabalho contribuiu para a compreensão do tema e para a demonstração da relevância de projetos de políticas públicas que visem ao cuidado do indivíduo desde sua infância. Entretanto, é importante referir que a vivência de um dano na infância, por si só, não é determinante para comportamentos de contravenção, mas aumenta consideravelmente sua probabilidade. A preocupação social e o suporte público nas interações dos vínculos familiares desde a gestação do bebê poderá ser uma mola propulsora de transformação.

Para finalizar, cabe assinalar que uma limitação do estudo foi pesquisar unicamente a percepção do contraventor sem ter o contato com seus familiares, o que ocasionou uma visão parcial do fenômeno. Sugere-se, assim, a inclusão da família do indivíduo contraventor como participante de futuras investigações.

Submetido: 24 abr. 2019

Aceito: 15 set. 2019

## Referências

ALVES, Ana Paula Teixeira. **Alcoolismo paterno e comportamento** - rendimento escolar dos filhos - contribuição para o seu estudo. Universidade do Porto. Faculdade de Medicina, 2003.

AMIRALIAN, Maria Lucia Toledo Moraes. O pai nos dias de hoje e as consequências para o desenvolvimento: *in* ROSA, Claudia Dias. **E o pai?**. Ed Dww. Perdizes, 2014.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2. ed. Guanabara, Rio de Janeiro. 1986.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BOAMORTE, J. B. **O crime à luz da teoria winnicottiana**. 2012. Disponível em: <<http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0647.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

BORDIN, Isabel AS; OFFORD, David R. Transtorno da conduta e comportamento anti-social. **Rev. Bras. Psiquiatr.**, São Paulo, v. 22, supl. 2, p. 12-15, Dec. 2000.

BOWLBY, J. **Apego**: a natureza do vínculo. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

CAMPOS, Herculano Ricardo; FRANCISCHINI, Rosângela. Trabalho infantil produtivo e desenvolvimento humano. **Psicologia em Estudo**. v. 8, n. 1, p. 119-129, jan./jun. Maringá, 2003.

CARMO, Carolina Jacomini do; C. S. HARADA, Maria de Jesus. Violência física como prática educativa. **Revista Latino-Americana de Enfermagem** [en linea] 2006, 14 (Noviembre-Diciembre): [Fecha de consulta: 9 de octubre de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281421865004>>

CARVALHO, A. M. A.; POLITANO, I.; FRANCO, A. L. S. Vínculo interpessoal: uma reflexão sobre diversidade e universalidade do conceito na teorização da psicologia. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 25, n. 2, p. 233-240, abr./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/estpsi/v25n2/a08v25n2.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

CASADORE, Marcos Mariani; HASHIMOTO, Francisco. Reflexões sobre o estabelecimento de vínculos afetivos interpessoais na atualidade. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 12, n. 1-2, p. 177-204, mar./jun. 2012. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/malestar/v12n1-2/07.pdf>>. Acesso em: 8 maio 2018.

CECCARELLI, Paulo Roberto. Novas configurações familiares: mitos e verdades. **J. psicanal.** São Paulo, v. 40, n. 72, p. 89-102, jun. 2007. Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-58352007000100007&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-58352007000100007&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 13 out. 2018.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Dispõe sobre a realização de pesquisa em Psicologia com seres humanos. **Resolução n. 016 de 20 de dezembro de 2000**. Disponível em: <<http://www.crppe.org.br/legislacao/?id=3>>. Acesso em: 16 maio 2018.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. **Resolução n. 510 de 07 de abril de 2016**. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2018.

COSTA, J. F. As práticas amorosas na contemporaneidade. **Psyche**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 21-28, 1999. Disponível em: <<http://pesquisa.bvs.br/brasil/resource/pt/psi-25217>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2010.

DESSEN, Maria Auxiliadora; BRAZ, Marcela Pereira. Rede Social de Apoio Durante Transições Familiares Decorrentes do Nascimento de Filhos. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, Vol. 16 n. 3, pp. 221-231. Set-Dez 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/ptp/v16n3/4809.pdf> Acesso em 13 out. 2018.

DETHIVILLE, Laura. O pai suficientemente simbólico?: *in* ROSA, Claudia Dias. **E o pai?**. Ed Dww. Perdizes, 2014.

DIAS, E. O. Winnicott: agressividade e teoria do amadurecimento. **Natureza humana**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 9-48, jun. 2000. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/nh/v2n1/v2n1a01.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2018.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. ECA. Decreto-Lei 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Câmara dos Deputados**, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm)>. Acesso em: 25 mar. 2018.

FALEIROS, V. P.; FALEIROS, E. S. **Escola que Protege**: Enfrentando a Violência Contra Crianças e Adolescente. 2.ed. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2008.

FERREIRA, A. B. H. **Aurélio**: o dicionário da língua portuguesa. 2. ed. Curitiba: Editora Positivo, 2008.

FREUD, S. O ego e o id. *In*: FREUD, S. **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1969. p 32-41.

GALLO, Alex Eduardo; WILLIAMS, Lúcia Cavalcanti de Albuquerque. Adolescentes em conflito com a lei: uma revisão dos fatores de risco para a conduta infracional. *Psicologia: Teoria e Prática* – 2005, 7(1): 81-95. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/ptp/article/view/1028/745>  
Acesso em: 13 out. 2018.

GOMES, Aguinaldo José da Silva; RESENDE, Vera da Rocha. O pai presente: o desvelar da paternidade em uma família contemporânea. **Psicologia: teoria e Pesquisa**. *Instituto de Psicologia*, Universidade de Brasília (UnB), v. 20, n. 2, p. 119-125, 2004. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/8640>>. Acesso em 13 out. 2018.

GONÇALVES, C; GROSSI, R. Adolescência e Tendência Antissocial: o Rap como Expressão de uma Privação Emocional. **Psicologia, Ciência e Profissão**. 35 (2): 374-388, 2015. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=282039481009>  
Acesso em 13 out. 2018.

JESUS, D. E. **Direito Penal**. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

KERNIER, N.; CUPA, D. Adolescência: muda psíquica à procura de continentes. *Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica*, Rio de Janeiro, v. 15, n. spe, p. 463-467, dez. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/agora/v15nspe/a07v15nspe.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

LEITE, M. L. M. A infância no século XIX segundo memórias e livros de viagem. *In*: FREITAS, M. C. (Org.). **História Social da Infância no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1997. p. 19-51.

MONDIN, Elza Maria Canhetti. Práticas educativas parentais e seus efeitos na criação dos filhos. **Psicol. Argum.** jul./set., 26(54), 233-244. 2008.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL (ONUBr). Acordo prevê resposta às drogas sob perspectiva de saúde pública nas Américas. 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acordo-preve-resposta-as-drogas-sob-perspectiva-de-saude-publica-nas-americas/>>. Acesso em: 22 abr. 2018



ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. OMS. Obesidade entre crianças e adolescentes aumentou dez vezes em quatro décadas, revela novo estudo do Imperial College e da OMS. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2017. Disponível em: <[https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5527](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5527)>. Acesso em: 22 abr. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. OMS. **Brasil tem a nona maior taxa de homicídios das Américas, alerta OMS**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/brasil-tem-a-nona-maior-taxa-de-homicidios-das-americas-alerta-oms/>>. Acesso em: 19 maio 2018.

PICHON-RIVIÈRE, E. **Teoria do vínculo**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

PICOLOTTO, P. **A influência da degradação familiar na criminalidade dos apenados do presídio estadual de Guaporé**. 2015. 22 p. Artigo (Especialização em Gestão Pública Municipal EaD) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Palmeira das Missões, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.ufsm.br/handle/1/12069?show=full>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

RIBEIRO, A. M. *et al.* A importância do pai na constituição da subjetividade. De Freud a Winnicott, em direção aos desafios das novas configurações familiares. **Revista Brasileira de Psicanálise**, São Paulo, v. 51, n. 4, p. 143-158, out./dez. 2017. Disponível em: <<http://rbp.org.br/revistas/crianca/>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

ROSA, C. D. **As falhas paternas em Winnicott**. 2011. 238 p. Tese (Doutorado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/15059>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

WALDMANI, Eliseu Alves; SATOI, Ana Paula Sayuri. Trajetória das doenças infecciosas no Brasil nos últimos 50 anos: um contínuo desafio. **Rev Saúde Pública** 50:68. 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/pdf/rsp/v50/pt\\_0034-8910-rsp-S1518-87872016050000232.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rsp/v50/pt_0034-8910-rsp-S1518-87872016050000232.pdf)

WELLAUSEN, R. S.; BANDEIRA, D. R. O Tipo de Vínculo entre Pais e Filhos está Associado ao Desenvolvimento de Comportamento Antissocial? **Revista Interamericana de Psicologia**, Austin, v. 44, n. 3, p. 498-506, 2010. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28420658012>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

WINNICOTT, D. W. **A criança e o seu mundo**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

\_\_\_\_\_ **Da pediatria a psicanálise: obras escolhidas**. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

\_\_\_\_\_ **Natureza humana**. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

\_\_\_\_\_ **O ambiente e os processos de maturação: estudos sobre a teoria do desenvolvimento emocional**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1982.

\_\_\_\_\_ **Privação e delinquência**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ZIMERMAN, D. E. **Os quatro vínculos: amor, ódio, conhecimento, reconhecimento na psicanálise e em nossas vidas**. Porto Alegre: Artmed, 2009.



